

## Implementacja dyrektywy Omnibus: zmiany w prawie krajowym. Część 5

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.**

### NOWE WYMOGI DOTYCZĄCE INFORMACJI UDZIELANYCH KONSUMENTOWI PRZED ZAWARCIEM UMOWY, CZYLI WIĘKSZA PRZEJRZYŚĆ PODCZAS ZAKUPÓW W INTERNECIE

Realizacja przez przedsiębiorcę obowiązku przekazania konsumentowi określonych informacji na etapie przedkontraktowym ma na celu ułatwienie mu podjęcia świadomej decyzji o ewentualnym zawarciu umowy. W projekcie ustawy implementującej do polskiego porządku prawnego dyrektywę Omnibus („Projekt ustawy”)<sup>1</sup> przewidziano nowe wymagania dotyczące informacji udzielanych konsumentowi przed zawarciem umowy. Niektóre z propozycji, chociaż wynikające z dyrektywy Omnibus, mogą budzić kontrowersje wśród przedstawicieli biznesu.

#### Indywidualne dostosowanie ceny – czy możliwe?

Przedsiębiorcy już teraz mogą indywidualnie dostosowywać cenę swoich ofert do konkretnych konsumentów lub kategorii konsumentów w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji i profilowanie zachowań konsumentów. Dostrzega się jednak, że konsumenci powinni otrzymać stosowną informację, gdy zaproponowana im cena została indywidualnie dostosowana. Dla świadomych konsumentów taka informacja może być bowiem bardzo istotna, gdyż **indywidualne dostosowanie ceny może działać zarówno na ich korzyść, jak i odwrotnie.**

Zgodnie z Projektem ustawy przedsiębiorcy stosujący taki mechanizm będą więc **musieli** poinformować konsumenta o indywidualnym dostosowaniu ceny w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji.

#### Sposoby komunikacji z przedsiębiorcą

Duże wątpliwości wśród przedstawicieli biznesu wzbudziło kategoryczne przesądzenie o **obowiązku podania numeru telefonu i adresu e-mail**, pod którym konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą. Do tej pory obowiązek taki powstawał tylko, gdy ww. sposoby komunikacji były u danego przedsiębiorcy dostępne. W dobie transformacji cyfrowej wielu przedsiębiorców zrezygnowało więc z komunikacji telefonicznej na rzecz

<sup>1</sup> Projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, nr UC86, <https://legislacja.rcl.gov.pl>

bardziej nowoczesnych i mniej kosztownych kanałów, jak np. czaty internetowe. Dyrektywa Omnibus wydaje się jednak **jednoznaczna w tym zakresie**. Z drugiej strony Projekt ustawy **usuwa wymóg informowania o numerze faksu**, który również wydaje się być archaicznym kanałem komunikacji z konsumentami.

Jeśli przedsiębiorca udostępnia inny środek komunikacji, 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,

to wówczas również musi poinformować konsumenta o innym tego typu środku komunikacji.

### Informacje dotyczące usług cyfrowych i towarów z elementami cyfrowymi

Obowiązujące przepisy ustawy o prawach konsumenta („UPK”) przewidują wymóg informowania konsumentów o „funkcjonalności” i „interoperacyjności” wyłącznie w odniesieniu do treści cyfrowych. W Projekcie ustawy obowiązek ten został rozszerzony na **usługi cyfrowe i towary z elementami cyfrowymi**. Dodatkowo obok interoperacyjności wprowadzono wymóg informowania o „**kompatybilności**”. Wskazane pojęcia zostały zaczerpnięte z tzw. dyrektywy o treściach cyfrowych<sup>2</sup>. Co ciekawe obowiązek ten obejmuje swoim zakresem zarówno informacje o mających znaczenie kompatybilnościach i interoperacyjnościach towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych, o których **przedsiębiorca wie**, jak i te, o których racjonalnie oczekując **powinien był wiedzieć**.

Jak wskazywaliśmy [w drugiej części naszego cyklu](#), definicja treści cyfrowej została już zdefiniowana w UPK. W ww. alercie podawaliśmy również przykłady usług cyfrowych.

Z kolei **towary z elementami cyfrowymi** oznaczają materialne rzeczy ruchome, które:

1. zawierają w sobie treści cyfrowe lub usługę cyfrową, lub
2. są z takimi treściami lub taką usługą wzajemnie połączone w taki sposób, że brak tych treści cyfrowych lub usługi cyfrowej uniemożliwiłyby tym towarom wykonywanie ich funkcji.

Treści cyfrowe wzajemnie połączone z towarem mogą obejmować dostarczanie w sposób ciągły danych o ruchu w systemie nawigacji lub dostarczanie w sposób ciągły indywidualnie dostosowanych planów treningu w przypadku inteligentnych zegarków.

Przedsiębiorcy oferujący usługi cyfrowe, bądź towary z elementami cyfrowymi, będą musieli przekazać konsumentowi informację o:

1. zdolności 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 (**kompatybilność**);
2. zdolności 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 (**interoperacyjność**);
3. zdolności treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do pełnienia ich funkcji z uwzględnieniem przeznaczenia tych treści lub tej usługi (**funkcjonalność**).

<sup>2</sup> 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.

## Informacja o odpowiedzialności przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową

Projekt ustawy ujednotacza terminologię w odniesieniu do obowiązku informacyjnego przedsiębiorcy w zakresie jego odpowiedzialności za **jakość świadczenia i obowiązku dostarczenia rzeczy bez wad**. Po wejściu w życie nowych przepisów w miejsce tych obowiązków przedsiębiorca będzie musiał poinformować konsumenta o swojej odpowiedzialności za **zgodność świadczenia z umową**. Dzięki temu przepis swoim zakresem obejmie nie tylko obowiązek przedsiębiorcy zapewnienia, aby z umową był zgodny wyłącznie towar, ale także treści cyfrowe i usługi cyfrowe.

## O czym muszą informować dostawcy internetowych platform handlowych?

Ze względu na rosnące znaczenie platform internetowych Projekt ustawy przewiduje osobne obowiązki informacyjne dla ich dostawców. Zgodnie z nowymi przepisami będą oni musieli poinformować konsumenta w sposób **jasny i zrozumiały** oraz **odpowiedni** do użytego środka porozumiewania się na odległość o:

1. plasowaniu ofert, które omawialiśmy [w poprzednim alertcie](#);
2. tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą (na podstawie oświadczenia tej osoby złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej);
3. braku zastosowania przepisów konsumenckich do umowy zawieranej na internetowej platformie handlowej, jeżeli stroną tej umowy oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe nie jest przedsiębiorca;
4. podziale obowiązków związanych z umową zawieraną przez konsumenta na internetowej platformie handlowej pomiędzy osobą trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawcą internetowej platformy handlowej (jeśli taki podział ma miejsce).

Przykładowo pkt. 4 znajdzie zastosowanie w sytuacji, gdy dostawca platformy handlowej będzie odpowiedzialny za dostarczenie towaru, a osoba trzecia – za jego zgodność z umową. Dostawcy platform będą musieli rozważyć, w jaki sposób udostępnić te informacje, aby uczynić zadość wymaganiom stawianym przez ustawodawcę. Obowiązek ten nie będzie bowiem zrealizowany w przypadku podania powyższych informacji w ogólnych warunkach umownych.

## Podsumowanie

Omówione zmiany w dużej mierze stanowią odpowiedź ustawodawcy na intensywny rozwój nowych technologii. Potrzeba dopasowania obowiązujących ram prawnych do zmieniającej się rzeczywistości **korzystnie wpływa na pozycję konsumenta**, który staje się coraz bardziej poinformowany w procesie zawierania umowy przez internet.

Przedsiębiorcy, do których odnoszą się proponowane zmiany, powinni pamiętać, że **do nowych obowiązków znajdują zastosowanie ogólne wymogi przekazywania informacji konsumentom w sposób jasny i zrozumiały**, a także **odpowiedni** do użytego środka porozumiewania się na odległość.

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



**Dorota Karczewska**  
radca prawny, partner  
[dorota.karczewska@wkb.pl](mailto:dorota.karczewska@wkb.pl)



**Aleksandra Hyla**  
prawnik  
[aleksandra.hyla@wkb.pl](mailto:aleksandra.hyla@wkb.pl)