

Techniczne wykluczenie: Wirtualne punkty i realne zniżki nie dla wszystkich klientów

Kierowanie ofert tylko do użytkowników aplikacji mobilnych to prawo sprzedawców, choć w praktyce niekorzystne dla części kupujących. Punkty przyznawane podczas zakupów w coraz większej liczbie sieci handlowych mają realne przełożenie na późniejsze rabaty, które można uzyskać po zebraniu odpowiedniej ich sumy. To jednak, co dla jednych jest szansą na dodatkowe profity zakupowe, innym może dawać poczucie bycia gorszym klientem.

Jak zauważa adw. Bartłomiej Łącki z kancelarii Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy, prowadzenie akcji marketingowych wyłącznie z wykorzystaniem aplikacji mobilnych – a przez to możliwość rabatów, nagród czy zniżek w jeden sposób – nie powinno stać w sprzeczności z konstytucyjną zasadą równości i zakazem dyskryminacji.

Inaczej jednak trzeba oceniać działanie podmiotów publicznych (czyli władzy) od prywatnych.

– O dyskryminacji tych drugich można byłoby mówić jedynie wówczas, gdyby o nierównym dostępie do promocji decydowały obiektywne lub chronione przez prawo cechy, np. wiek, płeć, wyznanie, poglądy – wyjaśnia ekspert.

Na to istotne rozróżnienie zwraca uwagę także adw. Agnieszka Trzaska-Śmieszek, partner kancelarii Kubas Kos Gałkowski. Podkreśla, że z konstytucyjnej zasady równości wobec prawa wynika zakaz dyskryminacji, ale normy te odnoszą się wyłącznie do wszystkich sfer działania państwa, administracji czy samorządów; władze publiczne mają natomiast obowiązek równego traktowania.

– Oznacza to, że to państwo i jego organy, a także inne podmioty publiczne zobowiązane są do bezpośredniego stosowania nakazu równego traktowania adresatów poszczególnych norm prawnych w sytuacjach, w których różnice między tymi adresatami pozostają bez związku z hipotezą normy prawnej – tłumaczy ekspertka. Zastrzega jednak, że konstytucyjne regulacje nie nakładają obowiązków na podmioty niepubliczne.

Poza tym celem takich praktyk – w ocenie adw. Agnieszki Trzaski-Śmieszek – nie jest ostatecznie selekcja, ale wybranie grupy, do której skierowana zostaje promocja czy akcja rabatowa. – Rzeczywiście możemy tu mówić o jakimś wykluczeniu osób starszych, którym co do zasady trudno odnaleźć się w cyfrowej rzeczywistości – zauważa ekspertka.

Na niemożność zakwestionowania tego rodzaju praktyk zwraca też uwagę Michał Herde, prezes oddziału Federacji Konsumentów w Warszawie.

– Sam jestem przeciwnikiem zakazów, zwłaszcza że dopóki istnieje możliwość korzystania z innych niż cyfrowe narzędzi, dopóty trudno jednoznacznie mówić o dyskryminacji – ocenia.

Przyczyny nierównego traktowania ekspert widzi gdzie indziej. Zwraca uwagę na zjawisko ubóstwa cyfrowego, które sprawia, że duża część społeczeństwa zostaje pozbawiona możliwości uczestniczenia w życiu ekonomicznym.

– Jest to dokuczliwe zwłaszcza w czasach inflacji, kiedy opcja korzystania z tańszych produktów i usług jest ważna – wskazuje prezes oddziału Federacji. Przypomina, że to państwo powinno wskazać, jaką grupę dotyczą trudności, i wziąć odpowiedzialność za jej edukację – tak by i ona umiała posługiwać się odpowiednimi narzędziami.

Na chronienie choćby osób starszych przed cyfrowym wykluczeniem zwraca też uwagę adw. Trzaska-Śmieszek.

– Niestety, w tym zakresie nie można liczyć na dużą pomoc państwa. Jeśli senior sam nie sięgnie po edukację, to trudno mu będzie uniknąć wykluczenia – podsumowuje.