

YOUR BUSINESS PARTNER

www.sdo.com.pl

SDO
LEGAL

Szanowni Państwo,

wychodząc naprzeciw Państwa oczekiwaniom przedstawiamy krótką informację o zmianach prawnych, jakie zaczną niebawem obowiązywać.

Od 1 stycznia 2023 r. wchodzi w życie przepisy implementujące trzy unijne dyrektywy. Nowe przepisy w sposób istotny wpływają na rynek e-commerce (ale nie tylko), nakładając na sprzedawców wiele dodatkowych obowiązków. Naruszenie tych obowiązków będzie się wiązało z możliwością nałożenia kar finansowych.

Zapraszamy do lektury.

NOWE REGULACJE

Od 1 stycznia 2023 r. wchodzi w życie przepisy implementujące trzy unijne dyrektywy:

1. **dyrektywa Omnibus**, czyli 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;
2. **dyrektywa towarowa**, czyli 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;
3. **dyrektywa cyfrowa**, czyli 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.

Zmiany dotyczą w szczególności:

- zasad informowania o cenach,
- publikowania opinii o sprzedawanych produktach,
- zasad reklamacji produktów,
- rozróżnienia usług cyfrowych oraz treści cyfrowych.

Nowe regulacje: zmiany dla sprzedawców



OBNIŻKI I PROMOCJE

Dyrektywa Omnibus wprowadza rozwiązania mające na celu ochronę konsumentów przed nierzetelnymi lub nawet nieuczciwymi praktykami sprzedawców w zakresie informowania o cenach i promocjach cenowych dotyczących sprzedawanych produktów, co obejmuje zarówno towary, jak i świadczone usługi.

Od 1 stycznia 2023 r. informacji o obniżeniu ceny produktu będzie musiała towarzyszyć informacja o **najniższej cenie tego produktu, jaka obowiązywała w terminie 30 dni przed zastosowaniem obniżki**. Rozwiązanie to ma na celu ochronę konsumenta przed działaniem polegającym na podwyższeniu ceny produktu krótko przed zastosowaniem obniżki - tak aby można było pochwalić się większym cenowym upustem.

Jeżeli produkt dostępny był w ofercie krócej niż 30 dni, to obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie **od dnia rozpoczęcia oferowania** tego produktu do sprzedaży do dnia wprowadzenia obniżki.

UWAGA

Nowe przepisy w zakresie obowiązku informowania o obniżce ceny dotyczą wszystkich przedsiębiorców – nie tylko sprzedających swoje produkty w Internecie. Obowiązek ten obejmuje także sklepy stacjonarne.

W rozporządzeniu wydanym na podstawie nowych przepisów zostanie określony sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów lub usług, oraz informacji o obniżonej cenie oraz wykaz towarów, w przypadku których nie jest wymagane uwidocznienie ceny jednostkowej.



KONSEKWENCJE NARUSZENIA OBOWIĄZKU INFORMACYJNEGO

Na podmiot naruszający obowiązki związane z informowaniem o najniższej obowiązującej cenie może zostać nałożona **kara pieniężna w wysokości do 20.000 zł**. Kara taka nakładana jest w drodze decyzji administracyjnej przez wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej. Jednak jeżeli przedsiębiorca nie wykonał tych obowiązków co najmniej trzykrotnie w okresie 12 miesięcy licząc od dnia, w którym stwierdzono naruszenie tych obowiązków po raz pierwszy, kara pieniężna może wynieść **do 40.000 zł**.

Nie wyklucza to jednak nałożenia sankcji na podstawie innych przepisów. W szczególności działanie takie może zostać uznane za naruszające zbiorowe interesy konsumentów, co oznacza ryzyko nałożenia kary pieniężnej przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W takim przypadku kara może zostać wymierzona w wysokości do 10% obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

OPINIE UŻYTKOWNIKÓW

Przedsiębiorca może dopuścić się nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez zaniechanie podania konsumentowi informacji koniecznych do podjęcia decyzji. W wyniku implementacji dyrektywy Omnibus, do informacji, które powinny być udostępniane potencjalnemu nabywcy, należy dodać informację o tym, czy i w jaki sposób przedsiębiorca zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli - w przypadku przedsiębiorcy, który umożliwia dostęp do wystawionych przez konsumentów opinii o produktach.

UWAGA

Nowa regulacja nie nakłada obowiązku weryfikowania przesłanych opinii. Jeżeli przedsiębiorca nie dokonuje takiej weryfikacji, powinien to wyraźnie zaznaczyć. Jeżeli zdecydowano się na podjęcie takich działań, należy wskazać, w jaki sposób taka weryfikacja następuje.





Nowelizacja rozszerza także tzw. czarną listę nieuczciwych praktyk rynkowych. Za takie działanie zostały uznane m.in.:

1. twierdzenie przez przedsiębiorcę, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, że te opinie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli, mimo że przedsiębiorca nie podjął odpowiednich działań, by to zweryfikować;
2. zamieszczanie lub zlecenie zamieszczania innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów albo zniekształcanie opinii lub rekomendacji konsumentów w celu promowania produktów.

Jak wskazano wyżej, przedsiębiorca nie będzie zobowiązany do weryfikowania zamieszczonych opinii. Jednak jeżeli nie będzie tego realizował, nie będzie mógł informować potencjalnych nabywców o tym, że taką weryfikację przeprowadził. Należy zwrócić uwagę, że zakwestionowane może być także to, czy działania, jakie przedsiębiorca podjął w celu weryfikacji, są odpowiednie dla ustalenia, czy opinia taka faktycznie pochodzi osoby z produktu korzystającej.

Niezależnie od powyższego, **nieuczciwą praktyką rynkową będzie zawsze samodzielne lub zlecane umieszczanie nieprawdziwych informacji lub rekomendacji.**

NOWE ZASADY REKLAMACJI

W wyniku implementacji Dyrektywy towarowej zmodyfikowane zostały przepisy dotyczące odpowiedzialności sprzedawcy za produkt. Do tej pory kwestie te były regulowane przez przepisy Kodeksu cywilnego w zakresie, w jakim odnosiły się do rękojmi. Od 1 stycznia 2023 r. do konsumentów zawierających umowy zobowiązujące do przeniesienia własności (np. umowę sprzedaży, umowę dostawy lub umowę o dzieło) nie będą znajdować zastosowania regulacje dotyczące rękojmi zawarte w Kodeksie cywilnym. Kwestia ta będzie w całości i kompleksowo regulowana przez przepisy ustawy o prawach konsumenta.

Zmienia się m.in. podstawa złożenia przez konsumenta reklamacji. Do tej pory była to wada fizyczna produktu, zaś od 1 stycznia 2023 r. podstawą reklamacji będzie **niezgodność towaru z umową**. Przepisy określają katalog elementów, które wpływają na ocenę zgodność towaru z umową. Są to m.in. jego opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność i funkcjonalność czy przydatność do szczególnego celu określonego przez konsumenta, o którym powiadomił sprzedawcę.



Mogą to być także cechy towaru wynikające z publicznego zapewnienia, np. z reklamy. Jeżeli będzie można stwierdzić niezgodność w zakresie tych cech pomiędzy towarem a umową, którą był objęty, będzie to oznaczało, że towar jest niezgodny z umową. W takim przypadku konsumentowi będą przysługiwały określone uprawnienia.

Na korzyść konsumenta zmieniono także domniemanie dotyczące istnienia niezgodności towaru z umową już w chwili jego dostarczenia. Obecnie okres ten (w odniesieniu do wad) wynosi 1 rok. Od 1 stycznia 2023 r. będzie obowiązywać domniemanie, zgodnie z którym brak zgodności towaru z umową, który ujawnił się **przed upływem dwóch lat** od chwili dostarczenia towaru, istniał w chwili jego dostarczenia, o ile nie zostanie udowodnione inaczej lub domniemania tego nie można pogodzić ze specyfiką towaru lub charakterem braku zgodności towaru z umową.

UPRAWNIENIA KONSUMENTA W ZWIĄZKU Z NIEZGODNOŚCIĄ TOWARU Z UMOWĄ

Zakres uprawnień przysługujących konsumentowi nie uległ zmianie. Osoba, która dochodzi roszczeń wynikających z niezgodności towaru z umową może żądać naprawy towaru, jego wymiany, obniżenia ceny albo odstąpić od umowy.

NAPRAWA LUB WYMIANA TOWARU

Konsument może podjąć decyzję, czy oczekuje naprawy towaru czy też jego wymiany na nowy. Sprzedawca może jednak zrealizować roszczenie alternatywne (dokonać wymiany, gdy konsument żąda naprawy albo dokonać naprawy, gdy konsument żąda wymiany) w sytuacji, w której wybrany przez konsumenta sposób usunięcia niezgodności z umową jest niemożliwy albo wymagałby nadmiernych kosztów dla przedsiębiorcy.



PRZYKŁAD

Roszczenie o wymianę towaru jest niemożliwe do zrealizowania, jeżeli przedsiębiorca nie dysponuje już innym egzemplarzem towaru. Roszczenie o naprawę może wymagać nadmiernych kosztów, jeżeli uszkodzeniu uległa znaczna część albo istotny element towaru.

W każdym przypadku, gdy naprawa i wymiana są niemożliwe lub wymagałyby nadmiernych kosztów dla przedsiębiorcy, może on **odmówić doprowadzenia towaru do zgodności z umową**. To pozwoli konsumentowi na odstąpienie od umowy lub złożenia oświadczenia o obniżeniu ceny.

OBNIŻENIE CENY LUB ODSTĄPIENIE OD UMOWY

Jeżeli naprawa lub wymiana towaru nie została zrealizowana przez przedsiębiorcę albo brak zgodności towaru z umową jest na tyle istotny, że uzasadnia pominięcie skorzystania z tych uprawnień konsument może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny lub odstąpieniu od umowy.

Obniżenie ceny polega na tym, że ustalana jest nowa cena (na podstawie oświadczenia konsumenta). Obniżona cena musi pozostawać w takiej proporcji do ceny wynikającej z umowy, w jakiej wartość towaru niezgodnego z umową pozostaje do wartości towaru zgodnego z umową. W takim przypadku przedsiębiorca powinien zwrócić kupującemu należne kwoty niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o obniżeniu ceny. **Odstąpienie od umowy** sprowadza się do zaistnienia takiego stanu, jakby umowa w ogóle nie została zawarta. W takim wypadku konsument niezwłocznie zwraca towar przedsiębiorcy na jego koszt. Przedsiębiorca natomiast zwraca konsumentowi cenę - także niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania towaru lub dowodu jego odesłania.





TREŚCI I USŁUGI CYFROWE

Wdrożenie tzw. dyrektywy cyfrowej skutkuje rozróżnieniem treści cyfrowej oraz usługi cyfrowej. To pierwsze pojęcie już funkcjonowało w naszym porządku prawnym. Zgodnie z przepisami ustawy o prawach konsumenta treści cyfrowe oznaczają dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej. Są to np. e-booki, audiobooki czy filmy. Treści te mogą być dostarczane na trwałym nośniku lub przesyłane strumieniowo. Teraz jednak wprowadzono także definicję usługi cyfrowej. Jest to usługa pozwalająca na:

1. wytwarzanie, przetwarzanie, przechowywanie lub dostęp do danych w postaci cyfrowej,
2. wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub utworzone przez konsumenta lub innych użytkowników tej usługi,
3. inne formy interakcji za pomocą danych w postaci cyfrowej.

UWAGA

W przypadku gdy treść cyfrowa dostarczana jest na trwałym nośniku (np. pendrive), zastosowanie znajdą zarówno przepisy dotyczące przeniesienia towaru na konsumenta (w zakresie pendrive), jak i przepisy dotyczące dostarczenia treści cyfrowej (w zakresie treści utrwalonej na tym nośniku).

Nowe przepisy definiują moment dostarczenia treści cyfrowej oraz usługi cyfrowej. Jest to chwila, w której konsument uzyskał do nich dostęp lub dostęp uzyskało urządzenie (fizyczne lub wirtualne) wykorzystywane przez konsumenta. Moment dostarczenia treści jest istotny, ponieważ wpływa on na prawa konsumenta związane m.in. z prawem do odstąpienia od umowy.

Podobnie jak inne towary, tak treść cyfrowa oraz usługa cyfrowa podlegają weryfikacji w zakresie ich zgodności z umową. Jednak w tym przypadku szerszy jest zakres cech podlegających weryfikacji. W przypadku tych dóbr są to funkcjonalność, kompatybilność, dostępność, ciągłość i bezpieczeństwo, jakich konsument może typowo oczekiwać od dóbr tego rodzaju.





AKTUALIZACJE

Przedsiębiorca powinien informować konsumenta o aktualizacjach niezbędnych do zachowania zgodności usługi cyfrowej z umową. Dotyczy to m.in. aktualizacji dotyczących zabezpieczeń. Aktualizacje takie powinny być dostarczane przez cały okres trwania umowy - w przypadku gdy dostarczanie treści następuje w sposób ciągły - albo przez czas rozsądnie oczekiwany przez konsumenta z uwzględnieniem rodzaju dobra oraz innych okoliczności - jeżeli treść lub usługa cyfrowa dostarczane są jednorazowo.

WYŁĄCZENIE DOMNIEMANIA ZGODNOŚCI Z UMOWĄ

Podobnie jak w przypadku „zwykłych” towarów, tak również w odniesieniu do treści oraz usług cyfrowych wprowadzono domniemanie dotyczące braku zgodności z umową. Jednak domniemania te nie mają zastosowania, jeżeli:

- środowisko cyfrowe konsumenta nie jest kompatybilne z wymaganiami technicznymi, o których przedsiębiorca poinformował go w sposób jasny i zrozumiały przed zawarciem umowy;
- konsument, poinformowany w jasny i zrozumiały sposób przed zawarciem umowy o obowiązku współpracy z przedsiębiorcą, w rozsądnym zakresie i przy zastosowaniu najmniej uciążliwych dla siebie środków technicznych, w celu ustalenia, czy brak zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową w odpowiednim czasie wynika z cech środowiska cyfrowego konsumenta, nie wykonuje tego obowiązku.

W przypadku niezgodności treści lub usługi cyfrowej z umową konsument może żądać doprowadzenia do ich zgodności z umową, a także zażądać obniżenia ceny lub odstąpić od umowy.

Po odstąpieniu od umowy przedsiębiorca nie może wykorzystywać treści innych niż dane osobowe dostarczone lub wytworzone przez konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowej lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę, z wyjątkiem treści, które:

1. użyteczne są wyłącznie w związku z treścią cyfrową lub usługą cyfrową, które stanowiły przedmiot umowy;
2. dotyczą wyłącznie aktywności konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, które stanowiły przedmiot umowy;
3. zostały połączone przez przedsiębiorcę z innymi danymi i nie mogą zostać rozłączone bez nadmiernych trudności;
4. zostały wytworzone przez konsumenta wspólnie z innymi konsumentami, którzy nadal mogą z nich korzystać.



INTERNETOWE PLATFORMY HANDLOWE

Implementacja dyrektywy Omnibus wprowadziła również regulacje dotyczące działania platform umożliwiających zawieranie umów na odległość przez konsumentów z przedsiębiorcami oraz pomiędzy osobami fizycznymi niebędącymi przedsiębiorcami.

Dostawca takiej platformy musi spełnić dodatkowe obowiązki informacyjne względem konsumenta. Powinien m.in. poinformować o ogólnych zasadach dotyczących plasowania produktów w wynikach wyszukiwania. Przedsiębiorca powinien wyjaśnić, w jaki sposób kształtuje wyniki wyszukiwania poprzez przyznanie widoczności określonym produktom.

Dodatkowo konsument powinien mieć świadomość, czy osoba, z którą zawiera umowę, jest przedsiębiorcą czy też nie posiada takiego statusu. To zaś implikuje kolejny obowiązek: jeżeli stroną umowy nie jest przedsiębiorca, konsument powinien zostać poinformowany o niestosowaniu przepisów dotyczących konsumentów, np. w zakresie odstąpienia od umowy. Identyfikacja statusu strony umowy następować powinna na podstawie złożonego przez nią oświadczenia.

Zmiany w regulaminach

Przed wejściem w życie nowych przepisów każdy przedsiębiorca, który zawiera umowy na odległość, powinien zweryfikować treść swojego regulaminu sklepu internetowego. W regulaminie należy zawrzeć m.in.:

- numer telefonu – wcześniej był opcjonalny (podobnie jak numer faksu, z którego teraz zrezygnowano całkowicie);
- postanowienia o odpowiedzialności sprzedawcy za zgodność towaru z umową;
- postanowienia usług cyfrowych oraz zaktualizować postanowienia dotyczące treści cyfrowych;
- adres email (na formularzu odstąpienia od umowy).

MASZ PYTANIA?

skontaktuj się z autorami

Klaudia Jakubowska

radca prawny

kjakubowska@sdo.com.pl

tel.: [698 492 770](tel:698492770)



Paweł Tański

radca prawny, partner zarządzający

ptanski@sdo.com.pl

tel.: [698 494 917](tel:698494917)

albo z prawnikiem, który Ciebie obsługuje lub napisz na:

ALERT@SDO.COM.PL

YOUR BUSINESS PARTNER

www.sdo.com.pl

SDO
LEGAL

Jak możemy Ci pomóc?

Kancelaria **SDO Legal** jest, według rankingu Kancelarii Prawniczych Rzeczypospolitej 2017, 2018 i 2019 r., największą kancelarią w Zachodniopomorskim, świadczącą profesjonalne usługi prawne.

Nasza wiedza i doświadczenie pozwalają chronić interesy Klientów uwzględniając nie tylko teoretyczne podejście, ale przede wszystkim praktyczne aspekty funkcjonowania biznesu.

Skontaktuj się z nami:

SDO LEGAL

www.sdo.com.pl

Siedziba:

Filia:

Adres:

Narutowicza 12 (I piętro)
PL-70240 Szczecin

Dubois 15/2 (I piętro)
PL-78100 Kołobrzeg

Tel.:

+48 600 461 260

+48 600 461 649

E-mail:

info@sdo.com.pl

CHCESZ BYĆ NA BIEŻĄCO?

ZACZNIJ NAS OBSERWOWAĆ :)



Nowe regulacje: kontrola trzeźwości i praca zdalana