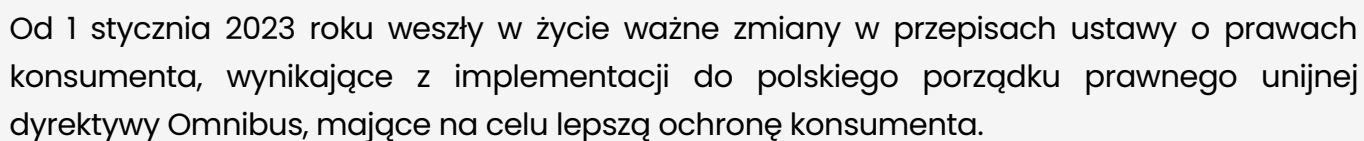




DYREKTYWA OMNIBUS VS. E-COMMERCE

2023

Nowe wyzwania dla przedsiębiorców



Do tych zmian przede wszystkim muszą dostosować się przedsiębiorcy działający w **branży e-commerce**.

Zmiany w przepisach mają zastosowanie do następujących podmiotów z branży e-commerce:

- przedsiębiorców prowadzących sprzedaż online;
- dostawców internetowej platformy handlowej.

Przedsiębiorcy mają za zadanie dostosować się do nowych obowiązków informacyjnych, które obejmują:

- zmianę regulaminów;
- zmianę dokumentacji powiązanej z regulaminami;
- przygotowanie odpowiednich interfejsów na stronie internetowej.



Przedsiębiorcy prowadzący sprzedaż online

cy sprzedaż online

Nowe zasady informowania o obniżaniu ceny towarów i usług

- **w każdym przypadku obniżenia ceny towaru lub usługi** – obowiązek podania obok informacji o obniżonej cenie również informacji o najniższej cenie tego towaru lub usługi, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki;
- **w odniesieniu do towarów, które są oferowane do sprzedaży krócej niż 30 dni** – obok informacji o obniżonej cenie obowiązek podania również informacji o najniższej cenie towaru lub usługi, która obowiązywała w okresie od dnia oferowania tego towaru lub usługi do sprzedaży do dnia wprowadzenia obniżki;
- **w przypadku towarów, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności** – obowiązek podania informacji o obniżonej cenie oraz informacji o cenie sprzed pierwszego zastosowania obniżki

Analogiczne zasady uwidaczniania cen towarów i usług wskazanych w pkt 1-3 będą obowiązywały także w reklamach, w których przedsiębiorca podaje cenę reklamowanego towaru lub usługi.

Opinie konsumentów. Obowiązki informacyjne, weryfikacja oraz zakaz „kupowania” opinii

- **obowiązek weryfikowania opinii o produktach** - ustanowienie procesów i procedur, które pozwolą zapewnić konsumentów, że publikowane opinie pochodzą od konsumentów, którzy faktycznie kupili/używali produktów;
- **udzielanie konsumentom informacji na temat sposobu dokonywania weryfikacji** w zakresie tego, kto wystawił opinię i czy zamieszczone zostały wszystkie opinie (pozytywne/negatywne).



3. Nowe informacje, które należy przekazać konsumentowi przy umowach zawieranych na odległość:

- informacje o innym środku komunikacji online niż adres poczty elektronicznej, jeżeli taki środek przedsiębiorca dodatkowo udostępnia, a który:

- gwarantuje zachowanie pisemnej korespondencji pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą; w tym daty i godziny takiej korespondencji;
- spełnia wymogi trwałego nośnika;
- umożliwia szybkie i efektywne kontaktowanie się konsumenta z przedsiębiorcą.

- informacje o indywidualnym dostosowaniu ceny na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, jeżeli przedsiębiorca takie stosuje;
- informacje o przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową;
- informacje o funkcjonalności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środkach ich ochrony;
- informacje o mających znaczenie kompatybilności i interoperacyjności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych;
- brak konieczności podawania numeru faksu przedsiębiorcy.

Wprowadzone zmiany:

Zmiana w zakresie informowania konsumenta o braku możliwości odstąpienia od umowy w przypadku dostarczenia treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym.



Dostawcy internetowej platformy handlowej

Nowość

Nowe obowiązki informacyjne

Obowiązki informacyjne dostawcy internetowej platformy handlowej rodzą się najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość.

Obowiązek informowania konsumenta w sposób jasny i zrozumiały oraz odpowiadający rodzajowi
użytego środka porozumiewania się na odległość:

- czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą. Konsument dzięki informacjom powinien mieć jasność, czy zawiera umowę z przedsiębiorcą czy z konsumentem;
- o niestosowaniu przepisów dotyczących konsumentów do umowy zawieranej na internetowej platformie handlowej, jeżeli stroną tej umowy oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe nie jest przedsiębiorca;
- o podziale obowiązków związanych z umową, która jest zawierana przez konsumenta na internetowej platformie handlowej, pomiędzy osobę trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe, a dostawcę internetowej platformy handlowej;
- o plasowaniu produktów.



2. No

Obowiązek ten ma zastosowanie wyłącznie internetowych platform handlowych, czyli takich, na których konsumenci mogą bezpośrednio zawierać umowy z przedsiębiorcami albo innymi konsumentami. Przepis nie będzie mieć zastosowania np. do porównywarek cenowych lub wyszukiwarek niebędących jednocześnie dostawcami internetowych platform handlowych. W przypadku, gdy np. porównywarka będzie jednocześnie internetową platformą handlową, wówczas przepisy o obowiązkach informacyjnych znajdą do nich zastosowanie.



3.

Czarna lista nieuczciwych praktyk rynkowych

Uzupełniono listę, na której znajdują się:

- podawanie wyników internetowego wyszukiwania bez wyraźnego ujawnienia płatnej reklamy lub płatności dokonanej specjalnie w celu uzyskania wyższego plasowania produktów w ramach wyników wyszukiwania;
- odsprzedaż konsumentom biletów na imprezy kulturalne lub sportowe, jeżeli przedsiębiorca nabył je z wykorzystaniem oprogramowania pozwalającego obchodzić środki techniczne lub przekraczać limity techniczne nałożone przez pierwotnego sprzedawcę, aby obejść ograniczenia nałożone w odniesieniu do liczby biletów, które dana osoba może kupić lub innych zasad mających zastosowanie do zakupu biletów;
- twierdzenie przez przedsiębiorcę, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, że zostały one zamieszczone przez konsumentów, którzy używali/nabyli dany produkt, mimo że przedsiębiorca nie podjął uzasadnionych i proporcjonalnych kroków, aby sprawdzić, czy opinie faktycznie pochodzą od tych konsumentów;
- zamieszczanie lub zlecenie zamieszczania nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów albo ich zniekształcanie w celu promowania produktów.

Kancelaria Ślązak Zapiór i Partnerzy zapewnia wsparcie
przedsiębiorcom w zakresie wdrożenia nowych
przepisów

KONTAKT

Ślązak, Zapiór i Partnerzy

Kancelaria Adwokatów i Radców Prawnych sp. p.

ul. Modelarska 25
40-142 Katowice

tel.: +48 32 783 88 00

e-mail: kontakt@kancelaria-szip.pl

Jarosław Góra

Adwokat i Specjalista w zakresie prawa własności
intelektualnej i nowych technologii

e-mail: jgora@kancelaria-szip.pl