

Warszawa, 27 lipca 2021 r.
KL/297/214/AM/2021

Pan

Tomasz Chróstny

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Szanowny Panie Prezesie,

w związku z zaproszeniem do konsultacji projektu ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (nr UC86), Konfederacja Lewiatan, w załączeniu, przedstawia stanowisko do projektu.

Z poważaniem,



Maciej Witucki

Prezydent Konfederacji Lewiatan

do wiadomości:

Pani **Izabela Szewczyk-Krzyżanowska** - Dyrektor Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów UOKIK

Załącznik:

Stanowisko Konfederacji Lewiatan do projektu ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (nr UC86)

Stanowisko Konfederacji Lewiatan do projektu ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (nr UC86)

I. Potrzeba połączenia dwóch równocześnie procedowanych projektów ustaw w jeden projekt ustawy.

W pierwszej kolejności pragniemy zwrócić uwagę na potrzebę połączenia w jeden projekt ustawy dwóch obecnie procedowanych w ramach rządowego procesu legislacyjnego projektów ustaw. Niezależnie od procedowanego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „Prezes UOKiK”) projektu ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw¹ (UC86, dalej również „projekt ustawy”) Ministerstwo Sprawiedliwości prowadzi prace legislacyjne nad projektem ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz ustawy – Kodeks cywilny² (UC53). Oba procedowane równoległe projekty ustaw przewidują znaczące zmiany do ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, oba projekty w znaczącym stopniu dotyczą treści i usług cyfrowych, a skutkiem obu projektów mogą być zmiany relacji kontraktowych na linii przedsiębiorca – konsument w szczególności w szeroko pojętym obszarze usług i treści cyfrowych. Za połączeniem obydwu projektów ustaw w jeden przemawia również fakt (odnotowany również przez Projektodawcę w uzasadnieniu do projektu ustawy UC86), że procedowany przez Prezesa UOKiK projekt ustawy wprowadza do ustawy o prawach konsumenta przepisy merytoryczne bazujące na takich pojęciach jak „treści cyfrowe”, „usługa cyfrowa”, „kompatybilność”, „funkcjonalność” oraz „interoperacyjność”, podczas gdy definicje tych pojęć mają zostać wprowadzone do ustawy o prawach konsumenta równoległe procedowanym przez Ministerstwo Sprawiedliwości projektem ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz ustawy – Kodeks cywilny. Negatywne konsekwencje, jakie mogą wynikać z procedowania zmian w jednej ustawie dwoma prowadzonymi równoległe projektami ustaw są oczywiste, niemniej jednak dla porządku przytaczamy je poniżej:

1. Ryzyko wprowadzenia do ustawy o prawach konsumenta niespójnych, a w skrajnym przypadku sprzecznych lub wzajemnie wykluczających się przepisów i rozwiązań, co w oczywisty sposób będzie szkodliwe nie tylko dla przedsiębiorców, którzy będą mieli problem z dostosowaniem się do nowych lub zmienionych obowiązków, ale również dla konsumentów, którzy nie będą mieli pewności prawnej co do zakresu przysługujących im praw, godząc tym samym w bezpieczeństwo obrotu gospodarczego na rynku B2C. Ryzyko takie może się zmaterializować nie tylko na etapie równoległe prowadzonych prac rządowych, ale również na etapie prac parlamentarnych. Połączenie dwóch projektów w jeden znacznie ogranicza prawdopodobieństwo zmaterializowania się tego ryzyka.
2. Szczególną formą ryzyka opisanego w punkcie wcześniejszym będzie ryzyko niespójności przepisów wprowadzanych do ustawy o prawach konsumenta i szerzej do porządku prawnego, wynikające z faktu, że projekt ustawy procedowany przez UOKiK bazuje na pojęciach („treści cyfrowe”, „usługa cyfrowa”, „kompatybilność”, „funkcjonalność” oraz „interoperacyjność”), których definicje znajdują się w projekcie ustawy procedowanym przez

¹ <https://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12348651>

² <https://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12341810>



Ministerstwo Sprawiedliwości. Jest to ryzyko szczególne, gdyż w tym przypadku bardzo łatwo jest o stworzenie rozwiązań niespójnych, a jednocześnie ów brak spójności będzie trudny do zauważenia aż do momentu wejścia w życie przepisów i rozpoczęcia ich praktycznego stosowania. Wystarczy bowiem, że w toku prac legislacyjnych Ministerstwo Sprawiedliwości wprowadzi zmiany do definicji, aby potencjalnie zmienić w ten sposób zakres podmiotowy, przedmiotowy lub skutek przepisów merytorycznych wynikających z projektu ustawy procedowanego przez UOKiK, i to bez wiedzy lub aktywności ze strony UOKiK. Ten niebezpieczny mechanizm naturalnie może zadziałać również w drugą stronę, tj. zmiany w przepisach merytorycznych procedowanych przez UOKiK mogą skutkować koniecznością zmian w definicjach procedowanych przez Ministerstwo Sprawiedliwości, a pomimo tego zmiany takie nie zostaną wprowadzone z uwagi na niezależne procedowanie obu projektów ustaw. Negatywne skutki mogą być szczególnie dotkliwe, jeśli ziści się scenariusz, w którym z jakichkolwiek powodów ustawa procedowana przez UOKiK wejdzie w życie zanim w życie wejdzie ustawa procedowana przez Ministerstwo Sprawiedliwości, gdyż w takim przypadku przepisy merytoryczne ustawy o prawach konsumenta (wprowadzone ustawą procedowaną przez UOKiK) będą odnosiły się do pojęć, dla których w porządku prawnym nie będzie legalnej definicji, choć pojęcia te wymagają zdefiniowania (co wynika z projektu procedowanego przez Ministerstwo Sprawiedliwości). Takich potencjalnych scenariuszy, mogących wygenerować niespójności albo sprzeczności w porządku prawnym, z uwagi na łącznik pomiędzy obydwojema projektami ustaw na poziomie definicji, jest więcej.

3. Ryzyko co najmniej dwukrotnego wdrażania projektowanych regulacji w praktyce obrotu gospodarczego, które to ryzyko stanie się pewne, jeśli projektowane ustawy wejdą w życie w innych terminach, a pamiętać trzeba, że obecnie zaproponowane *vacatio legis* dla obu projektów ustaw nie zakłada żadnej koordynacji wejścia w życie obu ustaw, wręcz przeciwnie, wydaje się, że oba projekty zakładają odmienne terminy wejścia w życie (projekt procedowany przez UOKiK zakłada 3 miesięczne *vacatio legis*, liczone oczywiście od dnia ogłoszenia ustawy w Dzienniku Ustaw, podczas gdy projekt ustawy procedowanej przez Ministerstwa Sprawiedliwości zakłada, że ustawa wejdzie w życie w konkretnym dniu, tj. 1 stycznia 2022 r.). W praktyce będzie to oznaczało, że przedsiębiorcy zobowiązani do dostosowania swojej działalności do zmienionych przepisów będą musieli ponosić koszty dwóch wdrożeń, w tym być może koszty dwukrotnego informowania swoich klientów o zmianach wynikających z przepisów prawa. Takie podwójne wdrożenie będzie kosztowne i uciążliwe nie tylko dla przedsiębiorców, ale i dla konsumentów z uwagi na efekt szumu informacyjnego i niezrozumienie po stronie konsumentów.

Celem ograniczenia potencjału ziszczenia się powyższych ryzyk zawracamy się z uprzejmą prośbą do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz do Ministra Sprawiedliwości o połączenie obu projektów ustaw w jeden projekt ustawy, procedowany przez jeden z organów, w taki sposób, aby wszystkie zmiany wynikające z tego projektu ustawy wchodziły w życie w jednym terminie.

Jeśli z jakichkolwiek względów postulat połączenie dwóch projektów ustaw w jeden zostanie odrzucony, prosimy o takie zmiany w przepisach projektu obu ustaw, aby przewidziane w nich zmiany wchodziły w życie w tym samym terminie, tak, aby przedsiębiorcy i konsumenci nie musieli ponosić kosztów i niedogodności związanych z dwukrotnym wdrażaniem zmian prawnych w tym samym obszarze, w niewielkich odstępach czasu.



Biorąc pod uwagę skalę i zakres potencjalnych ryzyk, jak również praktyczne problemy, które mogą zniweczyć wysiłki koordynacyjne pomiędzy procesami legislacyjnymi dwóch niezależnych projektów ustaw, podkreślenia wymaga, na zakończenie tej części wywodu, że w naszej ocenie jedynym racjonalnym i skutecznym rozwiązaniem problemu jest połączenie obu procedowanych aktów prawnych w jeden projekt ustawy.

Niezależnie od potrzeby połączenia w jeden dwóch projektowanych ustaw zwracamy uwagę na szczególne wyzwania i potrzeby dotyczące rynku i abonentów usług telekomunikacyjnych. Sektor telekomunikacyjny jest jednym z ważniejszych adresatów i odbiorców przepisów ustawy o prawach konsumenta. W związku z powyższym nie można zapomnieć, że w chwili obecnej przedsiębiorcy telekomunikacyjni prowadzą intensywne prace, których celem jest przygotowanie się do wejścia w życie ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej oraz ustawy przepisy wprowadzające ustawę - Prawo komunikacji elektronicznej (dalej „projekt PKE”), które mają zastąpić obecnie obowiązującą ustawę – Prawo telekomunikacyjne i które stanowią implementację do krajowego porządku prawnego dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1972 z dnia 11 grudnia 2018 r. ustanawiającej Europejski kodeks łączności elektronicznej. Projekt PKE niesie ze sobą daleko idące zmiany zarówno dla przedsiębiorców, jak i abonentów usług telekomunikacyjnych, w szczególności w sferze oferowania i zawierania umów o świadczenie usług komunikacji elektronicznej i możliwych do stosowania w tym zakresie wzorców umownych składających się na umowę dla nowych abonentów oraz zakresu obowiązków informacyjnych składających się na umowę o świadczenie usług komunikacji elektronicznej, zarówno dla dotychczasowych jak i nowych abonentów. Zatem kolosalne zmiany wynikające z projektu PKE dla abonentów krzyżują się i nakładają się ze zmianami wprowadzanymi projektowanymi ustawami do ustawy o prawach konsumenta. Brak koordynacji, w tym czasowej wejścia w życie projektu PKE oraz zmian do ustawy o prawach konsumenta (w szczególności tych przewidzianych w projekcie ustawy procedowanym przez UOKiK) może spowodować, że przedsiębiorcy telekomunikacyjni będą zmuszeni kilkakrotnie zmieniać projektowane zgodnie z projektem PKE procesy oraz wzorce umowne i inne dokumenty dotyczące umów o świadczenie usług komunikacji elektronicznej, w szczególności te zawierane na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa, w związku z różnymi terminami wejścia w życie zmian w przepisach. To generuje dużo wyższe koszty wdrożenia tych zmian dla przedsiębiorców, w szczególności ze względu na konieczność zmian systemów informatycznych, ale także, co należy stanowczo podkreślić, nie będzie sprzyjało przejrzystości w komunikacji wdrażanych zmian dla abonentów będących konsumentami. Zwracamy szczególną uwagę, że abonenci będący konsumentami, przyzwyczajeni do stosowanych dotychczas przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych wzorców, w związku z ogromnymi zmianami wynikającymi z projektu PKE w tym zakresie, będą zapoznawali się zawierając umowy z nową ich strukturą, dlatego w ocenie przedsiębiorców telekomunikacyjnych zasadne byłoby połączenie tych zmian w jednym wdrożeniu. Biorąc powyższe pod uwagę zwracamy uwagę na potrzebę skoordynowania w czasie wdrażania projektowanych przepisów tak, aby zmiany do ustawy o prawach konsumenta wchodziły w życie w tym samym terminie, co wejście w życie projektowanej ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej. Jeśli z jakichkolwiek względów nie będzie to możliwe postulujemy ze względu na powyższe argumenty, by zmiany do ustawy o prawach konsumenta wchodziły w życie co najmniej trzy miesiące po wejściu w życie zmian wynikających z projektu PKE, także ze względu na konieczność podania do publicznej wiadomości treści proponowanych zmian do umowy o świadczenie usług komunikacji elektronicznej wynikających bezpośrednio z przepisów prawa z wyprzedzeniem co najmniej 1 miesiąca przez wprowadzeniem ich w życie.



II. Nieprawidłowa implementacja dyrektywy w zakresie wymaganych od konsumenta oświadczeń warunkujących utratę prawa do odstąpienia od umowy.

Projekt ustawy przewiduje zmianę brzmienia art. 21 ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (dalej również „UPK”) w następujący sposób (kolorem niebieskim oznaczony jest tekst dodawany – przepisami projektu ustawy - do ustawy o prawach konsumenta, a fragmenty zmieniane są ~~przekreślone~~):

2. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej, za które konsument był zobowiązany do zapłaty ceny, ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy ~~zawartej na odległość~~, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia:

1) wyraźnego oświadczenia zawierającego takie ~~wyraźne~~ żądanie,

2) oświadczenia o przyjęciu do wiadomości informacji o utracie prawa do odstąpienia od umowy z chwilą jej pełnego wykonania przez przedsiębiorcę.

Analogiczne zmiany projektowana ustawa wprowadza do art. 15 ust. 3 ustawy o prawach konsumenta, odnoszącego się do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.

Jak widać zatem zmiana polega m.in. na tym, że tam, gdzie dzisiaj wystarczające jest złożenie przez konsumenta oświadczenia zawierającego żądanie rozpoczęcia świadczenia np. usługi przed upływem terminu na odstąpienie od umowy, projekt ustawy wprowadza dodatkowo drugi wymóg, mianowicie wymóg złożenia przez konsumenta oświadczenia o przyjęciu do wiadomości informacji o utracie prawa do odstąpienia od umowy z chwilą jej pełnego wykonania przez przedsiębiorcę.

Należy przyjąć, że zmiana w art. 21 ust. 2 ustawy o prawach konsumenta ma na celu implementowanie do krajowego porządku prawnego zmienionego brzmienia art. 8 ust. 8 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów (dotyczy umów zawieranych na odległość), gdzie zmiana na poziomie przepisów UE przedstawia się następująco (zmiana wynikająca z tzw. dyrektywy Omnibus oznaczona jest kolorem niebieskim):

8. W przypadku gdy konsument chce, aby świadczenie usług lub dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej, w przypadku gdy nie są one wystawione na sprzedaż w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub dostarczanie centralnego ogrzewania rozpoczęły się w okresie na odstąpienie od umowy przewidzianym w art. 9 ust. 2, ~~a zgodnie z umową na konsumencie spoczywa obowiązek zapłaty~~, przedsiębiorca wymaga od konsumenta zgłoszenia wyraźnego żądania oraz przyjęcia przez konsumenta do wiadomości, że z ~~chwilą pełnego wykonania umowy przez przedsiębiorcę~~ konsument nie będzie miał już prawa do odstąpienia od umowy.

Analogiczna zmiana w art. 15 ust. 3 ustawy o prawach konsumenta jest z kolei implementacją do krajowego porządku prawnego analogicznej zmiany w brzmieniu art. 7 ust. 3 dyrektywy w sprawie praw konsumentów (dotyczy umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa).



Zatem zmiany w prawie UE wymagają wprowadzenia do krajowego porządku prawnego przepisów, które będą wprost i wyraźnie warunkowały utratę przez konsumenta prawa do odstąpienia od umowy, dla umów, które mają zostać wykonane przed upływem terminu na odstąpienie, od złożenia przez konsumenta oświadczenia, w którym konsument zażąda rozpoczęcia świadczenia usługi przed upływem terminu na odstąpienie oraz potwierdzi, że przyjmuje do wiadomości, że skutkiem takiego żądania i pełnego wykonania umowy przez przedsiębiorcę będzie utrata prawa do odstąpienia od umowy.

Niemniej jednak dla dalszych rozważań kluczowe jest, że nic w zmienionych przepisach dyrektywy w sprawie praw konsumentów nie wymaga, aby oba wyżej wymienione elementy musiały stanowić dwa odrębne oświadczenia woli i wiedzy konsumenta. Analiza brzmienia zmienionych przepisów art. 8 ust. 8 i art. 7 ust. 3 dyrektywy o prawach konsumenta prowadzi do jednoznacznego wniosku, że dyrektywa nie wymaga, aby żądanie rozpoczęcia świadczenia usługi przed upływem terminu na odstąpienie od umowy oraz oświadczenie o świadomości skutków żądania musiały stanowić dwa odrębne oświadczenia konsumenta. Natomiast Projektodawca zdecydował się na inną niż brzmienie przepisów UE redakcję przepisu krajowego, a owa odmienność przejawia się przede wszystkim w tym, że przepisy art. 21 ust. 2 oraz art. 15 ust. 3 ustawy o prawach konsumenta po projektowanych zmianach mają przewidywać złożenie żądania i oświadczenia w dwóch odrębnych jednostkach redakcyjnych przepisu, jako punkty 1) i 2). Ta z pozoru niemająca większego znaczenia kwestia redakcyjna może mieć bardzo duże znaczenie prawne i praktyczne, gdyż nie można wykluczyć, że przy takiej redakcji przepisu (tj. przypisaniu odrębnych jednostek redakcyjnych dla żądania i oświadczenia) pojawią się również takie interpretacje prawne, zgodnie z którymi przepisy wymagają złożenia przez konsumenta dwóch odrębnych oświadczeń, których nie można łączyć w jedno oświadczenie, zawierające oba elementy. I nawet jeśli taka interpretacja nie będzie uprawniona, w szczególności biorąc pod uwagę brzmienie zmienionych przepisów dyrektywy w sprawie praw konsumentów, to może być to istotny element ryzyka i niepewności prawnej dla uczestników obrotu, w szczególności jeśli taką interpretację przyjmie organ odpowiedzialny za egzekwowanie przepisów ustawy o prawach konsumenta. Niezależnie od faktu, że interpretacja wymagająca od konsumenta złożenia dwóch niezależnych oświadczeń byłaby niezgodna z przepisami dyrektywy w sprawie praw konsumentów, pamiętać należy o powszechnie znanym zjawisku jakim jest tzw. consent fatigue, a więc potocznie mówiąc zmęczenie konsumentów kolejnymi zgodami i oświadczeniami, które trzeba wyrazić w szczególności w Internecie, a których jest coraz więcej w związku z kolejnymi regulacjami wprowadzającymi wymóg uzyskania zgody czy złożenia różnego rodzaju oświadczeń.

Biorąc powyższe pod uwagę należy projektowane przepisy zmienić tak, aby uniknąć ryzyka interpretacji wymagającej składania przez konsumentów dwóch odrębnych oświadczeń, co można osiągnąć przez zmiany redakcyjne projektowanych przepisów tak, aby wymóg złożenia żądania i oświadczenia nie znajdowały się w dwóch odrębnych jednostkach redakcyjnych. Zatem zmieniany art. 21 ust. 2 ustawy o prawach konsumenta mógłby uzyskać następujące brzmienie (tekst usuwany jest przekreślony, a tekst dodawany jest oznaczony kolorem niebieskim):

*2. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej, ~~za które konsument był zobowiązany do zapłaty ceny~~, ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy ~~zawartej na odległość~~, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia ~~wyraźnego~~ oświadczenia zawierającego takie ~~wyrażenie~~ **wyraźne żądanie oraz***

member of  BUSINESS EUROPE



przyjęcia do wiadomości informacji o utracie prawa do odstąpienia od umowy z chwilą jej pełnego wykonania przez przedsiębiorcę.

Analogiczne zmiany należy wprowadzić do przepisów projektu ustawy zmieniających art. 15 ust. 3 ustawy o prawach konsumenta. Jeśli chodzi o zaproponowane powyżej wykreślenie z art. 21 ust. 2 i art. 15 ust. 3 UPK słów „za które konsument był zobowiązany do zapłaty ceny”, wprowadzanych do tych przepisów projektem ustawy, to wyczerpujące uzasadnienie dla tego postulatu zostało przedstawione w punkcie III niniejszego stanowiska.

III. Zmienione wyjątki od prawa do odstąpienia od umowy.

Zgodnie z projektem ustawy art. 38 ust. 1 pkt 1) ustawy o prawach konsumenta ma otrzymać następujące brzmienie (kolorem **niebieskim** oznaczony jest tekst dodawany – przepisami projektu ustawy - do ustawy o prawach konsumenta):

1. Prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów:

*1) o świadczenie usług, za które **konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny**, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy **i przyjmą to do wiadomości**;*

Zatem zmiana polega zatem na dodaniu do przepisu następujących dwóch nowych warunków (oprócz warunków już obecnie zawartych w tym przepisie), których spełnienie powoduje, że konsument traci prawo do odstąpienia od umowy:

1. przyjęcie przez konsumenta do wiadomości skutku w postaci utraty prawa do odstąpienia od umowy;
2. umowa ma dotyczyć świadczenia usług, za które konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny.

Analogiczne zmiany projekt ustawy wprowadza do art. 38 ust. 1 pkt 13) ustawy o prawach konsumenta.

W tym miejscu należy zauważyć, że powyżej opisane zmiany w art. art. 38 ust. 1 pkt 1) i 13) ustawy o prawach konsumenta są niejako pochodną i skutkiem zmian, jakie projekt ustawy wprowadza do art. 21 ust. 2 (dla umów zawieranych na odległość) i art. 15 ust. 3 (dla umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa) ustawy o prawach konsumenta (patrz również punkt II niniejszego stanowiska). Celem przypomnienia i przykładowo projekt ustawy przewiduje następujące zmiany w art. 21 ust. 2 UPK (kolorem **niebieskim** oznaczony jest tekst dodawany – przepisami projektu ustawy - do ustawy o prawach konsumenta, a fragmenty zmieniane są ~~przekreślone~~):

*2. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej, **za które konsument był zobowiązany do zapłaty ceny**, ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy **zawartej na odległość**, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia:*



- 1) wyraźnego oświadczenia zawierającego takie *wyraźne żądanie*.
- 2) oświadczenia o *przyjęciu do wiadomości informacji o utracie prawa do odstąpienia od umowy z chwilą jej pełnego wykonania przez przedsiębiorcę*.

Niezależnie do problematyki dodania nowych wymogów w zakresie złożenia żądania i oświadczenia (patrz punkt II niniejszego stanowiska) w tym kontekście istotne jest to, że wprowadzenie do analizowanych przepisów słów, „za które konsument był zobowiązany do zapłaty ceny” powoduje, że nie jest jasne, jak należy traktować analogiczną umowę, zawartą w takich samych okolicznościach, ale z tą różnicą, że na podstawie umowy konsument jest zobowiązany do udostępnienia przedsiębiorcy danych osobowych. Interpretując zmiany literalnie i stosując do niej wykładnię a contrario należałoby dojść do nieracjonalnego wniosku, że na gruncie zmienionych przepisów konsument zachowa prawo do odstąpienia od umowy pomimo tego, że przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy i przyjął to do wiadomości, jeśli „wynagrodzeniem” za zrealizowaną usługę były dane osobowe dostarczone przez abonenta. W naszej ocenie nie ma racjonalnego uzasadnienia do przyznawania konsumentom prawa do odstąpienia od umowy, która została w pełni wykonana przez przedsiębiorcę, po uzyskaniu wymaganych zgód i oświadczeń konsumenta, tylko dlatego, że konsument płaci za usługę nie pieniędzem a danymi osobowymi. Obie kategorie umów (czyli zarówno tam, gdzie wynagrodzeniem za usługę świadczoną przez przedsiębiorcę jest pieniądz jak i te, w których konsument „płaci” danymi osobowymi) powinny być w tym zakresie traktowane w taki sam sposób, a pełne wykonanie usługi przez przedsiębiorcę, po wcześniejszym uzyskaniu wymaganych zgód i oświadczeń konsumenta, powinno skutkować utratą przez konsumenta prawa do odstąpienia od umowy, zarówno w przypadku umów zawieranych na odległość jak i poza lokalem przedsiębiorstwa.

Podsumowując, projekt ustawy, w punktach przewidujących zmiany w art. 21 ust. 2, 15 ust. 3 oraz art. 38 ust. 1 pkt 1) i 13), powinien być tak zmieniony, aby pełne wykonanie usługi przez przedsiębiorcę, po wcześniejszym uzyskaniu wymaganych zgód i oświadczeń konsumenta, skutkowało utratą przez konsumenta prawa do odstąpienia od umowy, zarówno w przypadku umów zawieranych na odległość jak i poza lokalem przedsiębiorstwa, niezależnie od tego, czy konsument płaci pieniędzem czy danymi osobowymi.

IV. Zakres podmiotowy obowiązków związanych z „plasowaniem”.

Zwracamy uwagę, że konstrukcja projektowanych przepisów, które mają dotyczyć plasowania, powoduje, że obowiązki związane z plasowaniem będą miały różnych adresatów na gruncie ustawy o prawach konsumenta i ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej również „UPNPR”), w dodatku adresatami tych obowiązków będą przedsiębiorcy, którzy nie powinni być nimi obciążani, co potwierdza również analiza uzasadnienia projektu ustawy, prowadząc do wniosku, że projektowane przepisy nie w pełni oddają intencje Projektodawcy. Przepisy w tym zakresie powinny być tak zmienione, aby na gruncie obu ustaw (tj. ustawy o prawach konsumenta oraz ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym) obowiązki związane z plasowaniem miały takich samych adresatów, oraz aby obowiązki te nie dotyczyły przedsiębiorców, którzy zapewniają klientom na swojej stronie internetowej możliwość wyszukiwania wśród własnych produktów, nie będąc jednocześnie ani internetową platformą handlową ani innym pośrednikiem.





LEWIATAN

Projekt ustawy zakłada dodanie do ustawy o prawach konsumenta nowego art. 12a, który nakłada na dostawców internetowych platform handlowych obowiązek informowania konsumenta m.in. o ogólnych informacjach, udostępnionych w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest bezpośrednio i łatwo dostępna ze strony, na której prezentowane są oferty, dotyczących głównych parametrów decydujących o plasowaniu ofert przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania, o którym mowa w art. 2 pkt 11 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) oraz znaczeniu tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami (projektowany art. 12a pkt 1) ustawy o prawach konsumenta). Zatem ten obowiązek ma ciążyć wyłącznie na dostawcach internetowych platform handlowych, co potwierdza również uzasadnienie do projektu ustawy, w którym czytamy (podkreślenie własne):

Obowiązek ten – podobnie jak inne określone w art. 6a dyrektywy 2019/2161 – ma zastosowanie jedynie do internetowych platform handlowych, czyli platform, na których konsumenci mogą bezpośrednio zawierać umowy z przedsiębiorcami albo innymi konsumentami. Dlatego też 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.

Z powyższego wynika również, że porównywarki nie będą objęte obowiązkami wynikającymi z projektowanego art. 12a pkt 1) ustawy o prawach konsumenta (pod warunkiem naturalnie, że porównywarka nie jest jednocześnie internetową platformą handlową w rozumieniu projektowanych przepisów).

Jednocześnie, z niezupełnie zrozumiałych powodów, projekt ustawy zakłada wprowadzenie definicji „plasowania” oraz „internetowej platformy handlowej” nie do ustawy o prawach konsumentów (do której wprowadzane są natomiast przepisy nakładające na dostawców internetowych platform handlowych obowiązki związane z plasowaniem – patrz projektowany art. 12a pkt 1) UPK), a do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, wraz szeregiem przepisów związanych ze zwalczaniem nieuczciwych praktyk rynkowych. Brzmienie zaproponowanej definicji powoduje, że obowiązki związane z plasowaniem na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym będą miały znacznie szersze grono adresatów niż analogiczne obowiązki w zakresie plasowania na gruncie ustawy o prawach konsumenta. W definicji „plasowania” (projektowany art. 2 pkt 11) UPNPR) stwierdza się, że przez plasowanie należy rozumieć (podkreślenie własne) 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. Tak szeroko sformułowana definicja powoduje, że plasowaniem będzie każde przyznawanie określonej widoczności produktom lub wagi nadawanej wynikom wyszukiwania, bez względu na to, czy przedsiębiorca udostępniający jest internetową platformą handlową albo innym pośrednikiem. Innymi słowy, tak sformułowana definicja stwarza ryzyko takiej interpretacji, że plasowaniem będzie również zaoferowanie klientom możliwości wyszukiwania na stronie internetowej wśród własnych produktów oferowanych przez przedsiębiorcę. Taką „wewnętrzną” wyszukiwarkę stosuje bardzo wielu przedsiębiorców sprzedających swoje produkty w sieci, niebędących platformami ani innymi pośrednikami, gdyż narzędzie takie pomaga klientom odnaleźć poszukiwany produkt, wśród wielu różnych

member of **BUSINESSEUROPE**



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS



produktów oferowanych przez tego przedsiębiorcę. W takim przypadku wyszukiwanie odbywa się wyłącznie wśród produktów jednego przedsiębiorcy i nie ma uzasadnienia dla rozciągania przepisów dotyczących plasowania na tego typu przypadki. Wydaje się, że tak szerokie stosowanie obowiązków związanych z plasowaniem nie było intencją Projektodawcy, skoro w uzasadnieniu do dodania nowego punktu 8 do art. 6 ust. 4 UPNPR czytamy (podkreślenie własne):

Norma ta ma zastosowanie do internetowych platform handlowych w rozumieniu wskazanym w przepisie oraz do innych pośredników, takich jak porównywarki cen lub inne, które umożliwiają konsumentom wyszukiwanie ofert innych dostawców. Nie ma natomiast zastosowania do „wyszukiwarek internetowych”, które już podlegają takiemu obowiązkowi na podstawie rozporządzenia P2B. Rozporządzenie P2B zawiera podobny wymóg dotyczący pośredników i wyszukiwarek internetowych, ale dotyczy relacji B2B.

Widać zatem, że intencją Projektodawcy było, aby nowe przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w zakresie przepisów związanych z plasowaniem, adresowane były do internetowych platform handlowych oraz do innych pośredników, takich jak porównywarki cen lub inne, które umożliwiają konsumentom wyszukiwanie ofert innych dostawców. Niestety zaproponowana definicja „plasowania” oraz konstrukcja kolejnych przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym spowoduje, jeśli projektowane przepisy nie zostaną poprawione, że przepisy związane z plasowaniem na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym będą adresowane również na tych wszystkich przedsiębiorców, którzy zapewniają klientom możliwość wyszukiwania wśród własnych produktów, nie będąc ani internetową platformą handlową ani innym pośrednikiem.

Nie ma żadnego uzasadnienia i potrzeby do obejmowania, na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przepisami związanymi z plasowaniem przedsiębiorców niebędących internetową platformą handlową czy innym pośrednikiem, zapewniających klientom możliwość wyszukiwania wśród własnych produktów, gdyż w takim przypadku nie występuje ryzyko jakichkolwiek nieprawidłowości, których występowanie dało impuls do stworzenia przepisów dotyczących plasowania. Ponadto, niezależnie od problemu przedsiębiorców niebędących pośrednikami, w trosce o spójność porządku prawnego, wydaje się, że obowiązki związane z plasowaniem powinny mieć takich samych adresatów zarówno na gruncie ustawy o prawach konsumenta jak i na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, podczas gdy Projektodawca zakłada (co wynika również z uzasadnienia do projektu ustawy), że adresaci na gruncie obu ustaw będą inni:

- art. 12a pkt 1) UPK (obowiązek informowania o kryteriach plasowania) ma mieć zastosowanie wyłącznie do internetowych platform handlowych;
- art. 6 ust. 4 pkt 8) oraz art. 7 pkt 11) UPNPR (plasowanie w kontekście nieuczciwych praktyk rynkowych) mają mieć zastosowanie do internetowych platform handlowych oraz innych pośredników, takich jak porównywarki cen lub inne, które umożliwiają konsumentom wyszukiwanie ofert innych dostawców.

Rozwiązanie takie jest dyskusyjne z punktu widzenia spójności porządku prawnego i może w przyszłości generować wątpliwości i uzasadnione rozbieżności interpretacyjne.





LEWIATAN

Niemniej jednak najważniejszą kwestią jest zapewnienie, że przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w zakresie przepisów związanych z plasowaniem, nie będą dotyczyły tych przedsiębiorców, którzy, nie będąc internetową platformą handlową ani innym pośrednikiem, zapewniają klientom możliwość wyszukiwania wśród oferowanych przez siebie produktów. W tym celu zasadnym jest wprowadzenie następujących zmian do definicji „plasowania” (tekst usuwany jest przekreślony, a tekst dodawany jest oznaczony kolorem niebieskim):

11) plasowaniu – rozumie się przez to przyznawanie określonej widoczności produktom lub wagi nadawanej wynikom wyszukiwania przez ~~przedsiębiorców udostępniających funkcję wyszukiwania internetowego~~ dostawcę internetowej platformy handlowej, o którym mowa w art. 2 pkt 9) ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U.....), w formie, w jakiej zostało przedstawione, zorganizowane lub przekazane niezależnie od wykorzystanych środków technologicznych;

V. Ryzyko braku przepisów wykonawczych dla obowiązku informowania o obniżce cen pomimo wejścia obowiązku w życie

Projektowana ustawa zakłada, że wszystkie zawarte w niej przepisy wejdą w życie 3 miesiące po dniu ogłoszenia ustawy w Dzienniku Ustaw. Dotyczy to również nowo dodawanych przepisów do ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, nakładających na przedsiębiorców nowe obowiązki związane z informowaniem o obniżce cen (nowe brzmienie art. 4 tej ustawy). Zatem obowiązki przedsiębiorców w zakresie informowania o obniżce cen wejdą w życie po upływie 3 miesięcy od dnia ogłoszenia ustawy w Dzienniku Ustaw i od tego momentu przedsiębiorcy będą musieli te obowiązki wykonywać.

Jednocześnie zmieniany art. 4 ust. 6 ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług zakłada, że sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów lub usług oraz informacji o obniżonej cenie zostanie określony w rozporządzeniu ministra właściwego do spraw gospodarki, po zasięgnięciu opinii Prezesa UOKiK. Rozporządzenie to ma zastąpić obecnie obowiązujące rozporządzenie Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług. To, co różni obecnie obowiązujące rozporządzenie i rozporządzenie, które ma je zastąpić, to fakt, że obecnie obowiązujące rozporządzenie nie zawiera żadnych przepisów dotyczących informowania o obniżce ceny, a wytyczne i wymagania w tym zakresie mają się znaleźć dopiero w nowym rozporządzeniu (zgodnie ze zmienianym brzmieniem delegacji ustawowej do wydania tego rozporządzenia, zawartej w projektowanym art. 4 ust. 6 ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług).

Natomiast na mocy przepisu przejściowego (art. 6 projektu ustawy) obecnie obowiązujące rozporządzenie zachowa moc do dnia wejścia w życie nowego rozporządzenia, jednak nie dłużej niż przez 6 miesięcy od dnia wejścia w życie ustawy. Zatem obecna konstrukcja projektowanych przepisów wymaga od przedsiębiorców stosowania się do obowiązków związanych z informowaniem o obniżce cen, po upływie 3 miesięcy od dnia ogłoszenia ustawy w Dzienniku Ustaw, podczas gdy rozporządzenie, które ma określać sposób uwidaczniania informacji o obniżonej cenie może – zgodnie z przepisem przejściowym - zostać przyjęte i wejść w życie po upływie 6 miesięcy od dnia ogłoszenia ustawy w Dzienniku Ustaw. W efekcie przez okres nawet 3 miesięcy (pomiędzy datą wejścia w życie ustawy a datą wejścia w życie nowego rozporządzenia) może istnieć sytuacja, w której na przedsiębiorcach będą ciążyły ustawowe obowiązki w zakresie informowania o obniżonej cenie, przy jednoczesnym braku przepisów wykonawczych

member of  **BUSINESSEUROPE**



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS



określających jak te obowiązki mają być wykonywane. Sytuacja taka jest nie do zaakceptowania i pogodzenia z zasadami demokratycznego państwa prawa, a co za tym idzie projektowane przepisy powinny ulec zasadniczym zmianom. W szczególności data wejścia w życie nowych, ustawowych obowiązków w zakresie informowania o obniżce cen powinna być czasowo i logicznie skorelowana z wejściem w życie rozporządzenia, które ma określić sposób wykonania tego obowiązku, przy czym pamiętać trzeba, że zarówno z perspektywy przedsiębiorców jak i administracji publicznej (konieczność wydania nowego rozporządzenia) 3 miesiące to okres zdecydowanie za krótki na dostosowanie się, w związku z czym *vacatio legis* w tym zakresie powinno wynosić nie mniej niż 6 miesięcy.

VI. Zastrzeżenia do zmian w ustawie z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług

Zgodnie z:

„art. 4. (...) 2. W każdym przypadku obniżenia ceny towaru lub usługi uwidacznia się obok informacji o obniżonej cenie również informację o najniższej cenie tego towaru lub usługi, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

3. Jeżeli dany towar lub usługa jest oferowany do sprzedaży w okresie krótszym niż 30 dni, obok informacji o obniżonej cenie, uwidacznia się 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.”

(Zgodnie z obecnym brzmieniem art. 2 tej ustawy nie stosuje się jej do informowania o cenach w obrocie między osobami fizycznymi, z których żadna nie jest przedsiębiorcą, a także do informowania o cenach uregulowanego na podstawie odrębnych ustaw. Komentarz K. Osajdy jako jedną z tych odrębnych ustaw wymienia PT (ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne), a przepisy, które uzasadnią takie wyłączenie znajdują się też w PKE (projekt ustawy - Prawo komunikacji elektronicznej (UC45)).

Dyrektywa, w której znajduje się implementowany przepis z założenia nie dotyczy usług, jednak polski ustawodawca zdecydował inaczej, *vide* komentarz K. Osajdy: Mimo że dyrektywy 98/6/WE nie stosuje się do usług, niektóre z państw członkowskich zdecydowały o rozszerzeniu zastosowania implementujących ją przepisów krajowych także do usług [zgodnie z Komunikatem Komisji dla Rady i Parlamentu Europejskiego dotyczącym wdrożenia dyrektywy 1998/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 16.2.1998 r. w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom przepisy transponujące dyrektywę, COM(2006)325 final, s. 5; tak jest w przypadku Belgii, Niemiec, Luksemburga, Portugalii, Republiki Czeskiej, Estonii, Węgier, Łotwy, Litwy, Polski, Słowacji i Słowenii].

Brak wyraźnego obowiązku informowania o najniższej cenie usług sformułowanego w przepisach dyrektywy daje krajowemu prawodawcy pewien margines swobody co do kształtowania w tym zakresie wyjątków. Uzasadnione wydaje się zatem, aby w przepisach ustawy dookreślić przypadki bądź kryteria, na podstawie których będzie możliwe zwolnienie z obowiązku, o którym mowa w art. 4 ust. 2 w przypadku usług. Pozostawienie tych kwestii do uregulowania w całości na poziomie przepisów wykonawczych sprawia, że upoważnienie do wydania rozporządzenia ma charakter blankietowy.



„Minister właściwy do spraw gospodarki, po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, określi, w drodze rozporządzenia:

- 1) sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów lub usług oraz informacji o obniżonej cenie;*
- 2) **wykaz towarów**, w przypadku których nie jest wymagane uwidocznienie ceny jednostkowej towarów lub usług*
– mając na uwadze potrzebę zapewnienia dostępności informacji o cenie, a także uwzględniając przypadki, gdy uwidocznienie ceny jednostkowej towaru lub usługi nie byłoby przydatne ze względu na rodzaj lub przeznaczenie towaru lub usługi.”

KL zwraca uwagę, że w pkt 2 wskazany jest wyłącznie „wykaz towarów”, a pominięte zostały usługi – nie mamy pewności czy nastąpiło przeoczenie czy jest to celowy zabieg.

VII. Termin wejścia w życie ustawy

Niezależnie od uwag dotyczących terminu wejścia w życie nowego rozporządzenia wykonawczego do projektu ustawy (pkt V ostatni akapit niniejszego stanowiska), KL przedstawia uwagi odnośnie niezgodności z dyrektywą “Omnibus” terminu wejścia w życie projektu ustawy.

Zgodnie z art. 7 dyrektywy "Omnibus" Państwa członkowskie przyjmują i publikują przepisy niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy do dnia 28 listopada 2021 r. Państwa członkowskie stosują te przepisy od dnia 28 maja 2022 r.

Mamy na uwadze, iż w praktyce przepisy projektu o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw będą mogły być stosowane po uchwaleniu projektu ustawy o zm. ustawy o prawach konsumenta oraz ustawy - Kodeks Cywilny (UC53) obecnie procedowanej w Ministerstwie Sprawiedliwości (implementacja dyrektywy 2019/770 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych oraz dyrektywy 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów).

Mimo tego KL widzi konieczność zapisania w projekcie ustawy, iż stosuje się te przepisy od dnia 28 maja 2022 r. - obecnie formalnie jest tam przepis sprzeczny z brzmieniem dyrektywy.

Konfederacja Lewiatan, KL/297/214/AM/2021