**Ważne zmiany w prawie i regulaminach dla e-commerce**

**Koniec roku 2024 oznacza dla internetowych sprzedawców bardzo intensywny czas – i to nie tylko ze względu na sezon świąteczny! Od 30 października do 15 stycznia wchodzą w życie liczne zmiany – zarówno w polskim i unijnym prawie, jak i w regulaminie niemieckiego Amazona.**

Nie każda z nowości będzie dotyczyła wszystkich e-sprzedawców – każdy jednak musi się dostosować do zmienionych przepisów. Ci handlowcy, którzy prowadzą działalność na Amazonie, dodatkowo będą musieli uwzględnić modyfikacje w regulaminie tej platformy. Zmiany będą też dotyczyły polskiego Allegro.

**Duże zwroty na Amazonie**

Na Amazonie część produktów oferowanych jest przez samą platformę, jednak sprzedaż mogą na niej prowadzić także zewnętrzni sprzedawcy. Z możliwości tej chętnie korzystają przedsiębiorcy z Polski, oferując produkty zarówno w polskiej, jak i niemieckiej wersji tego marketplace’u.

Amazon postanowił uporządkować kwestie zwrotów produktów o dużych gabarytach. Dotychczas Amazon oferował odbiór produktów własnych o długości powyżej 175 cm lub ważących powyżej 31,5 kg, ale obowiązek taki nie dotyczył zewnętrznych sprzedawców. Ci z kolei często wymagali, aby klienci sami organizowali zwroty takich towarów.

Teraz jednak się to zmieniło. Od 30 października sprzedawcy detaliczni na Amazonie muszą zapewnić odbiór dużych przedmiotów bezpośrednio spod drzwi klienta za pośrednictwem firmy kurierskiej. Sprzedawca musi także przekazać klientowi opłaconą z góry etykietę zwrotną do naklejenia na przesyłkę.

Sprzedawca, który nie zorganizuje odbioru zwrotu z domu klienta, może zaproponować klientowi finansową rekompensatę, ale tylko pod warunkiem, że klient dobrowolnie przyjmie takie rozwiązanie.

- Zmiana ta oznacza, że sprzedawcy powinni współpracować z firmami kurierskimi, które obsługują przesyłki w niestandardowych rozmiarach – mówi Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group. – Najwygodniej, jeśli zwroty tego typu będą transportowane od razu do magazynu, który jest dostosowany do przechowywania dużych gabarytów. Dlatego w przypadku e-sklepu najlepiej nawiązać współpracę z takim operatorem logistycznym, który jednocześnie zajmie się magazynowaniem, wysyłką i odbiorem takich towarów – podkreśla.

**Ustawa antyspamerska**

Zupełnie innego typu zmiany weszły w życie 10 listopada dla polskich przedsiębiorców. Nowe Prawo Komunikacji Elektronicznej zastąpiło Prawo telekomunikacyjne, jednocześnie obejmując swoim działaniem znacznie większą grupę odbiorców. Podlegać jej będzie praktycznie każdy, kto usiłuje dotrzeć ze swoją ofertą do potencjalnych klientów.

Pewnym ułatwieniem jest w nowej ustawie zasada, zgodnie z którą teraz jedna zgoda marketingowa udzielona przez klienta wystarczy, aby możliwe było przesyłanie informacji handlowych oraz prowadzenie działań z zakresu marketingu bezpośredniego. Wcześniej na każdy rodzaj komunikacji trzeba było uzyskać oddzielną zgodę.

Co jednak istotne, według nowej ustawy, zgoda będzie wymagana nie tylko od osób fizycznych, ale także od firm. Przesłanie informacji handlowej osobie lub podmiotowi, który takiej zgody nie wyraził, może wiązać się z karą aż do 1.000.000 zł lub 3% rocznego przychodu.

Nowe przepisy mogą utrudnić, a być może nawet uniemożliwić tzw. cold mailing i cold calling, czyli nawiązywanie kontaktu handlowego z osobami, które wcześniej nie prosiły o ofertę.

Ważne jest także to, że według nowych przepisów sposób wycofywania udzielonej uprzednio zgody musi być równie prosty, jak wcześniejsze wyrażenie zgody. Firmy, w tym sklepy internetowe, nie mogą więc utrudniać tego procesu, np. zmuszając do logowania się do systemu w celu wypisania się z listy mailingowej, o ile takie logowanie nie było wymagane także przy zapisie.

Co więcej, zgody użytkowników wymaga także stosowanie plików cookies, pikseli oraz innych narzędzi umożliwiających tzw. śledzenie klientów w sieci. Kod śledzący może zostać uruchomiony dopiero wtedy, gdy internauta wyrazi na to zgodę, np. klikając w odpowiedni baner.

**Nowe zasady sprzedaży w Unii Europejskiej**

13 grudnia wejdzie z kolei w życie Rozporządzenie o Ogólnym Bezpieczeństwie Produktów, czyli GPSR. Do tych przepisów dostosować muszą się wszyscy sprzedawcy działający na terenie Unii Europejskiej.

Przedsiębiorcy będą musieli w swoich ofertach podawać pełne dane producenta (włącznie z danymi kontaktowymi). Gdy towar pochodzi spoza Unii, trzeba podać dane firmy importującej produkt na terenie UE.

Poza tym każda oferta produktowa musi zawierać opis właściwości, takich jak rozmiar czy kolor oraz kategorię, do której można dany produkt zaliczyć. Jeśli towar wymaga specjalnych ostrzeżeń związanych z bezpieczeństwem (np. w przypadku zabawek z małymi elementami), informacje takie muszą być zawarte nie tylko na opakowaniu, ale także w ofercie internetowej.

W związku z tymi zmianami, sprzedawcy będą musieli uzupełnić swoje oferty – zarówno na Amazonie, na Allegro, jak i zapewne w innych serwisach. Amazon zapowiedział, że wszystkie produkty sprzedawane na platformie będą musiały spełniać nowe wymagania już 13 grudnia, niezależnie od tego, kiedy zostały wprowadzone do sprzedaży.

Nieco bardziej liberalne jest Allegro, które będzie wymagało dostosowania ofert dopiero w przypadku ich edycji dotychczasowych lub dodawania nowych. Stare oferty będą mogły pozostać bez zmian do czasu wprowadzania w nich jakichkolwiek modyfikacji.

**Śledzenie stanie się jeszcze ważniejsze**

Kolejna ważna dla sprzedawców zmiana nastąpi 15 stycznia na niemieckim Amazonie. Od tego dnia przedsiębiorcy powinni dodawać w systemie numery śledzenia wszystkich przesyłek. Według nowych wytycznych, sprzedawca powinien uzyskiwać wskaźnik min. 95% poprawnych numerów śledzenia przesyłek dla każdej kategorii produktowej.

W przypadku przesyłek krajowych na terenie Niemiec, w obliczaniu wskaźnika uwzględniane będą zamówienia o wartości powyżej 15 euro. Dla przesyłek międzynarodowych limit ten jest wyższy i wynosić będzie 20 euro. Oznacza to, że najtańsze przesyłki wciąż nie będą musiały być objęte śledzeniem.

- Sprzedawcy będą musieli zadbać o współpracę z firmami kurierskimi, które zapewniają pełne śledzenie przesyłek – mówi przedstawicielka XBS Group. – Najlepiej od razu postawić na współpracę z takimi operatorami logistycznymi, którzy są w stanie spełnić surowe wymagania coraz częściej stawiane przez platformy typu marketplace.

Warto przy tym wspomnieć, że śledzenie przesyłek, choć nieobowiązkowe, to jednak wskazane jest także na Allegro. Jeśli sprzedawca chce zdobywać punkty za jakość sprzedaży, musi udowodnić terminowość dostaw, a to jest możliwe tylko w stosunku do przesyłek rejestrowanych w systemie.

W przyszłości wymagania poszczególnych platform, ale także wymogi prawne będą tylko rosnąć. Wymusza to na sprzedawcach ciągłą profesjonalizację, której podołają przede wszystkim te sklepy, które na pewnych etapach uwzględnią możliwość outsourcingu oraz współpracy z innymi podmiotami wyspecjalizowanymi w poszczególnych operacjach związanych choćby z transportem i logistyką.

Źródło:[XBS Group](https://xbsgroup.pl/)