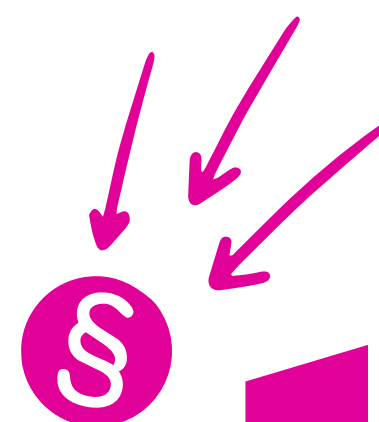




09 → zasady cyfrowej gry



Keep it
#digital #privacy
simple



Komisja Europejska (KE) pracuje nad kolejnymi przepisami w sferze #digital.

Tym razem bierze pod lupę tzw. sprawiedliwość cyfrową w ramach projektu o nazwie Digital Fairness Act.

Co to oznacza?

Nowe przepisy mają zapobiegać nieuczciwym praktykom wymierzonym w konsumentów w Internecie, w tym zwodniczym interfejsom, uzależniającym designom, niejasnemu dopasowywaniu reklam i nieuczciwemu marketingowi influencerskiemu.

Choć problem jest znany od dawna, jego znaczenie stale rośnie.

Dziś praktycznie na każdym kroku mamy do czynienia z formami manipulacji, niezależnie po której stronie jesteśmy: przedsiębiorcy czy użytkownika.



**Jakim praktykom
chce przeciwdziałać KE?**

Dark patterns

W keep it simple było już nieco o zwodniczych interfejsach, tzw. dark patterns, wraz z przykładami ( zobacz tutaj).

Poniżej kolejne rodzaje manipulowania konsumentami:

- **Zawstydzanie**, czyli wzbudzanie poczucia wstydu lub winy w razie niewykonania pożądanego czynności, np. subskrypcji newslettera (przykładowo opcja wyboru tak/nie z napisem: „nie, nie chcę być na czasie ☹️”)
- **Sztuczna pilność**, czyli stosowanie odliczania lub wywierającej presję narracji np. o kończącej się promocji czy ograniczonej dostępności produktu

- **Naleganie**, czyli wielokrotne pytanie o dokonanie określonego wyboru, np. pop-up'y z prośbą o włączenie powiadomień w aplikacji
- **Zmylenie**, czyli takie zaprojektowanie strony, by skupić uwagę użytkownika na określonych obszarach, np. uwidacznianie odpłatnych usług i utrudnianie dotarcia do tych bezpłatnych



Czy wiesz, że...

badanie KE z 2022 roku wykazało, że 97% najpopularniejszych stron internetowych i aplikacji używanych przez konsumentów w UE wdrożyło przynajmniej jeden dark pattern!

Cyfrowe uzależnienie¹²

W interesie przedsiębiorców leży projektowanie usług i produktów tak, aby zwiększać zaangażowanie użytkowników, co przekłada się na ilość czasu spędzonego na korzystaniu z tych usług i produktów, a także na ilość wydawanych pieniędzy.

Dostawcy korzystają z mechanizmów takich jak automatyczne odtwarzanie kolejnych filmów, czy przyznawanie nagród za korzystanie z aplikacji.

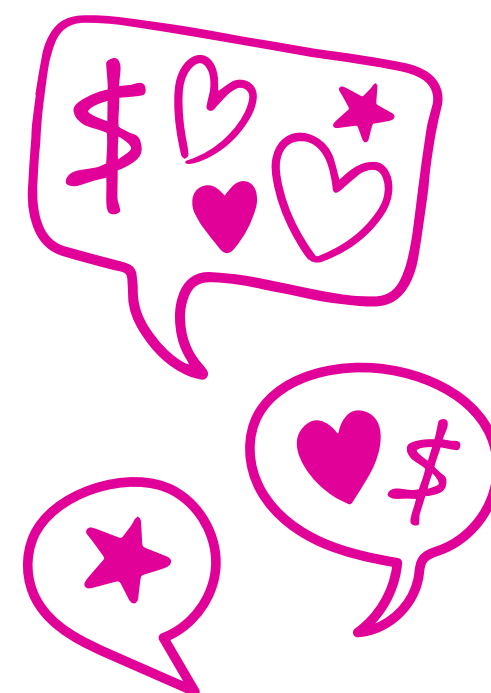
KE planuje wziąć na celownik także branżę gamingową, w tym sprzedaż wirtualnych przedmiotów i wymianę pieniędzy na waluty wirtualne, które mogą wprowadzać w błąd co do rzeczywistej ich wartości i prowadzić do nieprzemyślanych wydatków.

Marketing influencerski

KE chce przeciwdziałać szkodliwym praktykom influencerskim, polegającym m.in. na promowaniu szkodliwych produktów.

Nowe zasady miałyby obejmować nie tylko samych influencerów, ale też firmy, które zlecają im reklamy.

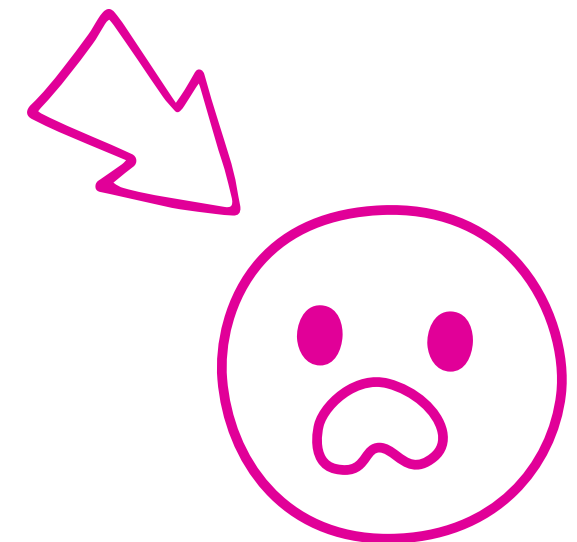
Chodzi o zwiększenie odpowiedzialności za promowane treści.



Personalizacja ←

KE zwraca też uwagę na personalizację, czyli dopasowywanie treści, reklam czy ofert do konkretnego użytkownika na podstawie jego danych i zachowań. Może to prowadzić do nieuczciwego różnicowania cen czy kierowania reklam do osób szczególnie podatnych na wpływy.

Celem jest zwiększenie przejrzystości i ograniczenie wykorzystywania wiedzy na temat użytkownika, w tym jego słabości, do osiągnięcia celów marketingowych.



Na co zwrócić uwagę?

Te plany regulacyjne to sygnał, że działania na rynku cyfrowym będą podlegały coraz większej kontroli.

Wobec tego warto by firmy już teraz:

- przeanalizowały swoje aktywności pod kątem ryzyka uznania ich za praktyki manipulacyjne,
- przyjrzały się zlecanym współpracom influencerskim,
- sprawdziły swoje zasady personalizacji reklam.

To tyle na dziś!

W razie pytań zachęcamy
do kontaktu z naszym zespołem:

Agnieszką Witaszek

i Martyną Taciak-Jankowiak

