

Implementacja dyrektywy Omnibus: zmiany w prawie krajowym. Część 6

Unijna dyrektywa Omnibus jeszcze przed uchwaleniem określana była mianem *New Deal* dla konsumentów. Jej implementacja do polskiego porządku prawnego może wprowadzić sporą rewolucję nie tylko w kwestii samego komunikowania się z konsumentami (szczególnie w świecie cyfrowym), lecz także w ich zwyczajach zakupowych.

To, w jaki sposób zmieniają się wymagania stawiane przedsiębiorcom, będą wyjaśniać eksperci WKB w tej i w kolejnych częściach niniejszego cyklu.

SZCZEGÓŁOWE ROZWIĄZANIA DEDYKOWANE INTERNETOWYM PLATFORMOM HANDLOWYM

Przepisy prawne dotyczące rynków cyfrowych stanowią wyjątkowe wyzwanie zarówno dla organów egzekwujących ich wykonanie, jak i samych przedsiębiorców. Innowacyjność produktów i usług oferowanych internetowo stwarza konieczność odpowiedniego dostosowania obowiązujących ram prawnych. Rozwiązania w tym zakresie wdraża dyrektywa Omnibus przewidująca szereg nowych obowiązków, które nałożone będą zarówno na dostawców takich platform, jak i przedsiębiorców oferujących za ich pośrednictwem swoje produkty i usługi.

Internetowa platforma handlowa, czyli co?

W większości opracowań wskazuje się na 4 podstawowe kryteria niezbędne do zaklasyfikowania danej usługi jako *online marketplace*. Po pierwsze, za pośrednictwem danej platformy musi dojść do **połączenia niezależnych grup klientów i sprzedawców**. Po drugie, **kupujący i sprzedający wchodzi ze sobą w bezpośrednie interakcje** w celu zainicjowania i realizacji transakcji. Po trzecie, platforma powinna zapewniać **ramy instytucjonalne i regulacyjne** dla danych transakcji. I po czwarte, **dostawca serwisu sam nie produkuje ani nie handluje** w przeważającym stopniu towarami lub usługami **na danej platformie**. Zatem w skrócie *online marketplace* pełni takie funkcje, jak: łączenie kupujących i sprzedawców, wspieranie transakcji oraz zapewnienie infrastruktury instytucjonalnej¹.

Unijny prawodawca podjął się zwalczania istniejących obecnie rozbieżności, które spowodowane były niejednoznacznością dotychczas rozumieniem analizowanego terminu. Zdecydowano się na wprowadzenie do dyrektyw 2005/29/WE oraz 2011/83/UE następującej definicji:

” **internetowa platforma handlowa** oznacza usługę korzystającą z oprogramowania, w tym strony internetowej, części strony internetowej lub aplikacji, obsługiwanego przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, która umożliwia konsumentom zawieranie umów na odległość z innymi przedsiębiorcami lub konsumentami.

¹ Business Models In The Digital Economy: An Empirical Classification Of Digital Marketplaces, https://www.imw.fraunhofer.de/content/dam/moez/de/documents/working_paper/working_paper_digital_marketplaces_final.pdf

Wskazać należy, że omawiany *online marketplace* nie będzie utożsamiany z dostawcą danej usługi, zaś jedynie z samą usługą przez niego dostarczaną.

Z jednej strony nowoprzyjęte rozwiązanie jest w porównaniu do poprzednich sposobów definicyjnych znacznie szersze i wydaje się być bardziej dostosowane do dzisiejszych rynków cyfrowych. Prawodawca unijny nie ograniczył się wyłącznie do klasycznych stron internetowych z ofertami klientów platformy. **Obejmuje ono bowiem również części stron i aplikacje, dzięki czemu objęte daną definicją mogą zostać również platformy, w których usługi handlu internetowego nie są podstawową funkcją.**



Za przykład może tutaj posłużyć Facebook, który jako serwis społecznościowy posiada również swój *marketplace*.

Z drugiej strony jednak tak szeroki zakres ww. definicji oznacza duży stopień niepewności dla przedsiębiorców. Zawarta w omawianej dyrektywie Omnibus definicja nie pozwala bowiem w precyzyjny sposób ustalić, czy dana usługa powinna być kwalifikowana jako internetowa platforma handlowa. Prawidłowe zakwalifikowanie usługi ma kluczowe znaczenie dla określenia, czy przedsiębiorca będzie zobowiązany do wdrożenia nowych wymogów wynikających z dyrektywy Omnibus.

Nowe obowiązki nałożone na dostawców internetowych platform handlowych oraz na sprzedawców

Nowe przepisy wprowadzają szereg obowiązków, z którymi będą musieli zmierzyć się zarówno dostawcy platform handlowych, jak i przedsiębiorcy sprzedający na nich swoje towary. Niektóre z poniższych obowiązków były już omawiane w naszych poprzednich alertach ([Część 4. Wyszukaj hasło: „Zakupy Omnibus” – co z pozycjonowaniem ofert?](#) lub [Część 5. Nowe wymogi dotyczące informacji udzielanych konsumentowi przed zawarciem umowy, czyli większa przejrzystość podczas zakupów w internecie](#)).

Po pierwsze, nieuczciwą praktyką handlową wprowadzającą w błąd będzie **nieudzielenie informacji o tym, czy osoba trzecia** (w domyśle sprzedający) **oferująca produkty jest przedsiębiorcą**. Informacja będzie udzielana **na podstawie oświadczenia** tej osoby trzeciej złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej, co oznacza, że na dostawcy nie będą ciążyły obowiązki szczegółowego weryfikowania rzeczywistego stanu rzeczy.

Po drugie, zmiany polegają na nałożeniu **nowych wymogów informacyjnych w przypadku umów zawieranych na internetowych platformach handlowych**, które będą musiały być zrealizowane na etapie przedkontraktowym. Dostawca internetowej platformy handlowej jest zobowiązany udzielić konsumentowi w sposób jasny i zrozumiały poniższych informacji, przy czym **za niewystarczające będzie uznane ich przekazanie jedynie w regulaminie lub innych podobnych dokumentach umownych**.

➤➤ **Informacje o plasowaniu:** na dostawcy ciążyć będzie obowiązek przedstawienia ogólnych informacji dotyczących **głównych parametrów decydujących o pozycjonowaniu ofert** przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względnego znaczenia tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami – te informacje należy udostępnić w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest bezpośrednio i łatwo dostępna ze strony, na której oferty są prezentowane.

- » Poinformowanie **jaki charakter będzie miała zawierana za pośrednictwem platformy umowa** (B2C czy C2C) poprzez:
 - a) wskazanie, **czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe jest przedsiębiorcą**, albo
 - b) gdy sprzedawca nie jest przedsiębiorcą – wskazanie, że **prawa konsumentów** wynikające z unijnego prawa ochrony konsumentów **nie mają zastosowania do umowy zawieranej z takim sprzedawcą**.
- » **Informacje o zakresie odpowiedzialności dostawcy platformy**: dostawca będzie zobowiązany wskazać, w jaki sposób **obowiązki** związane z umową są **podzielone między sprzedawcę a dostawcę platformy** (przykładowo: sprzedawca jest odpowiedzialny za zgodność towaru z ofertą, zaś dostawca platformy – za dostarczenie towaru).

Jednocześnie wskazać należy, że **istnieje ryzyko wprowadzenia kolejnych i bardziej szczegółowych obowiązków przez krajowe ustawodawstwa**, albowiem dyrektywa Omnibus umożliwia nakładanie na dostawców platform handlowych dodatkowych wymogów informacyjnych. Takie przepisy muszą być jednak proporcjonalne, niedyskryminujące i uzasadnione ochroną konsumenta. Implementujący projekt krajowej ustawy² nie przewiduje póki co takich rozwiązań.

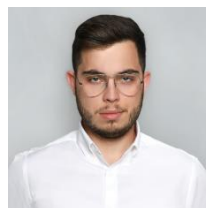
W przypadku jakichkolwiek pytań serdecznie zapraszamy do kontaktu z naszymi prawnikami z zespołu prawa konkurencji i prawa konsumenckiego:



Dorota Karczewska
radca prawny, partner
dorota.karczewska@wkb.pl



Aleksandra Mariak
advokat
aleksandra.mariak@wkb.pl



Mateusz Musielak
prawnik
mateusz.musielak@wkb.pl

² Projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, nr UC86, <https://legislacja.rcl.gov.pl>