



Najczęściej zadawane pytania dotyczące ogólnego rozporządzenia o ochronie danych



1. Kiedy dokładnie wchodzi w życie RODO?

RODO weszło w życie 25 maja 2016 roku. Rozporządzenie zacznie obowiązywać 25 maja 2018 r.

2. Czy istnieje okres przejściowy?

Właściwie znajdujemy się obecnie w fazie przejściowej. Z tego powodu sprzedawcy internetowi powinni już dzisiaj podjąć odpowiednie działania mające na celu dostosowanie do wymagań RODO, aby być dobrze przygotowanym, gdy RODO zacznie obowiązywać 25 maja.

3. Czy prawo o ochronie danych osobowych zmieni się zasadniczo w stosunku do obecnego?

Nie, podstawy ustalone dotychczas w europejskim prawie o ochronie danych osobowych na podstawie rozporządzenia 95/46/WE pozostają niezmienione w RODO. Jest to np. zasada minimalizacji danych lub wymóg sprecyzowania celu w jakim dane są przetwarzane. Dochodzą też nowe zasady, takie jak np. domyślna ochrona danych („Privacy by default”) oraz ochrona danych osobowych w fazie projektowania („Privacy by design”).

4. Co konkretnie zmieni się dla sprzedawców internetowych?

Przedsiębiorcy nie będą musieli rejestrować zbiorów danych. Zmieni się również sposób prowadzenia dokumentacji. Administrator przetwarzający dane osobowe nie będzie już zobowiązany do opracowania i wdrożenia dotychczas obowiązkowych dokumentów – polityki bezpieczeństwa i instrukcji zarządzania systemem informatycznym służącym do przetwarzania danych osobowych. RODO wprowadza jednak wymóg prowadzenia rejestru czynności przetwarzania danych osobowych i obowiązek sprawozdawczości (np. przeprowadzanie oceny skutków dla ochrony danych oraz dokumentacja przypadków naruszenia ochrony danych). Ponadto każdy przedsiębiorca będzie musiał być w stanie wykazać, iż przetwarzanie danych odbywa się zgodnie z zasadami i wymogami określonymi w przepisach unijnego rozporządzenia.

Dodatkowo znacznie wzrosło ryzyko w przypadku nieprzestrzegania przepisów dotyczących ochrony danych: nieprzestrzeganie przepisów grozi karą pieniężną w wysokości do 20 milionów euro lub do 4% rocznego obrotu z działalności na całym świecie.

Pozostałe zmiany:

- ▶ Obszerniejsze obowiązki informacyjne względem osób, których dane są przetwarzane.
- ▶ Należy przestrzegać prawa do przenoszenia danych oraz terminów opracowania wniosków złożonych przez osoby, których dane dotyczą w celu realizacji przysługujących im praw.
- ▶ Korzystanie z plików cookie oraz narzędzi reklamowych może zasadniczo odbywać się na podstawie prawnie uzasadnionych interesów administratora danych — z zastrzeżeniem odstępstw zawartych w rozporządzeniu ePrivacy, które wkrótce wejdzie w życie.
- ▶ Umowy powierzenia przetwarzania danych osobowych z zewnętrznymi podmiotami przetwarzającymi dane w ramach współpracy i outsourcingu usług musi spełniać bardziej rygorystyczne wymagania.



5. Jakie zmiany musi podjąć sprzedawca internetowy ?

Konieczne będą następujące zmiany:

- ▶ Procesy, podczas których przetwarzane są dane osobowe, należy dokumentować w rejestrze czynności przetwarzania.
- ▶ Należy zaktualizować politykę prywatności.
- ▶ Oświadczenia o wyrażeniu zgody, zebrane w sposób zgodny z dotychczasowymi przepisami, są nadal ważne, o ile spełniają wszystkie wymogi dotyczące dobrowolności takiej zgody. W przeciwnym razie oświadczenia zgody muszą zostać zebrane na nowo.
- ▶ Należy sprawdzić i w razie potrzeby opracować na nowo umowy dotyczące powierzenia przetwarzania danych.
- ▶ Jeżeli administrator przetwarza dane w sposób niosący ze sobą duże ryzyko naruszenia praw i swobód osoby zainteresowanej, należy przeprowadzić ocenę skutków dla ochrony danych.
- ▶ Procesy wewnętrzne należy dostosować w taki sposób, aby zagwarantowane były prawa do uzyskania informacji, sprostowania, usunięcia danych, wniesienia sprzeciwu, jak również nowe prawo do przenoszenia danych. Z reguły wnioski osób zainteresowanych muszą zostać opracowane w ciągu miesiąca.
- ▶ Należy wprowadzić plan reagowania w przypadku naruszenia ochrony danych, dzięki któremu organ nadzorujący zostanie poinformowany w ciągu 72 godzin od odkrycia incydentu.

6. Sklep internetowy posiada znak jakości Trusted Shops — czy tym samym spełnia kryteria RODO już dzisiaj?

Nie, ponieważ nie wszystkie wymagania RODO są sprawdzane w ramach przyznawania znaku jakości. Kontrola poprzedzająca przyznanie znaku jakości nie obejmuje sprawdzenia wewnętrznej dokumentacji, np. spisu procedur i poprawności prowadzonego rejestru przetwarzania danych.

7. Czy znak jakości zostanie odebrany, jeżeli zmiany nie zostaną wprowadzone w sklepie internetowym do 25 maja

Odebranie znaku jakości nie odbywa się automatycznie. Zachęcamy jednak do wcześniejszego przygotowania odpowiednich dostosowań samodzielnie tak, aby mogły zostać wprowadzone w sklepie bezpośrednio w dniu rozpoczęcia obowiązywania rozporządzenia. Ciągłe dostosowywanie sklepu do aktualnych wymogów prawnych oraz kryteriów jakości TS jest konieczne również po skutecznym zakończeniu procesu certyfikacji Trusted Shops.

8. Czy sklep internetowy musi powołać inspektora ochrony danych?

W większości przypadków standardowych e-sklepów powołanie inspektora ochrony danych (obecnie ABI) będzie w dalszym ciągu dobrowolne. Zgodnie z art. 37 ust. 1 lit. c RODO administrator danych musi powołać inspektora ochrony danych, jeżeli podstawą jego działalności jest przetwarzanie dużych ilości danych szczególnej kategorii (tzw. danych wrażliwych – np. o stanie zdrowia).



9. Na co sprzedawca internetowy musi zwrócić uwagę w przypadku swoich usługodawców (narzędzia do wysyłania biuletynu, oprogramowanie sklepu internetowego, dostawcy usług płatniczych, narzędzia śledzenia...)?

Usługodawcy muszą w odpowiedni sposób zagwarantować, że dzięki właściwym działaniom technicznym i organizacyjnym zapewnione jest w ich przypadku spełnienie wymogów RODO.

Po znalezieniu odpowiedniego usługodawcy należy zawrzeć z nim umowę spełniającą wymagania zawarte w art. 28 ust. 3 RODO.

10. Jakie pytania sprzedawca internetowy musi zadać swojemu usługodawcy?

Należy się dowiedzieć, czy usługodawca oferuje wystarczające gwarancje spełnienia wymogów RODO. Wyróżnienie certyfikatem ochrony danych jest ważnym czynnikiem wskazującym na spełnianie przez dostawcę wymagań RODO.

Dodatkowo konieczne jest zawarcie z usługodawcą umowy dotyczącej powierzenia przetwarzania danych, która będzie zawierać obowiązkowe informacje zgodne z art. 28 ust. 3 RODO. Przykładowo umowa o powierzeniu przetwarzania danych musi zawierać informację, czy i na jakich warunkach jest możliwe zlecenie usług podwykonawcom.

Kolejną kwestią jest przekazywanie danych osobowych do krajów spoza UE: Czy dane pozostają w UE, czy będą przekazywane do jednego lub kilku krajów trzecich? W przypadku międzynarodowego przekazywania danych należy sprawdzić, czy istnieją gwarancje zapewnienia odpowiedniego poziomu ochrony danych.

11. Jak sklep internetowy może sprawdzić, czy jego polityka prywatności jest wystarczająca?

Przede wszystkim konieczne jest sporządzenie wykazu aktualnie przetwarzanych danych w sklepie internetowym (narzędzia śledzenia, newsletter, ocena zdolności kredytowej, przekazywanie danych osobom trzecim). Polityka prywatności musi informować o sposobie przetwarzania danych. Należy tutaj podać następujące obowiązkowe informacje o przetwarzaniu:

- ▶ Imię i nazwisko oraz dane kontaktowe osoby odpowiedzialnej za ochronę danych osobowych w firmie (administrator danych) i ewentualnie inspektora ochrony danych.
- ▶ Podstawa prawna przetwarzania danych
- ▶ Uzasadniony interes osoby odpowiedzialnej za ochronę danych osobowych
- ▶ Odbiorcy danych lub kategorie odbiorców danych
- ▶ Informacje o przekazywaniu danych do krajów trzecich
- ▶ Terminy usunięcia danych oraz kryteria ich ustalenia
- ▶ Informacja o prawach do uzyskania informacji, korekty, zablokowania, usunięcia, wniesienia sprzeciwu oraz do przenoszenia danych
- ▶ Wskazanie na przysługujące w każdej chwili prawo do cofnięcia udzielonej zgody
- ▶ Wskazanie istniejącego prawa do złożenia skargi w ogranie nadzorczym
- ▶ W przypadku zautomatyzowanego podejmowania decyzji, łącznie z profilowaniem osoby, poinformowanie o założeniach logicznych oraz znaczeniu zautomatyzowanego przetwarzania danych, a także o skutkach takiego przetwarzania



- ▶ Jeżeli dane nie zostaną pobrane bezpośrednio od podmiotu danych, czyli właściciela danych osobowych (np. ze źródła informacji publicznej), podanie źródła pochodzenia danych

12. Czy scoring jest jeszcze dozwolony?

Scoring jest nadal dozwolony, przy spełnieniu określonych warunków. Istotne dla sprzedawców internetowych przesłanki umożliwiające jego stosowanie pozostają niezmienione: scoring jest dozwolony za wyraźną zgodą osoby zainteresowanej lub jeżeli jest wymagany do zawarcia lub wykonania umowy. Z tym ostatnim przypadkiem mamy do czynienia, gdy klient wybierze np. jako metodę płatności „zakup na raty”. W przypadku scoringu i zautomatyzowanego podejmowania decyzji nowością jest obowiązek poinformowania osoby zainteresowanej o logicznych założeniach, trybie działania, zasięgu oraz oczekiwanych skutkach takiego przetwarzania danych.

13. Jak wyglądają kary pieniężne w praktyce?

Art. 83 RODO przewiduje znacznie wyższe kary pieniężne niż dotychczas. Za określone naruszenia prawa grozi kara pieniężna w wysokości do 20 milionów euro lub do 4% rocznego obrotu z działalności. Ciężko jest przewidzieć, w jakim stopniu organy nadzorcze skorzystają z tych uprawnień w praktyce. Należy się jednak spodziewać znacznego wzrostu kar pieniężnych w przypadku naruszenia przepisów o ochronie danych.

14. Czy wobec dzieci obowiązują szczególne prawa ochrony danych?

Dzieci są objęte szczególną ochroną, dlatego RODO zawiera osobne regulacje dotyczące dzieci. Zgodnie z nimi przetwarzanie danych osobowych dzieci poniżej 16 roku życia jest zgodne z prawem, jeżeli zgoda została wyrażona przez osobę sprawującą władzę rodzicielską lub za zgodą tej osoby. Oznacza to, iż w przypadku, gdy ze sklepu internetowego korzystać ma osoba poniżej 16 roku życia, zgodę na przetwarzanie jej danych osobowych powinien wyrazić rodzic lub osoba sprawująca opiekę. Państwa członkowskie mogą jednak przewidzieć w swoim prawie krajowym niższą granicę wiekową – musi ona wynosić co najmniej 13 lat. Polska prawdopodobnie z tego uprawnienia skorzysta (rozwiązanie takie przewiduje projekt nowej ustawy o ochronie danych osobowych).



Najczęściej zadawane pytania dotyczące ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych oraz produktów Trusted Shops



1. Czy Trusted Shops również musi dostosować się do nowych regulacji prawnych w zakresie ochrony danych osobowych? Jeżeli tak, to w jaki sposób?

Podobnie jak wszystkie europejskie przedsiębiorstwa, Trusted Shops już pracuje nad wdrożeniem wymogów RODO w ramach własnej działalności. Oprócz opracowania na nowo rejestru przetwarzania i pozostałej dokumentacji należy tutaj również wymienić dostosowanie polityki prywatności na własnych stronach internetowych oraz aktualizację szkoleń pracowników pod kątem RODO.

2. Czy Trusted Shops oferuje możliwość zawarcia umowy o przetwarzanie danych w ramach zlecenia?

Wraz z rozpoczęciem obowiązywania RODO oraz w związku z odpowiednimi zmianami w obrębie wymagań ustawowych Trusted Shops będzie oferować sklepom internetowym, które korzystają z narzędzi Trusted Shops, zawarcie umowy powierzenia przetwarzania danych.

Obecnie pracujemy nad stworzeniem standardowego projektu umowy, który udostępniemy zainteresowanym klientom jeszcze przed rozpoczęciem obowiązywania RODO. Prosimy o wyrozumiałość, ponieważ ze względu na liczbę klientów oraz zmiany wprowadzane przez rozporządzenie Trusted Shops nie jest w stanie zaoferować wszystkim klientom sprawdzenia oraz zawarcia ich indywidualnych projektów umowy.

Oczywiście projekt zaproponowany przez Trusted Shops będzie spełniał wytyczne ustawowe oraz odpowiednio uwzględniał interesy naszych klientów.

3. Czy sprzedawca internetowy musi informować w swojej polityce prywatności o stosowaniu produktów Trusted Shops?

Ponieważ nowe przepisy zwiększają obowiązki informacyjne administratorów stron internetowych, sklep internetowy będzie musiał w przyszłości informować w swojej polityce prywatności, jeżeli — na podstawie zgody kupującego lub umowy powierzenia przetwarzania danych zawartej z Trusted Shops — dane osobowe będą przekazywane Trusted Shops lub gdy Trusted Shops będzie pozyskiwać takie dane na stronie internetowej sklepu.

Informacje w polityce prywatności powinny wskazywać, w jaki sposób dane będą gromadzone i przetwarzane, oraz określać kategorie gromadzonych danych. Firma Trusted Shops GmbH powinna zostać przy tym jednoznacznie wymieniona jako podmiot przetwarzający dane sklepu internetowego w ramach umowy powierzenia danych. Dodatkowo polityka prywatności powinna wyjaśniać cel oraz podstawę prawną przetwarzania danych osobowych. Jeżeli przekazywanie danych osobowych firmie Trusted Shops odbywa się na podstawie zgody, oprócz prawa do cofnięcia zgody należy poinformować również o prawie do wniesienia sprzeciwu.



4. Jakie dane są gromadzone w przypadku zastosowania produktów Trusted Shops?

A. Sklep internetowy, który korzysta z produktów Trusted Shops przez narzędzia API:

Jeżeli sklep internetowy stosuje narzędzia API oferowane przez Trusted Shops, to właśnie od indywidualnych ustawień API zależy, jakie dane osobowe kupującego i w jakim momencie są przekazywane do Trusted Shops.

Z tego względu nie można definitywnie stwierdzić, jakie dane są przekazywane między sklepem internetowym a Trusted Shops podczas korzystania z API. Szczegółowe informacje o narzędziach API oferowanych przez Trusted Shops znajdują się na stronie api.trustedshops.com.

Proszę uwzględnić, że przekazywanie danych osobowych przez kupujących firmie Trusted Shops, również za pomocą API, wymaga zazwyczaj wcześniejszej zgody osoby, której dane dotyczą j, ponieważ mamy tutaj do czynienia z przekazywaniem danych osobowych w celach marketingowych. Sklep internetowy jest zatem zobowiązany do wcześniejszego zebrania odpowiednich oświadczeń zgody.

B. Sklep internetowy ze zintegrowanym narzędziem Trustbadge:

a) Przekazywanie danych podczas wizyty w sklepie internetowym ze zintegrowanym Trustbadge

Tak jak w przypadku wyświetlania strony internetowej także podczas wywoływania przez klienta funkcji Trustbadge wbudowanej w sklepie (czyli jednocześnie z wyświetleniem strony sklepu) automatycznie tworzony jest wpis do dziennika. Mamy tu do czynienia ze standardowym formatem, w którym znajdują się informacje o kliencie przeglądarki wyświetlającym stronę (data, godzina, adres internetowy strony, adres IP klienta, user agent...). Są to dane o wykorzystaniu, które dotyczą każdorazowego przekazywania danych w Internecie. Do takiego rodzaju przekazywania danych dochodzi szczególnie w przypadku włączenia treści osób trzecich.

Z powyższych danych Trusted Shops nie tworzy profili użytkownika ani nie ustala tożsamości osoby odwiedzającej stronę. Dane te są wykorzystywane wyłącznie do zapewnienia bezbłędnego działania serwisu.

Dodatkowo sama wizyta na stronie sklepu, na której wbudowany jest Trustbadge, nie powoduje automatycznego przekazywania nam danych osobowych (np. imię i nazwisko, adres e-mail itd.) ani ich zapisywania.

b) Przekazywanie danych w przypadku zamówienia w sklepie internetowym

Jeżeli kupujący sam nie korzysta z produktów Trusted Shops, podczas włączenia Trustbadge do Trusted Shops przekazywany jest wyłącznie numer zamówienia. Służy to przede wszystkim do weryfikacji późniejszych gwarancji i opinii.



Pozostałe dane — szczególnie dane osobowe — są przekazywane wyłącznie wtedy, gdy produkty Trusted Shops dla kupujących są aktywnie wykorzystywane przez klienta sklepu oraz gdy wyrazi on odpowiednią zgodę na przekazanie danych lub gdy w przeszłości wyraził taką zgodę na poczet przyszłych zakupów.

Gromadzone są wówczas wyłącznie te dane, które są niezbędne do korzystania z naszych produktów. W przypadku korzystania z gwarancji Trusted Shops oraz możliwości oddania opinii o e-sklepie jest to zazwyczaj data zamówienia, numer zamówienia, ew. istniejący numer klienta, wartość zamówienia, waluta, ew. przewidywana data dostawy, metoda płatności oraz adres e-mail kupującego. Jeżeli sklep ma włączoną opcję opinii o produkcie, poza adresem URL produktu oraz zdjęciem produktu gromadzone są również informacje o nazwie produktu, identyfikatorach produktu SKU, GTIN, MPN, a także o producencie. W przypadku braku aktywacji gwarancji Trusted Shops i woli otrzymania jedynie przypomnienia o możliwości wystawienia opinii, potrzebny będzie jedynie numer zamówienia oraz adres e-mail. Trusted Shops nie uzyskuje w ten sposób żadnych innych danych osobowych użytkowników.

To, czy kupujący jest już zarejestrowany jako korzystający z produktów Trusted Shops, jest sprawdzane automatycznie na podstawie neutralnego parametru — adresu e-mail szyfrowanego za pomocą szyfrowania jednokierunkowego (algorytm haszujący M5). Adres e-mail jest szyfrowany przed przekazaniem danych za pomocą wartości haszującej w taki sposób, aby nie mógł zostać rozpoznany przez Trusted Shops. Jeżeli parametr nie odnajduje pasującego adresu e-mail, zostaje odrzucony. Informacje o adresie e-mail są pozyskiwane wyłącznie wtedy, gdy kupujący zdecyduje się na korzystanie z produktów Trusted Shops. Niezaszyfrowany adres e-mail kupującego i pozostałe dane nie są przekazywane podczas automatycznej transmisji danych.

Otrzymane dane są wykorzystywane wyłącznie w celu realizacji zawartych umów i przechowywane wewnątrz tylko na czas trwania wykonywania postanowień umowy przez obie strony. Następnie dane zostają zablokowane do wykorzystania, a po upływie wszystkich okresów przechowywania nakazanych przepisami prawa handlowego i podatkowego — trwale usunięte.

Jeżeli kupujący nie zdecyduje się na korzystanie z produktów Trusted Shops przeznaczonych dla kupujących i opuści stronę, dane nie zostaną przekazane do Trusted Shops ani nie będą przechowywane czy też przetwarzane przez Trusted Shops.



5. Co trzeba uwzględnić podczas wysyłania prośby o wystawienie opinii?

Prośba o wystawienie opinii jest reklamą

Podczas wysyłania wiadomości e-mail z przypomnieniem o możliwości wystawienia opinii należy uwzględnić przepisy dotyczące ochrony danych osobowych oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, ponieważ mamy tutaj do czynienia z wykorzystaniem danych osobowych w celach marketingowych.

Uzyskanie zgody

Z tego względu warunkiem wysłania prośby o wystawienie opinii jest zawsze uprzednie uzyskanie wyraźnej zgody klienta sklepu na wysłanie mu takiej wiadomości drogą elektroniczną. Uzyskanie zgody jest obowiązkowe również wtedy, gdy adres e-mail jest przekazywany osobie trzeciej, która wysłała przypomnienie o wystawieniu opinii. Ma to miejsce na przykład podczas korzystania z narzędzi Trusted Shops takich jak Review Collector oraz automatycznego zbierania opinii. W ogólnych warunkach członkostwa firma Trusted Shops zobowiązuje umownie sprzedawcę internetowego do dostarczenia w tym celu skutecznej zgody. Jeżeli dojdzie do przekazania danych bez wcześniej uzyskanej zgody, sprzedawca internetowy nie tylko narusza przepisy umowne, ale w razie jakichkolwiek szkód jest zobowiązany do wypłacenia Trusted Shops odpowiedniego odszkodowania.

Dlatego podczas aktywowania tej funkcji wyraźnie wskazuje się na warunek pozyskania zgody

Skuteczna zgoda wymaga osobnego oświadczenia kupującego. Nie można go zatem połączyć z innymi oświadczeniami. Dodatkowo wyrażenie zgody musi być związane z aktywnym działaniem klienta: może ono mieć formę pojedynczego pola wyboru (tzw. check-box) lub osobnego przycisku do wyrażenia zgody na otrzymywanie przypomnienia o wystawieniu opinii lub też podobnego aktywnego działania, np. wypełnienia pola, które jest potrzebne wyłącznie do rejestracji w celu otrzymania przypomnienia o wystawieniu opinii.

Treść i zakres

Treść i zakres zgody muszą być jednoznaczne: jakie dane i do kogo będą przekazywane, przez kogo wykorzystywane, do jakich celów, regularnie, czy jednorazowo itd. Jeżeli prośba o oddanie opinii będzie wysyłana przez osobę trzecią, oświadczenie o wyrażeniu zgody musi obejmować przekazanie osobie trzeciej adresu e-mail w celu wysłania prośby o opinię. Zatem w przypadku, gdy przypomnienie o wystawieniu opinii jest przesyłane przez Trusted Shops, sklep internetowy musi uzyskać zgodę na przekazanie adresu e-mail firmie Trusted Shops w celu wysłania przypomnienia o wystawieniu opinii.

Dodatkowo zawsze należy informować o możliwości wycofania zgody w dowolnym momencie. Wyrażenie zgody musi zostać zaprotokołowane w udokumentowany sposób.



Klient może wyrazić zgodę np. poprzez wybranie pola wyboru (tzw. check-box) na swoim koncie klienta

Wyrażenie zgody przy pomocy pola wyboru

Chcę zawsze po dokonanych zakupach otrzymywać jednorazowe przypomnienie e-mailem o możliwości wystawienia opinii i zgadzam się, aby mój adres e-mail został przekazany w tym celu firmie Trusted Shops GmbH.

lub (w przypadku wysyłania przypomnienia o wystawieniu opinii bezpośrednio przez sklep internetowy)

Chcę wystawiać opinie o moich zakupach. Proszę zawsze po dokonanych zakupach wysłać do mnie w tym celu wiadomość e-mail.

Kolejną propozycję zawiera również generator tekstów prawnych Trusted Shops w ramach praktycznych wskazówek dotyczących wysyłania próśb o opinie. Zaletą uzyskania zgody, gdy klient jest zalogowany na koncie jest to, że w tym przypadku adres e-mail jest już potwierdzony, natomiast uzyskanie zgody za pomocą linku w e-mailu z potwierdzeniem zamówienia zapewnia, że tylko właściciel adresu e-mail będzie miał do niego dostęp.

Ulotki zachęcające do oddania opinii

Polecamy również dołączenie do zamówienia ulotek zachęcających do wystawienia opinii o zakupie i sklepie. Może to być np. ulotka z krótkim linkiem do profilu sklepu w systemie opinii. W tym przypadku rygorystyczne reguły e-mail marketingu nie obowiązują.

O wystawienie opinii o sklepie można również poprosić klienta podczas kontaktu osobistego. Ponieważ w tym przypadku żadne wiadomości e-mail nie są wysyłane do klienta, wcześniejsze uzyskanie zgody nie jest konieczne.

Trusted Shops

Zaufany partner w e-commerce



Masz pytania dotyczące rozwiązań Trusted Shops w zakresie budowy zaufania?
Zespół Trusted Shops chętnie odpowie na wszelkie pytania.

 +48 22 462 64 07

members@trustedshops.com