

Co czeka przedsiębiorców w 2022 r., czyli kilka słów o tzw. dyrektywie Omnibus

Końcówka roku to dobry czas na układanie planów na kolejny rok. Oprócz sprzedaży i finansów warto zaplanować czas na wdrożenie kolejnych obowiązków nałożonych na przedsiębiorców w związku ze zmianami w prawie konsumenckim. Każdy przedsiębiorca powinien zapisać sobie w kalendarzu **28 maja 2022 r.**

Dlaczego? Czekają nas zmiany przepisów w związku z koniecznością dostosowania polskich przepisów do unijnych dyrektyw. Jedną z nich jest tzw. dyrektywa Omnibus.

Dyrektywa Omnibus

Określenie „dyrektywa Omnibus” to potoczna nazwa dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniającej 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.

[Dyrektywa Omnibus](#) stanowi realizację zasady wysokiej ochrony konsumenckiej. Jej celem jest zapewnienie lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta w ramach prawa Unii Europejskiej.

Z uwagi na to, że dyrektywa jest aktem prawa, który nie jest stosowany bezpośrednio, państwa członkowskie Unii Europejskiej, w tym Polska, zostały zobowiązane do przyjęcia przepisów niezbędnych do wykonania dyrektywy Omnibus do 28 listopada 2021 r. Wdrożone przepisy mają być stosowane **od 28**

maja 2022 r. W wyniku działań nad wdrożeniem dyrektywy Omnibus powstał projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz innych ustaw. Polska cały czas jednak opóźnia się z procesem implementacji przepisów.

Ustawy, które zostaną zmienione:

- Ustawa o prawach konsumenta,
- Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów,
- Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- Ustawa o informowaniu o cenach towarów i usług,
- Ustawa o wyrobach medycznych.

Najważniejsze zmiany w ustawie o prawach konsumenta – co zmienia Dyrektywa Omnibus?

Rozszerzenie ochrony konsumentów w zakresie usług cyfrowych:

- wprowadzenie rozróżnienia między usługami cyfrowymi a treściami cyfrowymi;
- objęcie przepisami ustawy umów „opłaconych” danymi osobowymi;
- dodanie nowych obowiązków przedsiębiorcy i konsumenta w odniesieniu do treści innych niż dane osobowe;
- wprowadzenie zmian w obowiązkach informacyjnych wobec konsumenta.

Zapewnienie większej przejrzystości

konsumantom zawierającym umowy on-line, w tym korzystającym z internetowych platform handlowych:

- wprowadzenie definicji internetowej platformy handlowej;
- wprowadzenie definicji dostawcy internetowej platformy handlowej;
- wprowadzenie obowiązków dostawcy internetowej platformy handlowej;
- obowiązek informowania o indywidualnym dostosowaniu ceny na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, jeżeli przedsiębiorca takie stosuje.

Inne zmiany wynikające z implementacji dyrektywy Omnibus:

- zmiany w obowiązkach informacyjnych dotyczących sposobu komunikacji z przedsiębiorcą;
- zmiany dotyczące umów zawieranych za pomocą środka porozumiewania się na odległość, którego właściwości techniczne ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie;
- zmiana dotycząca prawa do odstąpienia od umowy o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym.

Najważniejsze zmiany w ustawie o informowaniu o cenach towarów i usług – co zmienia dyrektywa Omnibus?

Zmiany w zakresie uwidaczniania cen w przypadku zastosowania obniżek cen:

- w każdym przypadku obniżenia ceny towaru lub usługi będzie 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, trzeba będzie podać również informację o najniższej cenie tego 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, będzie obowiązek podania informacji o obniżonej cenie oraz informacji o cenie sprzed pierwszego zastosowania obniżki;
- analogiczne zasady uwidaczniania cen towarów i usług jak wskazane powyżej w pkt a-c będą obowiązywały także w reklamach, w których przedsiębiorca podaje cenę reklamowanego towaru lub usługi.

Najważniejsze zmiany w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym – co zmienia dyrektywa Omnibus?

Rozszerzenie definicji produktu o usługi cyfrowe i treści cyfrowe

Zgodnie z nową (projektowaną) definicją przez **produkt** rozumie się każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, usługi

cyfrowe i treści cyfrowe oraz prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

Definicja plasowania

Wprowadzenie definicji plasowania związane jest z wprowadzeniem nowej kategorii nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych przez niektórych przedsiębiorców podczas internetowego wyszukiwania produktów przez konsumentów. Do nieuczciwych praktyk rynkowych należy zaliczyć działanie polegające na tym, że przedsiębiorca w odpowiedzi na wyszukiwanie internetowe konsumenta dostarcza informacje w formie wyników wyszukiwania bez wyraźnego ujawniania płatnej reklamy lub opłat wnoszonych konkretnie w celu uzyskania wyższego plasowania produktów w wynikach wyszukiwania.

Plasowanie oznacza 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.

Definicja internetowej platformy handlowej

Wprowadzenie definicji internetowej platformy handlowej.

Przez **internetową platformę handlową** rozumie się 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.

Nowy rodzaj działania wprowadzającego w

błąd

Działaniem wprowadzającym w błąd będzie każdy rodzaj wprowadzenia towaru na rynek w co najmniej jednym państwie członkowskim jako identycznego z towarem wprowadzonym na rynki w innych państwach członkowskich, w sytuacji, gdy towar ten w sposób istotny różni się składem lub właściwościami, chyba że przemawiają za tym uzasadnione i obiektywne czynniki.

W przepisie dotyczącym zaniechań wprowadzających w błąd wskazano, że za istotne informacje uznaje się:

- uzgodnienia dotyczące sposobu płatności, dostawy lub wykonania produktu;
- informacje o tym, czy osoba trzecia oferująca produkty na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą, na podstawie oświadczenia tej osoby złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej;
- w przypadku przedsiębiorcy, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, informacje o tym, czy i w jaki sposób przedsiębiorca zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli (zasada ta będzie miała zastosowanie do każdego przedsiębiorcy, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach);
- ogólne informacje udostępniane w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest w sposób bezpośredni i łatwy dostępna ze strony, na której prezentowane są wyniki wyszukiwania, dotyczące głównych parametrów decydujących o plasowaniu produktów przedstawianych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względne znaczenie tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami. Niniejszy punkt nie będzie miał zastosowania do dostawców wyszukiwarek internetowych, o których mowa w art. 2 pkt 6 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150.

Nowa czarna lista nieuczciwych praktyk rynkowych

Do niedozwolonych praktyk rynkowych zostaną zaliczone takie działania jak:

- podawanie wyników wyszukiwania w odpowiedzi na wyszukiwanie internetowe konsumenta bez wyraźnego ujawnienia płatnej reklamy lub płatności dokonanej specjalnie w celu uzyskania wyższego plasowania produktów w ramach wyników wyszukiwania;
- odsprzedaż konsumentom biletów na wszelkiego rodzaju imprezy kulturalne lub sportowe, jeżeli przedsiębiorca nabył je z wykorzystaniem oprogramowania pozwalającego mu obchodzić środki techniczne lub przekraczać limity techniczne nałożone przez pierwotnego sprzedawcę w celu obejścia ograniczeń nałożonych 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 opinie o produkcie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli, choć przedsiębiorca ten nie podjął uzasadnionych i proporcjonalnych kroków w celu sprawdzenia, czy opinie te pochodzą od tych konsumentów;
- zamieszczanie lub zlecanie zamieszczania innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów, albo zniekształcanie lub zlecanie innej osobie zniekształcania opinii lub rekomendacji konsumentów, w celu promowania produktów.

Prawo konsumenta do obniżenia ceny w razie dokonania nieuczciwej praktyki

rynkowej

W razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony, będzie mógł żądać – w stosownych przypadkach – obniżenia ceny.

Najważniejsze zmiany w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów – dyrektywa Omnibus i nowości

Ujednolicenie przepisów regulujących nakładanie kar pieniężnych, w tym ich miarkowania w wyniku stosowania przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk handlowych.

Bądź na bieżąco!

Obecnie trwają prace nad wdrożeniem dyrektywy Omnibus. Nie znamy jeszcze ostatecznego kształtu nowych przepisów. Na tym etapie znany jest jedynie projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz innych ustaw.

Niniejszy artykuł ma charakter wyłącznie edukacyjny i nie stanowi porady prawnej ani opinii prawnej. Zapoznaj się z [notą prawną](#).

*Jeżeli potrzebujesz indywidualnej pomocy związanej dostosowaniem się do zmian prawnych, napisz na **napisz@tudzialprawny.pl**.*

Stan prawny na dzień: **01.08.2022 r.** Aktualizacja: **18.08.2022 r.**

Bibliografia

1. 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 (Tekst mający znaczenie dla EOG), tzw. dyrektywa Omnibus, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>, dostęp 27.12.2021 r.
2. Projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, <https://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12348651/katalog/12800316#12800316>, dostęp 27.12.2021 r.
3. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego (Tekst mający znaczenie dla EOG), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32019R1150>, dostęp 08.01.2022 r.

Źródło zdjęcia: Karolina Grabowska, Pexels, <https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/kobieta-smartfon-laptop-biuro-4467737/>, dostęp: 23.06.2023 r.