

Alert prawny

Zmiany w prawie ochrony konsumentów – od 1 stycznia 2023 roku.

1 stycznia 2023 r. weszły w życie zmiany w regulacjach ochrony konsumentów związane z implementacją do polskiego porządku prawnego tzw. dyrektyw Cyfrowej, Towarowej i Omnibus. Dyrektywy te zostały implementowane (i) ustawą z dnia 1 grudnia 2022 r.

o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2022 poz. 2581) i (ii) z dnia 4 listopada 2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta, ustawy – Kodeks cywilny oraz ustawy – Prawo prywatne międzynarodowe (Dz.U. 2022 poz. 2337).

W zasadniczej mierze zmiany te:

- rozszerzają uprawnienia i ochronę konsumentów, w tym poprzez zwiększenie transparentności oferty dla konsumenta;
- wprowadzają szczegółowe regulacje związane z oferowaniem konsumentom treści i usług cyfrowych;
- częściowo uelastyczniają reguły współpracy między profesjonalistą, a konsumentem;
- koncentrują przepisy dotyczące ochrony konsumentów w ustawie o prawach konsumenta.

Poniżej przedstawiamy najistotniejsze zmiany, które weszły w życie od 1 stycznia 2023 r.

**Nowe obowiązki informacyjne**

Przedsiębiorcy zostali obciążeni dodatkowymi obowiązkami informacyjnymi, w tym zwłaszcza obowiązkiem informowania:

- o indywidualnym dostosowaniu ceny w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji, jeżeli przedsiębiorca takie stosuje;
- o najniższej cenie w ciągu 30 dni przed obniżką ceny towaru lub usługi;
- o działaniach podejmowanych w celu weryfikacji recenzji i opinii konsumentów publikowanych w odniesieniu do danego produktu;
- czy i w jaki sposób przedsiębiorca zapewni, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli.

Dodatkowo, dostawcy internetowych platform handlowych muszą informować konsumentów:

- czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą;
- podziale obowiązków związanych z umową zawieraną przez konsumenta na internetowej platformie handlowej, pomiędzy osobę trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawcą internetowej platformy handlowej;
- głównych parametrach decydujących o plasowaniu produktów przedstawianych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względnym znaczeniu tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami (nie ma zastosowania do dostawców wyszukiwarek internetowych).

Rękojmia

Jedną z najistotniejszych zmian dotyczy uprawnień konsumenta z rękojmi przysługujących konsumentowi. Regulacje w tym zakresie zostały przeniesione z kodeksu cywilnego do ustawy o ochronie praw konsumenta i doprecyzowane. W kodeksie cywilnym pozostały ogólne regulacje rękojmi, które mają zastosowanie do wszystkich sytuacji nie objętych przepisami ustawy o ochronie konsumentów. Najistotniejsze zmiany obejmują:

- doprecyzowanie sytuacji, które są rozumiane jako niezgodność towaru z umową, w tym uwzględniając ściślej przedkontraktowe deklaracje konsumenta i przedsiębiorcy;
- rozszerzenie rękojmi na umowy zobowiązujące do przeniesienia własności, a nie tylko umowy sprzedaży;
- rozszerzenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi ponad dotychczasowy dwuletni okres jeśli termin przydatności towaru do użycia określony przez przedsiębiorcę jest dłuższy;
- rozszerzenie domniemania braku zgodności towaru z umową w momencie zawierania umowy, jeśli niezgodność ujawni się przed upływem dwóch lat od dostarczenia towaru, a nie jednego roku jak dotychczas;
- w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi, przedsiębiorca odpowiada za brak zgodności z umową treści cyfrowej lub usługi cyfrowej dostarczanych w sposób ciągły, który wystąpił lub ujawnił się w czasie, w którym zgodnie z umową miały być dostarczane (nie krótszy niż dwa lata od dostarczenia towaru z elementami cyfrowymi).

Hierarchia uprawnień konsumenta w przypadku niezgodności towaru z umową została doprecyzowana. W pierwszej kolejności konsument ma prawo domagać się przywrócenia zgodności towaru z umową przez jego naprawę lub wymianę. Dopiero w dalszej kolejności konsument może skorzystać z kolejnych uprawnień, tzn. żądać obniżenia ceny lub odstąpić od umowy. Powyższa hierarchia uprawnień konsumenta nie jest sztywna i przepisy są na tyle elastyczne, że uwzględniają możliwe stany faktyczne, w których można żądać od razu obniżenia ceny lub odstąpić od umowy.

**Treści cyfrowe i usługi cyfrowe**

Uregulowana została szeroko i odrębnie kwestia oferowania treści i usług cyfrowych, w tym odpowiednich obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, zasad rękojmi, momentu dostarczenia treści i usług. Regulacje te w dużej mierze są zbliżone do regulacji obejmujących dostarczenie towarów i usług, z uwzględnieniem specyfiki treści i usług cyfrowych, w tym:

- momentu dostarczenia przez przedsiębiorcę treści i usług cyfrowych;
- kwestii aktualizacji niezbędnych do zachowania zgodności treści i usług cyfrowych z umową;
- szerszego zakresu uprawnień konsumenta do odstąpienia od umowy w razie niezgodności treści i usług cyfrowych z umową;
- zasady wykorzystania przez przedsiębiorcę treści wytworzonych lub dostarczonych przez konsumentów, po odstąpieniu od umowy;
- kwestię zmiany przez przedsiębiorcę treści i usługi cyfrowej, w tym związanej z tym ochroną konsumenta.

Nowe kategorie nieuczciwych praktyk rynkowych

W ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, na Czarną listę nieuczciwych praktyk rynkowych wpisano praktyki polegające na:

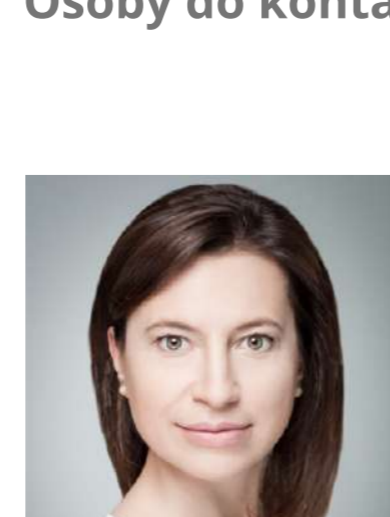
- twierdzeniu przez przedsiębiorcę, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, że opinie o produkcie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli, pomimo że przedsiębiorca ten nie podjął uzasadnionych i proporcjonalnych kroków w celu sprawdzenia, czy opinie te pochodzą od tych konsumentów;
- zamieszczaniu lub zlecaniu zamieszczenia innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów, albo zniekształcaniu lub zlecaniu innej osobie zniekształcania opinii lub rekomendacji konsumentów, w celu promowania produktów;
- wprowadzeniu towaru na rynek w co najmniej jednym państwie członkowskim jako identycznego z towarem wprowadzonym na rynki w innych państwach członkowskich, w sytuacji gdy wyjątkowo ten w sposób istotny różni się składem lub właściwościami, chyba że przemawiają za tym uzasadnione i obiektywne czynniki;
- odsprzedaży 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.

Umowy zawierane podczas wycieczki, pokazu albo nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta

Nowe przepisy wzmacniają ochronę konsumentów zawierających umowy w powyższych formach poprzez:

- dłuższy termin na odstąpienie od umowy (30 dni);
- zakaz przyjmowania płatności przed upływem terminu do odstąpienia od umowy (sankcjonowany karą grzywny przewidzianą w Kodeksie wykroczeń);
- wyłączenia stosowania niektórych wyjątków od prawa do odstąpienia od umowy;
- zakaz zawierania umów dotyczących usług finansowych podczas pokazu oraz podczas wycieczki.

Imagine
having us
on your side

Osoby do kontaktu:**Iwona Her**

iwona.her@rymarz-zdort.com
+48 22 520 4237

**Tomasz Kordala**

tomasz.kordala@rymarz-zdort.com
+48 22 520 4334