

## Sklepy przerzucają się na handel w sieci. Część nie jest na to gotowa od strony prawnej

data aktualizacji: 2020.03.19



**Ogłoszona pandemia wirusa SARS-Cov-2 wymusiła handel do poszukiwania alternatywnych rozwiązań. Na znaczeniu zyskuje sprzedaż w sieci, jednak jak przekonują eksperci, część e-sklepów ma poważne niedociągnięcia prawne.**

- Problem dotyczy kwestii prawidłowego określenia na stronach internetowych zasad świadczenia usług drogą elektroniczną, potocznie mówiąc - zamieszczenia odpowiednich i wymaganych przez prawo regulaminów, w tym wolnych od klauzul abuzywnych. Problemem jest również właściwe uregulowanie kwestii przetwarzania danych osobowych tak w związku z działaniem strony internetowej, jak i samą transakcją - komentuje mec. **Andrzej Wilk**, senior associate w kancelarii Chałas i Wspólnicy.

Najczęstszym błędem jest brak na stronie internetowej regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną, który często utożsamiany jest z regulaminem sklepu - zazwyczaj nie jest to jednak to

samo. Jak przekonuje ekspert, warto wspomnieć, iż usługą świadczoną drogą elektroniczną jest sam przekaz danych. Okoliczność, iż na stronie internetowej nie ma sklepu internetowego nie zwalnia więc z obowiązku określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną.

- Obowiązek wdrożenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną i jego elementy są ściśle określone – chodzi tu m.in. o tzw. wymagania techniczne, rodzaj i zakres usługi np. możliwość zapoznania się z poradnikami na stronie internetowej, działania jakie użytkownik nie może podejmować na stronie internetowej np. propagowanie rasizmu itp. Regulamin sklepu internetowego reguluje zaś kwestie związane z samą transakcją zakupu towarów lub usług – dodaje mec. Andrzej Wilk.

W sytuacji gdy na stronie internetowej jest sam regulamin sklepu internetowego, który nie reguluje świadczenia usług drogą elektroniczną, to może to narażać osobę prowadzącą stronę internetową na konsekwencje prawne, w tym roszczenia użytkowników, a także grzywnę, jeśli usługodawca nie przedstawił na swojej stronie internetowej enumeratywnie wymaganych przepisami prawa informacji.

Jak mówi Andrzej Wilk, regulaminy nie mogą zawierać klauzul abuzywnych np. zastrzegać dowolną zmianę przez usługodawcę w każdym czasie treści Regulaminu. Regulaminy nie mogą też naruszać zasady równowagi kontraktowej w stosunkach B2B np. zastrzeżeń rozległych uprawnień tylko na rzecz jednej strony umowy. Jest to podstawa do podnoszenia zarzutu nieważności takiego zapisu.

Ekspert zaznacza także, że obecna sytuacja nie zwalnia z konieczności stosowania się do zapisów RODO.

- Na stronie internetowej czy fanpage'u na portalach społecznościowych powinny znaleźć się stosowne informacje dot. przetwarzania danych osobowych. Należy podkreślić, że nie chodzi tylko o przetwarzanie danych osobowych podczas i w związku z transakcją, ale także w zakresie użytkowania, czyli przeglądania strony internetowej - dodaje mec. Wilk i zaznacza, że najczęstszym błędem jest brak klauzul informacyjnych na stronach internetowych lub ich niepełna treść w dumnie brzmiących politykach prywatności lub politykach cookies.

- Trzeba rozgraniczyć te dokumenty. Polityka prywatności powinna ogólnie wskazywać i definiować narzędzia jakie stosowane są na stronie internetowej. Polityka cookies powinna określać jakie cookies oraz w jakich celach będą stosowane. Pozostaje jeszcze kwestia przekazania informacji o przetwarzaniu danych osobowych w sposób przejrzysty i przystępny - najlepiej w osobnym dokumencie (klauzuli informacyjnej). Zawieranie zapisów dot. przetwarzania danych osobowych w długich regulaminach lub politykach może budzić wątpliwość w zakresie zasady przejrzystości wynikającej z art. 5 rozporządzenia RODO - twierdzi mec. Wilk.

Zdaniem mecenas, częstymi i istotnymi błędami są braki w zakresie pozyskiwania na stronie internetowej tzw. zgody telekomunikacyjnej (użycie urządzenia końcowego) oraz zgody na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną.

- W kwestii tzw. zgód na stronach internetowych warto zadbać o to, by nie kumulować w ramach tzw. jednego checkboxu kilku zgód, w tym razem zgód na przetwarzanie danych osobowych, zgód telekomunikacyjnych, zgód na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną. Użytkownik musi mieć zagwarantowane prawo wyboru – zgoda nie może być wymuszana, bo będzie nieważna. Checkboxy zgód nie mogą być domyślnie zaznaczane - mówi Andrzej Wilk