

Treści i usługi cyfrowe – nowe obowiązki dla przedsiębiorców

r. pr. Marta Czeladzka

adw. Grzegorz Leśniewski

07.06.2022 r.

www.een.org.pl

Agenda:

1. Dyrektywy cyfrowa, towarowa oraz dyrektywa Omnibus – **nowy ład dla konsumentów?**
2. Definicje pojęć: treści cyfrowe, usługi cyfrowe, umowa o dostarczanie treści cyfrowych lub usług cyfrowych, towary z elementami cyfrowymi oraz praktyczne przykłady.
3. Obowiązki przedsiębiorcy związane z dostarczaniem treści cyfrowych lub usług cyfrowych.
4. Obowiązki przedsiębiorcy związane ze sprzedażą towarów z elementami cyfrowymi.
5. Środki ochrony prawnej przysługujące konsumentowi w przypadku umów dostarczania treści lub usług cyfrowych i umów sprzedaży towarów z elementami cyfrowymi.
6. Nowe obowiązki przedsiębiorców związane z podawaniem cen.
7. Nowe obowiązki przedsiębiorców dotyczące internetowych platform handlowych.
8. Pytania i odpowiedzi.

Geneza i cele dyrektyw

- Część **Strategii jednolitego rynku cyfrowego dla Europy**, której fundamentalnym założeniem jest stworzenie jednolitego rynku online dla towarów, osób usług i kapitału w UE
- **Dyrektywy cyfrowa i towarowa:** wzmocnienie transgranicznego handlu elektronicznego przez umożliwienie konsumentom lepszego dostępu do treści cyfrowych i usług cyfrowych oraz ułatwienie przedsiębiorcom dostarczania tych treści i usług, przy jednoczesnym zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów
- **Dyrektywa Omnibus:** poprawa egzekwowania praw konsumentów oraz możliwości dochodzenia praw przysługujących konsumentom

Sposób harmonizacji, zakres podmiotowy i przedmiotowy zmian

- **Sposób harmonizacji:** dyrektywa
- **Poziom harmonizacji:** harmonizacja maksymalna
- **Zakres podmiotowy:** stosunki *business-to-consumer* (B2C)
- **Zakres przedmiotowy:** regulacja niezupełna, dotyczy jedynie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (dyrektywa cyfrowa), niektórych aspektów umów sprzedaży towarów (dyrektywa towarowa) oraz niektórych uprawnień konsumentów (dyrektywa Omnibus)

Ramy czasowe

- **Dyrektywy cyfrowa i towarowa:**
 - wejście w życie: 11 czerwca 2019 r.
 - termin na implementację dla państw członkowskich: 1 lipca 2021 r.
 - obowiązek stosowania przepisów od 1 stycznia 2022 r.
 - dyrektywy zaimplementowało 21 państw, 6 państw jest w trakcie (w tym Polska)
- **Dyrektywa Omnibus:**
 - wejście w życie: 7 stycznia 2020 r.
 - termin na implementację dla państw członkowskich: 28 listopada 2021 r.
 - obowiązek stosowania przepisów od 28 maja 2022 r.
 - dyrektywę zaimplementowało 15 państw, 12 państw jest w trakcie (w tym Polska)

Planowany sposób implementacji dyrektyw do prawa polskiego

- **Umieszczenie nowych przepisów:** ustawa o prawach konsumenta + drobne zmiany w k.c.
- **Dyrektywa cyfrowa i towarowa:**
 - projekt ustawy wdrażającej: opublikowany 29 grudnia 2020 r.
 - numer RCL: UC53
 - stan prac: trwają prace Komisji Prawniczej RM, ostatnia wersja projektu z 11 kwietnia 2022 r.
- **Dyrektywa Omnibus:**
 - projekt ustawy wdrażającej: opublikowany 5 lipca 2021 r.
 - numer RCL: UC86
 - stan prac: trwają prace Komisji Prawniczej RM, ostatnia wersja projektu z 28 marca 2022 r.

Treści cyfrowe – definicja

- Pojęcie użyte po raz pierwszy w dyrektywie o prawach konsumenta (2011/83)
- Art. 2 pkt 11 dyrektywy 2011/83: **dane wytwarzane i dostarczane w formie cyfrowej**
- Analogiczna definicja zawarta w art. 2 pkt 5) ustawy z 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta
- Motyw 19 dyrektywy 2011/83/UE: *programy komputerowe, aplikacje, gry, muzyka, nagrania wizualne lub teksty, bez względu na to, czy dostęp do nich osiąga się poprzez pobieranie czy poprzez odbiór danych przesyłanych strumieniowo, na nośniku materialnym czy przy użyciu jakichkolwiek innych środków*
- **Dyrektywa cyfrowa nie wprowadza zmian w pojęciu treści cyfrowych** (definicja treści cyfrowych zawarta jest w art. 2 pkt 1 dyrektywy)
- Obecnie definicja treści cyfrowych znajduje się jedynie w **dyrektywie cyfrowej**, zaś w dyrektywie o prawach konsumenta wprowadzono odwołanie do definicji znajdującej się w dyrektywie cyfrowej (zmiany wprowadzone dyrektywą Omnibus)

Usługa cyfrowa – definicja

- Pojęcie wprowadzone dyrektywą cyfrową
- Definicja zawarta w art. 2 pkt 2 dyrektywy cyfrowej:

Usługa cyfrowa oznacza:

a) usługę pozwalającą konsumentowi na wytwarzanie, przetwarzanie i przechowywanie danych lub dostęp do nich w postaci cyfrowej

b) usługę pozwalającą na wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub wytworzone przez konsumenta lub innych użytkowników tej usługi, lub inne formy interakcji przy pomocy takich danych

- Motyw 19 dyrektywy cyfrowej: *usługi typu „oprogramowanie jako usługa”, takie jak udostępnianie treści wideo i audio oraz innego rodzaju hosting plików, edycja tekstu lub gry oferowane w chmurze obliczeniowej i w mediach społecznościowych*

Umowa o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej

- Dotychczasowa regulacja (dyrektywa 2011/83 oraz ustawa o prawach konsumenta)
- Brak legalnej definicji umowy w dyrektywie cyfrowej
- Definicja celowościowa: **umowa, na podstawie której przedsiębiorca dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć konsumentowi treści cyfrowe lub usługę cyfrową, w tym również wykonaną według wskazówek konsumenta, a konsument płaci cenę lub zobowiązuje się do jej zapłaty**
- Zmiana w stosunku do dyrektywy 2011/83 – jeśli treści cyfrowe bądź usługi cyfrowe są dostarczane konsumentowi na nośniku materialnym, do umowy obejmującej dostarczenie treści lub usługi stosujemy **dyrektywę cyfrową** (wcześniej nośniki materialne były traktowane jak towary i były objęte umową sprzedaży)
- Zasadniczo umowa odpłatna, wyjątek: dostarczanie treści lub usługi w zamian za dane osobowe

Towary z elementami cyfrowymi – definicja

- Definicja zawarta w art. 2 pkt 3 dyrektywy cyfrowej oraz w art. 2 pkt 5 b) dyrektywy towarowej:
towary z elementami cyfrowymi oznaczają materialne rzeczy ruchome, które zawierają w sobie treści cyfrowe lub usługę cyfrową lub są z takimi treściami lub taką usługą wzajemnie połączone w taki sposób, że brak tych treści cyfrowych lub usługi cyfrowej uniemożliwiłby tym towarom wykonywanie ich funkcji
- przy czym dostarczenie treści lub usług cyfrowych musi nastąpić wraz z towarem na podstawie tej samej umowy sprzedaży, niezależnie od tego, czy treści cyfrowe lub usługa cyfrowa dostarczane są przez sprzedawcę, czy przez osobę trzecią
- Art. 3 ust. 3 zd. 3 dyrektywy towarowej oraz art. 3 ust. 4 zd. 2 dyrektywy cyfrowej – w przypadku wątpliwości domniemanie, że treści cyfrowe lub usługi cyfrowe zawarte w towarach lub wzajemnie z nimi połączone objęte są **umową sprzedaży**

Zakresy zastosowania dyrektyw cyfrowej i towarowej – podsumowanie

- Dyrektywa cyfrowa – umowa o dostarczanie treści cyfrowych lub usług cyfrowych, w tym treści lub usług dostarczanych na nośnikach materialnych
- Dyrektywa towarowa – umowa sprzedaży towarów z elementami cyfrowymi
- Rozgraniczenie stosowania przepisów dyrektyw w praktyce – możliwe problemy

Obowiązki przedsiębiorcy związane z dostarczaniem treści cyfrowych i usług cyfrowych oraz praktyczne przykłady co do ich wdrożenia

- Obowiązek dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej
- Obowiązek zapewnienia zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową
 - subiektywne wymogi zgodności z umową
 - obiektywne wymogi zgodności z umową
 - obowiązek dostarczania aktualizacji
- Obowiązki związane z integracją treści cyfrowych lub usługi cyfrowej ze środowiskiem cyfrowym konsumenta
- Obowiązek dokonywania zmian treści lub usług cyfrowych

Obowiązek dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej

- Art. 5 ust. 2 dyrektywy cyfrowej – obowiązek jest zrealizowany, gdy spełnione są dwa warunki:
 - treści cyfrowe lub usługa cyfrowa bądź środki służące do uzyskania dostępu do nich lub ich pobrania dotarły do sfery konsumenta; oraz
 - ze strony przedsiębiorcy nie są konieczne już żadne inne działania, aby umożliwić konsumentowi zgodne z umową korzystanie z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej
- Art. 5 ust. 1 dyrektywy cyfrowej – obowiązek aktualizuje się niezwłocznie po zawarciu umowy, chyba że strony uzgodniły inaczej

Obowiązek zapewnienia zgodności treści lub usługi z umową

- Art. 6 dyrektywy cyfrowej – jakość świadczenia przedsiębiorcy
- Jakość powinna zostać oceniona według dwóch kryteriów: subiektywnych oraz obiektywnych
- Wymogi subiektywne oraz obiektywne muszą zostać spełnione kumulatywnie

Subiektywne wymogi zgodności z umową

- Konieczność spełniania przez treści i usługi cyfrowe oczekiwań konsumenta, które może on mieć na podstawie treści umowy zawartej z przedsiębiorcą
- **Art. 7 dyrektywy cyfrowej** – subiektywna zgodność zachodzi jeżeli, w szczególności:
 - opis, ilość i jakość oraz funkcjonalność, kompatybilność, interoperacyjność i inne cechy treści cyfrowych lub usługi cyfrowej spełniają warunki przewidziane w umowie
 - treści cyfrowe lub usługa cyfrowa nadają się do szczególnego celu, do którego są potrzebne konsumentowi i o którym konsument powiadomił przedsiębiorcę najpóźniej w momencie zawarcia umowy, i który przedsiębiorca zaakceptował
 - treści cyfrowe lub usługa cyfrowa są dostarczane wraz z wszelkimi akcesoriami i instrukcjami, w tym instrukcją instalacji, oraz wsparciem technicznym dla konsumenta, zgodnie z umową
 - treści cyfrowe lub usługa cyfrowa są aktualizowane zgodnie z umową

Funkcjonalność, kompatybilność i interoperacyjność

- Art. 2 pkt 11 dyrektywy cyfrowej

funkcjonalność oznacza zdolność treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do pełnienia ich funkcji z uwzględnieniem przeznaczenia tych treści lub tej usługi

- Art. 2 pkt 10 dyrektywy cyfrowej

kompatybilność oznacza zdolność treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do współdziałania ze sprzętem komputerowym lub oprogramowaniem, z którymi zazwyczaj korzysta się z treści cyfrowych lub usług cyfrowych tego samego rodzaju, bez konieczności przekształcania treści cyfrowych lub usługi cyfrowej

- Art. 2 pkt 12 dyrektywy cyfrowej

interoperacyjność oznacza zdolność treści cyfrowych lub usług cyfrowych do współdziałania ze sprzętem komputerowym lub oprogramowaniem innymi niż te, z którymi zazwyczaj korzysta się z treści cyfrowych lub usług cyfrowych tego samego typu

Obiektywne wymogi zgodności z umową

- Konieczność spełniania przez treści i usługi cyfrowe uzasadnionych oczekiwań konsumenta
- **Art. 8 dyrektywy cyfrowej** – obiektywna zgodność zachodzi, jeżeli treści lub usługi cyfrowe:
 - nadają się do celów, do których zazwyczaj korzysta się z treści lub usług tego samego rodzaju
 - występują w takiej ilości i mają takie cechy i inne funkcje działania (...), jakie są typowe dla treści lub usług tego samego rodzaju i których konsument może zasadnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz oświadczenia publiczne złożone przez przedsiębiorcę lub inne osoby na wcześniejszych etapach łańcucha transakcji albo w imieniu przedsiębiorcy lub takich innych osób, w szczególności w reklamie lub na etykiecie
 - są dostarczane wraz z akcesoriami instrukcjami, których dostarczenia konsument może zasadnie oczekiwać
 - są zgodne z wersjami próbnymi lub zapowiedziami treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, udostępnionymi przez przedsiębiorcę przed zawarciem umowy

Możliwość odstąpienia przez strony od wymogów obiektywnych

- Art. 8 ust. 5 dyrektywy cyfrowej – odstąpienie jest możliwe, gdy:
 - konsument został wyraźnie poinformowany w momencie zawierania umowy, że konkretna cecha treści cyfrowych lub usługi cyfrowej odbiega od obiektywnych wymogów zgodności z umową; oraz
 - w sposób wyraźny w momencie zawierania umowy zaakceptował to odstąpienie

Obowiązek dostarczania aktualizacji

- Zarówno **subiektywny**, jak i **obiektywny** wymóg zapewnienia zgodności z umową
- Wymóg subiektywny – obowiązek dostarczenia konsumentowi aktualizacji, które uzgodniono w umowie, które spełniają warunki uzgodnione w umowie (są niewadliwe i kompletne, etc.)
- Wymóg obiektywny – obowiązek informowania konsumenta o aktualizacjach, w tym aktualizacjach zabezpieczeń, które są niezbędne do zachowania zgodności treści lub usługi cyfrowej z umową, oraz zapewnienia dostarczania aktualizacji
- **Decyzja** o tym, czy instalować aktualizację została **pozostawiona konsumentowi** – jeśli konsument nie dokona aktualizacji, pomimo przekazania mu przez przedsiębiorcę informacji o dostępności aktualizacji i konsekwencjach jej niezainstalowania, nie może oczekiwać dalszej zgodności treści lub usług cyfrowych z umową
- Powyższe zasady dotyczą aktualizacji **bezpłatnych**

Obowiązki w zakresie integracji treści cyfrowej lub usługi cyfrowej

- **Integracja** – połączenie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej z elementami środowiska cyfrowego konsumenta i włączanie ich do tych elementów, tak aby możliwe było korzystanie z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej zgodnie z wymogami zgodności z umową przewidzianymi w niniejszej dyrektywie (art. 2 pkt 4 dyrektywy cyfrowej)
- Odpowiedzialność przedsiębiorcy za brak zgodności z umową w przypadku niewłaściwej integracji nastąpi, gdy:
 - niewłaściwa integracja treści cyfrowych lub usługi cyfrowej została przeprowadzona przez przedsiębiorcę lub na jego odpowiedzialność
 - treści cyfrowe lub usługa cyfrowa zostały zintegrowane przez konsumenta, a niewłaściwa integracja była wynikiem błędów w instrukcji dostarczonej przez przedsiębiorcę

Obowiązek dokonywania zmian treści lub usług cyfrowych

- W przypadku umów o dostarczanie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej w sposób ciągły przez określony czas treści lub usługi muszą pozostawać zgodne z umową przez cały ten czas – przedsiębiorca ma obowiązek dokonywać zmian treści lub usług cyfrowych w zakresie koniecznym do utrzymania zgodności z umową przez **cały czas trwania umowy**

Jednostronne zmiany treści lub usług cyfrowych przez przedsiębiorcę

- Jednostronne zmiany w zakresie wykraczającym poza to, co jest niezbędne do zachowania zgodności treści cyfrowych lub usługi cyfrowej z umową, są możliwe przy spełnieniu następujących warunków:
 - umowa zezwala na taką zmianę i określa uzasadnioną przyczynę do dokonania zmiany
 - zmiana jest wprowadzana bez dodatkowych kosztów dla konsumenta
 - konsument został poinformowany w sposób jasny i zrozumiały o zmianie
 - w przypadkach, gdy zmiana wpływa negatywnie na korzystanie z treści lub usług przez konsumenta – konsument został z odpowiednim wyprzedzeniem poinformowany na trwałym nośniku o właściwościach i terminie dokonania zmiany oraz o prawie do rozwiązania umowy lub możliwości zachowania treści lub usługi bez zmiany

Obowiązki przedsiębiorcy związane ze sprzedażą towarów z elementami cyfrowymi

- Obowiązki wskazane w dyrektywie towarowej
- Obowiązki ukształtowane analogicznie do obowiązków wskazanych w dyrektywie cyfrowej, z uwzględnieniem specyfiki towarów z elementami cyfrowymi
- W szczególności aktualne obowiązki przedsiębiorcy związane z aktualizacjami treści cyfrowych bądź usług cyfrowych zawartych w towarach z elementami cyfrowymi

Środki ochrony prawnej przysługujące konsumentowi

- Środki ochrony prawnej w przypadku niedostarczenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej
- Środki ochrony prawnej w przypadku braku zgodności treści lub usług cyfrowych z umową:
 - żądanie doprowadzenia treści lub usług do zgodności z umową
 - żądanie proporcjonalnego obniżenia ceny
 - żądanie rozwiązania umowy

Środki w przypadku niedostarczenia treści lub usługi cyfrowej

- Art. 13 ust. 1 dyrektywy cyfrowej – prawo do rozwiązania umowy po uprzednim wezwaniu przedsiębiorcy do spełnienia świadczenia
- **Wyjątki** – możliwość natychmiastowego rozwiązania umowy przez konsumenta, gdy:
 - przedsiębiorca oświadczył lub z okoliczności jasno wynika, że nie dostarczy treści cyfrowych lub usługi cyfrowej
 - konsument i przedsiębiorca uzgodnili lub z okoliczności zawarcia umowy jasno wynika, że określony termin dostarczenia ma istotne znaczenie dla konsumenta, a przedsiębiorca nie dostarczył treści lub usługi cyfrowej przed upływem tego terminu lub w tym terminie

Środki w przypadku braku zgodności treści lub usług z umową

- Art. 14 dyrektywy cyfrowej:
 - żądanie doprowadzenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do zgodności z umową
 - żądanie otrzymania proporcjonalnego obniżenia ceny
 - żądanie rozwiązania umowy (prawo odstąpienia od umowy).
- **Hierarchizacja środków** – konsument jest pozbawiony dowolności w wyborze żądania, z którym zwróci się do przedsiębiorcy
- Dodatkowo możliwość żądania odszkodowania za szkodę wynikającą z braku zgodności z umową lub niedostarczenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej – zgodnie z uregulowaniami krajowymi

Żądanie doprowadzenia treści lub usług do zgodności z umową

- Podstawowy środek ochrony prawnej przysługujący konsumentowi
- Sposób realizacji żądania uzależniony od decyzji przedsiębiorcy
- Przedsiębiorca ma obowiązek doprowadzić treści lub usługi do zgodności z umową:
 - w rozsądnym terminie
 - nieodpłatnie
 - bez poważnych niedogodności dla konsumenta, uwzględniając charakter treści cyfrowych lub usługi cyfrowej oraz cel, do którego konsument wykorzystuje treści cyfrowe lub usługę cyfrową

Żądanie proporcjonalnego obniżenia ceny

- Środek ochrony prawnej dostępny jedynie w przypadku umów odpłatnych
- Żądanie dostępne dla konsumenta, gdy:
 - skorzystanie ze środka ochrony prawnej w postaci doprowadzenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do zgodności z umową jest niemożliwe lub niewspółmierne
 - przedsiębiorca nie doprowadził treści lub usługi do zgodności z umową zgodnie z zasadami opisanymi w dyrektywie (nieodpłatnie, w rozsądnym terminie, bez poważnych niedogodności dla konsumenta)
 - brak zgodności z umową występuje nadal, pomimo że przedsiębiorca próbował doprowadzić treści cyfrowe lub usługę cyfrową do zgodności z umową
 - brak zgodności z umową jest na tyle poważny, że uzasadnia natychmiastowe obniżenie ceny
 - przedsiębiorca oświadczył lub z okoliczności jasno wynika, że nie doprowadzi treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do zgodności z umową

Żądanie rozwiązania umowy

- Zasadniczo żądanie przysługuje w tych samych sytuacjach, co żądanie obniżenia ceny
- ALE dodatkowy warunek – musi występować **istotność niezgodności** treści lub usług cyfrowych z umową
- W przypadku dostarczania treści lub usług w zamian za dane osobowe możliwość żądania rozwiązania umowy występuje także wtedy, gdy brak zgodności z umową jest nieistotny
- W związku z rozwiązaniem umowy przedsiębiorca ma obowiązek zwrotu konsumentowi wszelkich kwot zapłaconych zgodnie z umową – bez zbędnej zwłoki, a w każdym razie w terminie 14 dni od dnia, w którym przedsiębiorca został poinformowany o decyzji konsumenta o wykonaniu przez niego prawa do rozwiązania umowy
- Przedsiębiorca ma także obowiązek powstrzymania się od wykorzystywania treści innych niż dane osobowe, które zostały dostarczone lub wytworzone przez konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej

Okres odpowiedzialności i termin przedawnienia

- **Okres odpowiedzialności** przedsiębiorcy:
 - w przypadku umów przewidujących dostarczanie treści lub usługi jednorazowo lub w szeregu pojedynczych dostaw – dwa lata od momentu dostawy
 - w przypadku umów przewidujących dostarczanie treści lub usług w sposób ciągły przez pewien okres – cały czas trwania umowy
- **Termin przedawnienia** roszczeń konsumenta:
 - w przypadku umów przewidujących dostarczanie treści lub usługi jednorazowo lub w szeregu pojedynczych dostaw – nie może upłynąć w ciągu dwóch lat od momentu dostawy
 - w przypadku umów przewidujących dostarczanie treści lub usług w sposób ciągły przez pewien okres – nie może upłynąć przed zakończeniem umowy

Ciężar dowodu

- Ciężar dowodu spoczywa na przedsiębiorcy
- Konsument musi udowodnić, że treść lub usługa cyfrowa jest niezgodna z umową
- ALE: dyrektywa wprowadza **domniemanie**, że brak zgodności treści lub usługi z umową istniał w momencie dostawy bądź w czasie obowiązywania umowy w przypadku umów z dostawami odbywającymi się w sposób ciągły
- Ciężar dowodu spoczywający na przedsiębiorcy jest ograniczony w czasie i obejmuje:
 - okres jednego roku od momentu dostarczenia treści lub usług cyfrowych
 - okres trwania umowy w przypadku umów przewidujących dostawy w sposób ciągły przez określony czas

Środki ochrony prawnej w przypadku sprzedaży towarów z elementami cyfrowymi

- Środki analogiczne jak w przypadku umów o dostarczanie treści lub usług cyfrowych, z uwzględnieniem specyfiki towarów z elementami cyfrowymi:
 - żądanie doprowadzenia towarów do zgodności z umową poprzez:
 - naprawę towaru lub
 - wymianę towaru
 - żądanie proporcjonalnego obniżenia ceny
 - żądanie rozwiązania umowy

Nowe obowiązki przedsiębiorców związane z podawaniem cen

- Zmiany dyrektywy 98/6/WE
- Art. 6a:
 1. W każdym ogłoszeniu o obniżce ceny podaje się **wcześniejszą cenę** stosowaną przez podmiot gospodarczy przez określony okres przed zastosowaniem obniżki ceny
 2. Wcześniejsza cena oznacza najniższą cenę stosowaną przez podmiot gospodarczy w okresie, który **nie może być krótszy niż 30 dni** przed zastosowaniem obniżki ceny

Informacja o obniżonej cenie

- Zmiany wprowadzane do ustawy z 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług
- Wątpliwości związane z projektowaną implementacją obowiązku w Polsce:
 - ustawa o informowaniu o cenach towarów i usług jest regulacją szeroką, dotyczy również stosunków B2B, stąd wątpliwość, czy obrót B2B w Polsce będzie również objęty nowymi obowiązkami (z założenia przepisy dotyczą stosunków B2C)
 - projektowany art. 4 ust. 2 ustawy o cenach towarów i usług: *W każdym przypadku obniżenia ceny towaru lub usługi uwidacznia się **obok informacji o obniżonej cenie** również **informację o najniższej cenie** tego towaru lub usługi jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki*
 - dyrektywa 98/6/WE dotyczy tylko towarów, projekt przepisu implementującego odnosi się także do usług

Informacja o obniżonej cenie – c.d.

- Obowiązek dotyczy przedsiębiorców będących faktycznie stroną umowy z konsumentem (nie dotyczy pośredników, np. wyszukiwarek cen, czy producentów)
- Obowiązek dotyczy jedynie obniżek / promocji (ALE: projekt implementacji przepisu w ustawie o prawach konsumenta zawiera sformułowanie *w każdym przypadku obniżenia ceny towaru lub usługi*)
- Obowiązek dotyczy także reklamy towaru bądź usługi
- Kwestie do rozstrzygnięcia:
 - sposób przedstawienia obniżki (treść ogłoszenia)
 - ogłoszenia ogólne a ogłoszenia odnoszące się do konkretnego towaru
 - miejsce informowania o obniżkach cen
 - możliwość skorzystania z wyjątków (towary z krótkim terminem przydatności)

Informowanie o indywidualnym dostosowaniu ceny

- Obowiązek dotyczy jedynie przedsiębiorców stosujących zautomatyzowane podejmowanie decyzji, w tym profilowanie
- W dyrektywie Omnibus, a także w projekcie ustawy implementującej dyrektywę **brak jakichkolwiek wytycznych** co do sposobu realizacji obowiązku, w tym zakresu informacji, jakie musi przedstawić przedsiębiorca

Zasady pozycjonowania ofert („plasowanie” ofert)

- **Plasowanie** – przyznawanie określonej widoczności produktom lub wagi nadawanej wynikom wyszukiwania przez przedsiębiorców udostępniających funkcję wyszukiwania internetowego w formie, w jakiej zostało przedstawione, zorganizowane lub przekazane niezależnie od wykorzystanych środków technologicznych
- Obowiązek przekazania konsumentowi **ogólnych informacji dotyczących głównych parametrów decydujących o plasowaniu ofert** przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względne znaczenie tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami
- Informacje muszą być przedstawione **w specjalnej części interfejsu internetowego**, która jest w sposób bezpośredni i łatwy dostępna ze strony z wynikami wyszukiwania
- Obowiązek podania informacji, że oferta uzyskała wyższą pozycję w zamian za dokonanie płatności (oferty sponsorowane)
- Nowy obowiązek dotyczy: internetowych platform handlowych, porównywarek, wyszukiwarek

Zasady weryfikacji opinii o produktach

- Przedsiębiorca, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, będzie miał obowiązek podawać informacje o tym, czy i w jaki sposób zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli
- Ponadto **zakazane** będzie:
 - twierdzenie przez przedsiębiorcę, że opinie o produkcie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy nabyli/używali danego produktu, jeśli przedsiębiorca nie podjął uzasadnionych i proporcjonalnych kroków w celu sprawdzenia, czy opinie te rzeczywiście pochodzą od tych konsumentów
 - zamieszczanie lub zlecenie zamieszczania innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów, albo zniekształcanie lub zlecenie innej osobie zniekształcania opinii lub rekomendacji konsumentów, w celu promowania produktów (kupowanie fałszywie pozytywnych opinii, manipulowanie treścią lub sposobem prezentowania opinii)

Nowe obowiązki informacyjne dla internetowych platform handlowych

- Informacje o głównych parametrach dotyczących pozycjonowania (plasowania) ofert
- Informacje o personalizacji cen (indywidualnym dostosowaniu ceny)
- Informacje o charakterze umowy zawieranej za pośrednictwem platformy (B2B czy B2C)
- Informacje o podziale odpowiedzialności między dostawcą platformy a sprzedawcą
- Informacje o sposobach komunikacji z przedsiębiorcą
- Informacje dotyczące usług cyfrowych i towarów z elementami cyfrowymi

Sankcje za niedostosowanie się do nowych przepisów

- Sankcje za niedostosowanie się do nowych obowiązków **w zakresie podawania cen**
 - możliwość interwencji inspektora Inspekcji Handlowej oraz nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości **do 20 000 zł**, a w przypadku naruszeń powtarzających się trzykrotnie w ciągu 12 miesięcy – w wysokości **do 40 000 zł**
 - możliwość interwencji Prezesa UOKiK w przypadku naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (kary do 10% rocznego obrotu przedsiębiorcy)
- Sankcje za stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych związanych z ***fake reviews***
 - możliwość dochodzenia praw przez konsumentów w związku z błędną decyzją zakupową wywołaną nieuczciwym działaniem przedsiębiorcy w drodze powództw cywilnoprawnych
 - możliwość interwencji Prezesa UOKiK w przypadku naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Praktyczne skutki – obszary działań do rozważenia

- Zmiany w regulaminach
- Zmiany w systemach informatycznych
- Zmiany w informacjach na stronach www
- Zmiany w procesach obsługi klientów oraz sposobach komunikacji z klientami

Akty prawne Unii Europejskiej związane z tematem webinarium:

- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (tzw. **dyrektywa cyfrowa**), OJ L 136, 22.5.2019, p. 1–27
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (tzw. **dyrektywa towarowa**), OJ L 136, 22.5.2019, p. 28–50
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (tzw. **dyrektywa Omnibus**), OJ L 328, 18.12.2019, p. 7–28

Dziękujemy za uwagę!

Treści i usługi cyfrowe – nowe obowiązki dla przedsiębiorców, 07.06.2022 r.

r. pr. Marta Czeladzka, adw. Grzegorz Leśniewski

Leśniewski Borkiewicz & Partners, <https://lbplegal.com/>

www.een.org.pl

