



UNIA EUROPEJSKA

PARLAMENT EUROPEJSKI

RADA

Bruksela, 18 października 2019 r.
(OR. en)

2018/0090 (COD)

PE-CONS 83/19

CONSOM 162
MI 405
ENT 130
JUSTCIV 118
DENLEG 57
CODEC 1033

AKTY USTAWODAWCZE I INNE INSTRUMENTY

Dotyczy: DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY 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

**DYREKTYWA
PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY(UE) 2019/...**

z dnia ...

**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)

PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA UNII EUROPEJSKIEJ,

uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w szczególności jego art. 114,

uwzględniając wniosek Komisji Europejskiej,

po przekazaniu projektu aktu ustawodawczego parlamentom narodowym,

uwzględniając opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego¹,

stanowiąc zgodnie ze zwykłą procedurą ustawodawczą²,

¹ Dz.U. C 440 z 6.12.2018, s. 66.

² Stanowisko Parlamentu Europejskiego z dnia 17 kwietnia 2019 r. (dotychczas nieopublikowane w Dzienniku Urzędowym) oraz decyzja Rady z dnia ... r.

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Art. 169 ust. 1 oraz art. 169 ust. 2 lit. a) Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE) stanowi, że Unia ma się przyczyniać do osiągnięcia wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez środki, które przyjmuje na podstawie art. 114 TFUE. Art. 38 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej (zwanej dalej „Kartą”) stanowi, że w politykach Unii zapewnia się wysoki poziom ochrony konsumentów.
- (2) Prawo ochrony konsumentów powinno być skutecznie stosowane w całej Unii. Kompleksowa ocena adekwatności prawa konsumenckiego i marketingowego przeprowadzona przez Komisję w 2016 i 2017 r. w ramach programu sprawności i wydajności regulacyjnej (REFIT) wykazała jednak, że skuteczność unijnego prawa ochrony konsumentów jest zagrożona wskutek braku stosownej wiedzy zarówno wśród przedsiębiorców, jak i konsumentów oraz że można byłoby częściej wykorzystywać istniejące możliwości dochodzenia roszczeń.

- (3) Unia podjęła już szereg kroków w celu zwiększenia wiedzy wśród konsumentów, przedsiębiorców i prawników na temat praw konsumentów i w celu poprawy egzekwowania praw konsumentów i dochodzenia roszczeń konsumentów. Nadal istnieją jednak luki w ustawodawstwie krajowym dotyczące prawdziwie skutecznych i proporcjonalnych sankcji mających na celu powstrzymanie naruszeń wewnątrzunijnych i karanie za nie, niewystarczające indywidualne środki prawne przysługujące konsumentom, którzy doznali szkody w wyniku naruszeń przepisów krajowych dokonujących transpozycji dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2005/29/WE¹ i niedoskonałości w odniesieniu do postępowania o wydanie nakazu zaprzestania szkodliwych praktyk na podstawie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/22/WE². Rewizja postępowania o wydanie nakazu zaprzestania szkodliwych praktyk powinna być przeprowadzona przy pomocy odrębnego instrumentu zmieniającego i zastępującego dyrektywę 2009/22/WE.

¹ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22).

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/22/WE z dnia 23 kwietnia 2009 r. w sprawie nakazów zaprzestania szkodliwych praktyk w celu ochrony interesów konsumentów (Dz.U. L 110 z 1.5.2009, s. 30).

- (4) Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE¹, 2005/29/WE i 2011/83/UE² nakładają na państwa członkowskie wymóg określenia skutecznych, proporcjonalnych i odstraszających sankcji za naruszenia przepisów krajowych transponujących te dyrektywy. Ponadto art. 21 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394³ nakłada na państwa członkowskie obowiązek podejmowania środków egzekwowania prawa, w tym nakładania kar, w sposób skuteczny, sprawny i skoordynowany w celu doprowadzenia do zaprzestania lub zakazania naruszeń powszechnych lub naruszeń powszechnych o wymiarze unijnym.

¹ Dyrektywa 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 1998 r. w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom (Dz.U. L 80 z 18.3.1998, s. 27).

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 64).

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004, Dz.U. L 345 z 27.12.2017, s. 1.

- (5) Obecnie obowiązujące przepisy krajowe dotyczące sankcji różnią się znacząco w Unii. W szczególności nie wszystkie państwa członkowskie zapewniają możliwość nakładania skutecznych, proporcjonalnych i odstraszających grzywien na przedsiębiorców odpowiedzialnych za naruszenia powszechne lub naruszenia powszechne o wymiarze unijnym. Dlatego należy udoskonalić istniejące przepisy dotyczące sankcji zawarte w dyrektywach 98/6/WE, 2005/29/WE i 2011/83/UE, a zarazem wprowadzić nowe przepisy dotyczące sankcji w dyrektywie Rady 93/13/EWG¹.
- (6) Państwom członkowskim należy pozostawić wybór odnośnie do rodzajów sankcji, które mają zostać nałożone oraz ustanowienia w ich prawie krajowym odpowiednich procedur nakładania sankcji w przypadku naruszenia dyrektyw 93/13/EWG, 98/6/WE, 2005/29/WE i 2011/83/UE w brzmieniu określonym niniejszą dyrektywą.

¹ Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz.U. L 95 z 21.4.1993, s. 29).

- (7) W celu ułatwienia bardziej jednolitego stosowania sankcji, w szczególności w przypadku naruszeń wewnątrzunijnych, naruszeń powszechnych i naruszeń powszechnych o wymiarze unijnym, zdefiniowanych w rozporządzeniu (UE) 2017/2394, należy wprowadzić w dyrektywach 93/13/EWG, 98/6/WE, 2005/29/WE i 2011/83/UE wspólne niewyczerpujące i przykładowe kryteria w zakresie stosowania sankcji. Kryteria te powinny obejmować na przykład charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia oraz jakiegokolwiek odszkodowanie przyznane przez przedsiębiorcę na rzecz konsumentów za spowodowaną szkodę. Powtarzające się naruszenie dokonywane przez tego samego sprawcę wskazuje na tendencję do dokonywania takich naruszeń i dlatego jest istotnym wskaźnikiem wagi czynu i w związku z tym potrzeby podwyższenia poziomu sankcji w celu osiągnięcia skutecznego efektu odstrasżającego. Jeżeli dostępne są odpowiednie dane, należy wziąć pod uwagę korzyści majątkowe uzyskane lub straty uniknięte w wskutek naruszenia. Można również wziąć pod uwagę inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie do okoliczności danej sprawy.
- (8) Te wspólne niewyczerpujące i przykładowe kryteria w zakresie stosowania sankcji mogą nie być adekwatne przy podejmowaniu decyzji dotyczących kar w odniesieniu do każdego naruszenia, w szczególności w odniesieniu do naruszeń innych niż poważne. Państwa członkowskie powinny także uwzględniać inne ogólne zasady prawa mające zastosowanie do nakładania sankcji, takie jak zasada *ne bis in idem*.

- (9) Zgodnie z art. 21 rozporządzenia (UE) 2017/2394 odnośne właściwe organy państw członkowskich, które zajmują się tym skoordynowanym działaniem, podejmują w ramach swojej jurysdykcji wszelkie konieczne środki egzekwowania prawa względem przedsiębiorcy odpowiedzialnego za naruszenie powszechne lub naruszenie powszechne o wymiarze unijnym, aby doprowadzić do zaprzestania lub zakazania tego naruszenia. W stosownych przypadkach nakładają na przedsiębiorcę odpowiedzialnego za naruszenie powszechne lub naruszenie powszechne o wymiarze unijnym kary, takie jak grzywny lub okresowe kary pieniężne. Środki egzekwowania prawa są podejmowane w sposób skuteczny, sprawny i skoordynowany w celu doprowadzenia do zaprzestania lub zakazania naruszenia powszechnego lub naruszenia powszechnego o wymiarze unijnym. Odnośne właściwe organy, które zajmują się tym skoordynowanym działaniem, starają się podjąć środki egzekwowania prawa jednocześnie w państwach członkowskich, których dotyczy to naruszenie.
- (10) W celu zapewnienia, aby organy państw członkowskich mogły nakładać skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające sankcje w odniesieniu do naruszeń powszechnych i naruszeń powszechnych o wymiarze unijnym, które są przedmiotem skoordynowanych środków dochodzeniowych i egzekwowania prawa zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2017/2394, grzywny powinny być wprowadzone jako element sankcji za takie naruszenia. W celu zapewnienia efektu odstrasżającego grzywien państwa członkowskie powinny ustalić w swoich krajowych przepisach prawnych maksymalną wysokość grzywny za takie naruszenia na poziomie co najmniej 4 % rocznego obrotu przedsiębiorcy w państwie członkowskim lub państwach członkowskich, których dotyczy naruszenie. W niektórych przypadkach przedsiębiorca może być również grupą przedsiębiorstw.

- (11) Zgodnie z art. 9 i 10 rozporządzenia (UE) 2017/2394, nakładając kary należy uwzględnić, w odpowiednich przypadkach, charakter, wagę i czas trwania danego naruszenia. Nakładanie kar powinno być proporcjonalne i zgodne z prawem Unii i prawem krajowym, w tym z mającymi zastosowanie gwarancjami proceduralnymi oraz z zasadami Karty. Ponadto nałożone kary powinny być odpowiednie do charakteru naruszenia i ogólnej rzeczywistej lub potencjalnej szkody wynikającej z naruszenia unijnych przepisów prawnych, które chronią interesy konsumentów. Uprawnienie do nakładania kar ma być wykonywane bezpośrednio przez właściwe organy w ramach ich własnych kompetencji lub, w odpowiednich przypadkach, przez zwrócenie się do innych właściwych organów lub innych organów publicznych lub poprzez zlecenie zadań wyznaczonym podmiotom, jeżeli ma to zastosowanie, lub też poprzez wniesienie powództwa do sądów właściwych o wydanie niezbędnego orzeczenia, w tym, w odpowiednich przypadkach, poprzez wniesienie środka odwoławczego, jeżeli wniosek o wydanie niezbędnego orzeczenia został oddalony.
- (12) Jeżeli, w wyniku skoordynowanego działania na podstawie rozporządzenia (UE) 2017/2394, jeden właściwy organ w rozumieniu tego rozporządzenia nakłada grzywnę na przedsiębiorcę odpowiedzialnego za naruszenie powszechne lub naruszenie powszechne o wymiarze unijnym, powinien on mieć możliwość nałożenia grzywny w wysokości co najmniej 4 % rocznego obrotu przedsiębiorcy we wszystkich państwach członkowskich, których dotyczy skoordynowane działanie w zakresie egzekwowania prawa.

- (13) Nie należy uniemożliwiać państwom członkowskim utrzymywania lub wprowadzania do ich prawa krajowego wyższych maksymalnych, opartych na obrocie grzywien za naruszenia powszechne i naruszenia powszechne o wymiarze unijnym. Państwa członkowskie powinny mieć również możliwość opierania takich grzywien na obrotach przedsiębiorcy w skali światowej lub rozszerzenia przepisów dotyczących grzywien na inne naruszenia nieobjęte przepisami niniejszej dyrektywy dotyczącymi art. 21 rozporządzenia (UE) 2017/2394. Wymóg ustalenia grzywiny na poziomie nie niższym niż 4 % rocznego obrotu przedsiębiorcy nie powinien mieć zastosowania do żadnych dodatkowych przepisów państw członkowskich dotyczących okresowych kar pieniężnych, takich jak grzywinyienne, za niewykonanie decyzji, nakazu, środka tymczasowego, zobowiązania przedsiębiorcy lub innego środka mającego na celu zaprzestanie naruszenia.

- (14) W dyrektywie 93/13/EWG należy zawrzeć przepisy dotyczące sankcji w celu wzmocnienia jej skutku odstraszającego. Państwa członkowskie mogą swobodnie decydować o administracyjnej lub sądowej procedurze stosowania sankcji za naruszenia tej dyrektywy. W szczególności organy administracyjne lub sądy krajowe mogłyby nakładać sankcje w przypadku stwierdzenia nieuczciwego charakteru warunków umownych, w tym na podstawie postępowań sądowych wszczętych przez organ administracyjny. Sankcje mogłyby być również nakładane przez organy administracyjne lub sądy krajowe, w przypadku gdy sprzedawca lub dostawca stosują warunki umowne określone w prawie krajowym wprost jako nieuczciwe we wszystkich okolicznościach, a także wtedy, gdy sprzedawca lub dostawca stosują warunki umowne, które zostały uznane za nieuczciwe w ostatecznej wiążącej decyzji. Państwa członkowskie mogłyby zdecydować, że organy administracyjne mają również prawo do stwierdzenia nieuczciwego charakteru warunków umownych. Organy administracyjne lub sądy krajowe mogłyby również nakładać sankcje w drodze tej samej decyzji, na mocy której stwierdza się nieuczciwy charakter warunków umownych. Państwa członkowskie mogłyby ustanowić odpowiedni mechanizm koordynacji dotyczący podejmowanych na poziomie krajowym działań w odniesieniu do indywidualnego dochodzenia roszczeń i w odniesieniu do sankcji.
- (15) Decydując o przeznaczeniu dochodów z grzywien, państwa członkowskie powinny rozważyć wzmocnienie ochrony ogólnego interesu konsumentów, jak również innych chronionych interesów publicznych.

- (16) Państwa członkowskie powinny zapewnić, aby konsumenci, którzy ucierpieli na skutek nieuczciwych praktyk handlowych, mieli dostęp do środków prawnych w celu wyeliminowania wszystkich skutków tych nieuczciwych praktyk. Jasne regulacje prawne dotyczące indywidualnych środków prawnych ułatwiłyby egzekwowanie prawa na drodze prywatnoprawnej. Konsument powinien mieć dostęp w proporcjonalny i skuteczny sposób do odszkodowania za szkodę i, w stosownych przypadkach, obniżenia ceny lub rozwiązania umowy. Nie powinno się uniemożliwiać państwom członkowskim utrzymywania lub wprowadzania prawa do innych środków prawnych, takich jak naprawa lub wymiana, dla konsumentów, którzy ucierpieli na skutek nieuczciwych praktyk handlowych w celu zapewnienia pełnego usunięcia skutków takich praktyk. Nie powinno się uniemożliwiać państwom członkowskim określania warunków stosowania i skutków środków prawnych dla konsumentów. Stosując te środki prawne, można by uwzględnić, w stosownych przypadkach, wagę i charakter nieuczciwej praktyki handlowej, szkodę poniesioną przez konsumenta oraz inne istotne okoliczności, takie jak nierzetelność przedsiębiorcy lub naruszenie umowy.
- (17) Ocena adekwatności prawa konsumenckiego i marketingowego oraz równoległa ocena dyrektywy 2011/83/UE wykazały również kilka obszarów, w których istniejące unijne prawo ochrony konsumentów powinno zostać unowocześnione. Ze względu na ciągły rozwój narzędzi cyfrowych konieczne jest dostosowywanie unijnego prawa ochrony konsumentów.
- (18) Wyższe plasowanie lub jakiegokolwiek wyeksponowanie ofert handlowych wśród wyników wyszukiwania przez dostawców funkcji wyszukiwania internetowego ma istotny wpływ na konsumentów.

- (19) Plasowanie oznacza przyznawanie określonej widoczności ofertom przedsiębiorców lub wagi nadawanej wynikom wyszukiwania w formie, w jakiej to plasowanie zostało przedstawione, zorganizowane lub przekazane przez dostawców funkcji wyszukiwania internetowego, w tym w wyniku zastosowania mechanizmów sekwencjonowania algorytmicznego, wystawiania oceny lub opinii, podświetlania wyników lub innych narzędzi wyróżniania, lub też ich kombinacji.
- (20) W związku z tym należy zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE w celu wyraźnego stwierdzenia, że powinny być zakazane praktyki 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. Jeżeli przedsiębiorca bezpośrednio lub pośrednio zapłacił dostawcy funkcji wyszukiwania internetowego za wyższe plasowanie produktu w wynikach wyszukiwania, dostawca funkcji wyszukiwania internetowego powinien w zwięzłej, łatwo dostępnej i czytelnej formie poinformować o tym fakcie konsumentów. Płatność pośrednia może mieć formę przyjęcia przez przedsiębiorcę w stosunku do dostawcy funkcji wyszukiwania internetowego dodatkowych zobowiązań wszelkiego rodzaju, które w szczególności skutkują wyższym plasowaniem. Płatność pośrednia może polegać na wyższej prowizji za transakcję, a także na różnych systemach rekompensat, które w szczególności prowadzą do wyższego plasowania. Płatności za usługi ogólne, takie jak opłaty za włączenie do listy wyników lub abonament członkowski, które odnoszą się do szerokiego zakresu funkcji oferowanych przedsiębiorcy przez dostawcę funkcji wyszukiwania internetowego, nie należy uznawać za szczególną płatność za uzyskanie wyższego plasowania produktów, pod warunkiem że takie płatności nie są przeznaczone na uzyskanie wyższego plasowania. Funkcję wyszukiwania internetowego mogą oferować różnego rodzaju przedsiębiorcy internetowi, w tym pośrednicy, tacy jak internetowe platformy handlowe, wyszukiwarki i porównywarki.

- (21) Wymogi w zakresie przejrzystości w odniesieniu do głównych parametrów decydujących o plasowaniu reguluje również rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150¹. Wymogi w zakresie przejrzystości określone w tym rozporządzeniu obejmują szeroki zakres pośredników internetowych, w tym internetowe platformy handlowe, ale mają one zastosowanie wyłącznie między przedsiębiorcami a pośrednikami internetowymi. W dyrektywie 2005/29/WE należy zatem wprowadzić podobne wymogi w zakresie przejrzystości, aby zapewnić odpowiednią przejrzystość w stosunku do konsumentów, z wyjątkiem przypadku dostawców wyszukiwarek internetowych, już zobowiązanych na mocy tego rozporządzenia do określania głównych parametrów, które pojedynczo lub łącznie są najistotniejsze przy plasowaniu, oraz względnego znaczenia tych głównych parametrów, zamieszczając w swoich wyszukiwarkach internetowych łatwo- i ogólnodostępny opis tych parametrów sformułowany prostym i przystępnym językiem.
- (22) Przedsiębiorcy, którzy umożliwiają konsumentom wyszukiwanie towarów i usług, takich jak podróże, zakwaterowanie i wypoczynek, oferowanych przez różnych przedsiębiorców lub konsumentów, powinni informować konsumentów o domyślnych głównych parametrach decydujących o plasowaniu ofert przedstawianych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz ich względnym znaczeniu w porównaniu z innymi parametrami. Informacje te powinny być zwarte oraz łatwo i bezpośrednio dostępne w dobrze widocznym miejscu. Parametry decydujące o plasowaniu to wszelkie ogólne kryteria, procesy, specyficzne sygnały wbudowane w algorytmy lub inne mechanizmy korygowania lub obniżania pozycji stosowane w związku z plasowaniem.

¹ 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 (Dz.U L 186 z 11.7.2019, s. 57).

- (23) Wymóg informacyjny dotyczący głównych parametrów decydujących o plasowaniu pozostaje bez uszczerbku dla dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/943¹. Od przedsiębiorców nie należy wymagać ujawniania szczegółowego funkcjonowania ich mechanizmów plasowania, w tym algorytmów. Przedsiębiorcy powinni udostępniać ogólny opis głównych parametrów decydujących o plasowaniu, wyjaśniający domyślne główne parametry stosowane przez przedsiębiorcę oraz ich względne znaczenie w porównaniu z innymi parametrami, ale opis ten nie musi być przedstawiany indywidualnie dla każdego wyszukiwania.
- (24) Jeżeli produkty są oferowane konsumentom na internetowych platformach handlowych, zarówno dostawca internetowej platformy handlowej, jak i dostawca będący osobą trzecią biorą udział w udzielaniu informacji przed zawarciem umowy, które jest wymagane przez dyrektywę 2011/83/UE. W efekcie konsumenci korzystający z internetowej platformy handlowej mogą nie w pełni rozumieć, kto jest ich kontrahentem i w jaki sposób wpływa to na ich prawa i obowiązki.

¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/943 z dnia 8 czerwca 2016 r. w sprawie ochrony niejawnego know-how i niejawnych informacji handlowych (tajemnic przedsiębiorstwa) przed ich bezprawnym pozyskiwaniem, wykorzystywaniem i ujawnianiem (Dz.U. L 157 z 15.6.2016, s. 1).

- (25) Internetowe platformy handlowe powinny zostać zdefiniowane na potrzeby dyrektyw 2005/29/WE i 2011/83/UE w podobny sposób jak w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013¹ i dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 2016/1148/UE². Definicja „internetowej platformy handlowej” powinna jednak zostać zaktualizowana i być bardziej neutralna z technologicznego punktu widzenia w celu objęcia nią nowych technologii. Dlatego też zamiast „strony internetowej” lepiej odwołać się do oprogramowania, w tym strony internetowej, części strony internetowej lub aplikacji, obsługiwanego przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, zgodnie z pojęciem „interfejsu internetowego” zawartym w rozporządzeniu (UE) 2017/2394 i rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/302³.
- (26) Dyrektywy 2005/29/WE i 2011/83/UE powinny zatem zawierać szczegółowe wymogi informacyjne dotyczące internetowych platform handlowych w celu poinformowania konsumentów korzystających z internetowych platform handlowych o głównych parametrach decydujących o plasowaniu ofert oraz o tym, czy zawierają umowę z przedsiębiorcą, czy z osobą niebędącą przedsiębiorcą, taką jak inny konsument.

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013 z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie internetowego systemu rozstrzygania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE (rozporządzenie w sprawie ODR w sporach konsumenckich) (Dz.U. L 165 z 18.6.2013, s. 1).

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/1148 z dnia 6 lipca 2016 r. w sprawie środków na rzecz wysokiego wspólnego poziomu bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych na terytorium Unii (Dz.U. L 194 z 19.7.2016, s. 1).

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/302 z dnia 28 lutego 2018 r. w sprawie nieuzasadnionego blokowania geograficznego oraz innych form dyskryminacji klientów ze względu na przynależność państwową, miejsce zamieszkania lub miejsce prowadzenia działalności na rynku wewnętrznym oraz w sprawie zmiany rozporządzeń (WE) nr 2006/2004 oraz (UE) 2017/2394 i dyrektywy 2009/22/WE (Dz.U. L 60 I z 2.3.2018, s. 1).

(27) Dostawcy internetowych platform handlowych powinni informować konsumentów o tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe jest przedsiębiorcą czy podmiotem niebędącym przedsiębiorcą, na podstawie złożonego im przez osobę trzecią oświadczenia. Jeżeli osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe oświadcza, że ma status podmiotu niebędącego przedsiębiorcą, dostawcy internetowych platform handlowych powinni zamieszczać krótkie oświadczenie, zgodnie z którym prawa konsumentów wynikające z unijnego prawa ochrony konsumentów nie mają zastosowania do zawartej umowy. Ponadto konsumenci powinni być informowani o sposobie, w jaki obowiązki związane z umową są podzielone między osoby trzecie oferujące towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawców internetowych platform handlowych. Informacja ta powinna być udzielana w jasny i zrozumiały sposób, a nie tylko w standardowych warunkach umownych lub innych podobnych dokumentach umownych. Wymogi informacyjne dotyczące dostawców internetowych platform handlowych powinny być proporcjonalne. Wymogi te muszą zachowywać równowagę między wysokim poziomem ochrony konsumentów a konkurencyjnością dostawców internetowych platform handlowych. Informując konsumentów, że prawa konsumenta nie znajdują zastosowania, dostawcy internetowych platform handlowych nie powinni być zobowiązani do wyszczególnienia tych praw. Pozostaje to bez uszczerbku dla wymogów w zakresie informowania konsumentów przewidzianych w dyrektywie 2011/83/UE, a w szczególności w art. 6 ust. 1. Informacja o odpowiedzialności za zapewnienie przestrzegania praw konsumenta zależy od umownych ustaleń pomiędzy dostawcami internetowych platform handlowych i odpowiednimi przedsiębiorcami będącymi osobami trzecimi. Dostawca internetowej platformy handlowej mógłby wskazać, że przedsiębiorca będący osobą trzecią ponosi wyłączną odpowiedzialność za przestrzeganie praw konsumenta lub określić zakres swoich własnych szczegółowych obowiązków, gdy przejmuje on odpowiedzialność za niektóre aspekty umowy, na przykład za dostawę lub wykonanie prawa do odstąpienia.

- (28) Zgodnie z art. 15 ust. 1 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2000/31/WE¹ dostawcy internetowych platform handlowych nie powinni być zobowiązani do sprawdzania statusu prawnego dostawców będących osobami trzecimi. Dostawcy internetowych platform handlowych powinni natomiast wymagać od dostawców będących osobami trzecimi, działających na internetowych platformach handlowych, wskazania swego statusu jako przedsiębiorców lub osób niebędących przedsiębiorcami dla celów prawa ochrony konsumentów i udzielenia tych informacji dostawcy internetowej platformy handlowej.
- (29) Biorąc pod uwagę szybkie zmiany technologiczne dotyczące internetowych platform handlowych oraz potrzebę zapewnienia wysokiego poziomu ochrony konsumentów, państwa członkowskie powinny mieć możliwość przyjęcia lub utrzymania w tym celu szczególnych dodatkowych środków. Takie przepisy powinny być proporcjonalne i niedyskryminujące oraz nie powinny naruszać przepisów dyrektywy 2000/31/WE.

¹ Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym) (Dz.U. L 178 z 17.7.2000, s. 1).

- (30) Definicje treści cyfrowych i usług cyfrowych w dyrektywie 2011/83/UE powinny zostać dostosowane do definicji zawartych w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770¹. Treści cyfrowe, które podlegają przepisom dyrektywy (UE) 2019/770, obejmują pojedynczą dostawę, szereg odrębnych dostaw lub dostawę w sposób ciągły przez okres czasu. Kryterium dostawy w sposób ciągły nie powinna być konieczność jej długoterminowość. Przypadki takie jak transmisja strumieniowa na żywo krótkiego filmu wideo należy uznać za dostawę w sposób ciągły przez okres czasu, niezależnie od faktycznej długości pliku audiowizualnego. Dlatego dokonanie rozróżnienia między niektórymi rodzajami treści cyfrowych i usług cyfrowych może być trudne, ponieważ i jedno, i drugie mogą wiązać się z dostawą w sposób ciągły przez przedsiębiorcę przez cały czas trwania umowy. Przykładem usług cyfrowych są usługi wymiany treści wideo i audio oraz inne usługi przechowywania plików online, edycja tekstów lub gry oferowane w chmurze, usługi przechowywania danych w chmurze, poczty elektronicznej, mediów społecznościowych i aplikacji działających w oparciu o chmury. Ciągłe zaangażowanie dostawcy usług uzasadnia zastosowanie przepisów dotyczących prawa do odstąpienia od umowy zawartych w dyrektywie 2011/83/UE, które skutecznie umożliwiają konsumentowi przetestowanie usługi i podjęcie decyzji w ciągu 14-dniowego okresu od zawarcia umowy, czy chce nadal z niej korzystać. Wiele umów o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, charakteryzuje pojedyncza dostawa konsumentowi określonego fragmentu lub fragmentów treści cyfrowych, takich jak określone pliki muzyczne lub pliki wideo.

¹ 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 (Dz.U L 136 z 22.5.2019, s. 1).

Umowy o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, pozostają objęte wyjątkiem od prawa do odstąpienia od umowy określonym w art. 16 akapit pierwszy lit. m) dyrektywy 2011/83/UE, który stanowi, że konsument traci prawo do odstąpienia od umowy w przypadku rozpoczęcia wykonywania umowy, na przykład w przypadku pobrania lub strumieniowego odtwarzania treści, z zastrzeżeniem udzielenia przez konsumenta uprzedniej wyraźnej zgody na rozpoczęcie świadczenia w czasie trwania okresu na odstąpienie od umowy oraz przyjęcia przez niego do wiadomości, że tym samym traci on przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy. *W* razie wątpliwości co do tego, czy umowa jest umową o świadczenie usług, czy umową o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, należy stosować przepisy dotyczące prawa do odstąpienia od umowy w przypadku usług.

- (31) Treści cyfrowe i usługi cyfrowe są często dostarczane online na podstawie umów, zgodnie z którymi konsument nie płaci ceny, ale dostarcza przedsiębiorcy dane osobowe. Dyrektywa 2011/83/UE ma już zastosowanie do umów o dostarczenie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym (na przykład dostarczenie treści cyfrowych w trybie online), bez względu na to, czy konsument płaci cenę w pieniądzu czy dostarcza dane osobowe. Dyrektywa ta ma natomiast zastosowanie jedynie do umów o świadczenie usług, w tym usług cyfrowych, na podstawie których konsument płaci cenę lub zobowiązuje się do jej zapłaty. W rezultacie dyrektywa ta nie ma zastosowania do umów o usługi cyfrowe, na podstawie których konsument dostarcza przedsiębiorcy dane osobowe bez uiszczania ceny. Uwzględniając ich podobieństwa i wymiennność płatnych usług cyfrowych i usług cyfrowych dostarczanych w zamian za dane osobowe, powinny być one przedmiotem tych samych przepisów na podstawie tej dyrektywy.

- (32) Należy zapewnić spójność pomiędzy zakresem stosowania dyrektywy 2011/83/UE i dyrektywy (UE) 2019/770, która ma zastosowanie do umów o dostarczenie treści lub usług cyfrowych, na podstawie których konsument dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć przedsiębiorcy dane osobowe.
- (33) Zakres stosowania dyrektywy 2011/83/UE powinien zatem zostać rozszerzony również na umowy, na podstawie których przedsiębiorca dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć usługę cyfrową konsumentowi, a konsument dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć dane osobowe. Podobnie dyrektywa ta powinna mieć zastosowanie do umów o dostarczenie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, ilekroć konsument dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć przedsiębiorcy dane osobowe, z wyjątkiem przypadków, gdy dane osobowe dostarczone przez konsumenta są przetwarzane przez przedsiębiorcę wyłącznie w celu dostarczenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, a przedsiębiorca nie przetwarza tych danych do żadnych innych celów. Przetwarzanie danych osobowych powinno być zgodne z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679¹.

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. L 119 z 4.5.2016, s. 1).

- (34) W celu zapewnienia pełnej zgodności z dyrektywą (UE) 2019/770, jeżeli treści cyfrowe lub usługi cyfrowe nie są dostarczane w zamian za zapłatę ceny, dyrektywa 2011/83/UE nie ma również zastosowania do sytuacji, gdy przedsiębiorca zbiera dane osobowe jedynie w celu spełnienia wymogów prawnych, które go obowiązują. Mogą to być sytuacje, w których przykładowo rejestracja konsumenta jest wymagana przez obowiązujące przepisy ze względów bezpieczeństwa i na potrzeby identyfikacji.
- (35) Dyrektywa 2011/83/UE nie powinna również mieć zastosowania do przypadków, w których przedsiębiorca zbiera wyłącznie metadane, takie jak informacje dotyczące urządzenia należącego do konsumenta lub historia przeglądania, z wyjątkiem przypadków uznanych za umowę zgodnie z prawem krajowym. Nie powinna ona również mieć zastosowania do sytuacji, w których konsument, który nie zawarł umowy z przedsiębiorcą, musi obejrzeć reklamy wyłącznie w celu uzyskania dostępu do treści cyfrowych lub usługi cyfrowej. Państwa członkowskie powinny jednak zachować swobodę w zakresie rozszerzenia stosowania tej dyrektywy na takie sytuacje lub odmiennego uregulowania takich sytuacji, które są wyłączone z zakresu stosowania tej dyrektywy.

- (36) Pojęcie funkcjonalności powinno być rozumiane jako odnoszące się do możliwych sposobów wykorzystywania treści cyfrowych lub usługi cyfrowej. Przykładowo brak ograniczeń technicznych lub występowanie takich ograniczeń jak ochrona za pośrednictwem zarządzania prawami cyfrowymi lub kodowanie regionalne może mieć wpływ na zdolność spełnienia przez treści cyfrowe lub usługę cyfrową wszystkich funkcji zgodnych z ich przeznaczeniem. Pojęcie interoperacyjności odnosi się do tego, czy i w jakim zakresie treści cyfrowe lub usługa cyfrowa mogą współdziałać ze sprzętem komputerowym lub oprogramowaniem, innym niż sprzęt komputerowy lub oprogramowanie, z którymi treści cyfrowe lub usługi cyfrowe tego samego rodzaju są zazwyczaj używane. Prawidłowe funkcjonowanie mogłoby obejmować na przykład zdolność treści cyfrowych lub usługi cyfrowej do wymiany informacji z takim innym oprogramowaniem lub sprzętem komputerowym oraz do wykorzystywania wymienianych informacji. Pojęcie kompatybilności jest zdefiniowane w dyrektywie (UE) 2019/770.
- (37) Art. 7 ust. 3 i art. 8 ust. 8 dyrektywy 2011/83/UE nakładają na przedsiębiorców wymóg, odpowiednio w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość, uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody konsumenta na rozpoczęcie spełnienia świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy. W art. 14 ust. 4 lit. a) tej dyrektywy przewidziano sankcję umowną, gdy wspomniany wymóg nie jest spełniony przez przedsiębiorcę, a mianowicie taką, że konsument nie ponosi kosztów świadczonych usług. W związku z tym wymóg uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody konsumenta ma zastosowanie jedynie w przypadku usług, w tym usług cyfrowych, świadczonych za zapłatę ceny. Dlatego też należy zmienić art. 7 ust. 3 i art. 8 ust. 8 w taki sposób, aby ciążący na przedsiębiorcach wymóg uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody konsumenta miał zastosowanie jedynie do umów o świadczenie usług, zgodnie z którymi na konsumencie spoczywa obowiązek zapłaty.

- (38) Art. 16 akapit pierwszy lit. m) dyrektywy 2011/83/UE przewiduje wyjątek od prawa do odstąpienia od umowy w odniesieniu do treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, jeżeli konsument wyraził uprzednią wyraźną zgodę na rozpoczęcie spełnienia świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i przyjął do wiadomości, że utracił tym samym przysługujące mu prawo do odstąpienia. Art. 14 ust. 4 lit. b) tej dyrektywy przewiduje sankcję umowną w przypadku, gdy wymóg ten nie jest spełniony przez przedsiębiorcę, polegającą na tym, że konsument nie ponosi kosztów za wykorzystane treści cyfrowe. Wymóg uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody i przyjęcia do wiadomości przez konsumenta jest w związku z tym istotny jedynie w przypadku treści cyfrowych dostarczanych za zapłatę ceny. Dlatego też należy zmienić art. 16 akapit pierwszy lit. m) w taki sposób, aby ciężący na przedsiębiorcach wymóg uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody i przyjęcia do wiadomości przez konsumenta miał zastosowanie jedynie do umów, zgodnie z którymi na konsumencie spoczywa obowiązek zapłaty.
- (39) Art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29/WE określa wymogi informacyjne dotyczące „zaproszenia do dokonania zakupu” produktu po określonej cenie. Te wymogi informacyjne mają zastosowanie już na etapie reklamy, podczas gdy dyrektywa 2011/83/UE nakłada ten i inne, bardziej szczegółowe wymogi informacyjne na późniejszym etapie przed zawarciem umowy (tj. tuż przed zawarciem umowy przez konsumenta). W rezultacie przedsiębiorcy mogą być zobowiązani do udzielania takiej samej informacji na etapie reklamy (np. reklama online na stronie internetowej) i na etapie przed zawarciem umowy (np. na stronach ich sklepów internetowych).

- (40) Wymogi informacyjne określone w art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29/WE zawierają informację dla konsumenta o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji. Ustalenia oceny adekwatności prawa konsumenckiego i marketingowego wykazują, że informacja ta jest bardziej istotna na etapie przed zawarciem umowy, który reguluje dyrektywa 2011/83/UE. Wymóg dotyczący udzielenia tej informacji w zaproszeniach do dokonania zakupu na etapie reklamy, określony w dyrektywie 2005/29/WE, powinien być w związku z tym uchylony.
- (41) Art. 6 ust. 1 lit. h) dyrektywy 2011/83/UE nakłada na przedsiębiorców obowiązek udzielenia konsumentom przed zawarciem umowy informacji dotyczących prawa do odstąpienia od umowy, wraz ze wzorem formularza odstąpienia od umowy zawartym w załączniku I część B do tej dyrektywy. Art. 8 ust. 4 tej dyrektywy ustanawia łagodniejsze wymogi w zakresie informacji przed zawarciem umowy, jeżeli umowa jest zawarta przy pomocy środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub czas na przedstawienie informacji, np. telefonicznie, przez głosowego asystenta zakupów lub przez SMS. Obowiązkowe informacje przed zawarciem umowy, które mają zostać udzielone z wykorzystaniem lub za pośrednictwem takiego szczególnego środka porozumiewania się na odległość, obejmują informacje dotyczące prawa do odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. h). W związku z tym obejmują one również udostępnienie wzoru formularza odstąpienia od umowy zawartego w załączniku I część B. Udostępnienie wzoru formularza odstąpienia od umowy jest jednak niemożliwe, gdy umowa jest zawarta przy pomocy środka takiego jak telefon lub głosowy asystent zakupów, a w przypadku innych środków komunikacji na odległość objętych art. 8 ust. 4 może być technicznie niewykonalne w sposób przyjazny dla użytkownika. Należy zatem wyłączyć wzór formularza odstąpienia od umowy z zakresu informacji, których przedsiębiorcy są zobowiązani udzielić w każdym przypadku z wykorzystaniem lub za pośrednictwem szczególnych środków komunikacji na odległość używanych do zawierania umów zgodnie z art. 8 ust. 4.

(42) Art. 16 akapit pierwszy pkt a) dyrektywy 2011/83/UE przewiduje wyjątek od prawa do odstąpienia od umowy w odniesieniu do umów o świadczenie usług, w ramach których usługa została w pełni wykonana, jeżeli rozpoczęto spełnianie świadczenia za uprzednią wyraźną zgodą konsumenta oraz po przyjęciu przez niego do wiadomości, że utraci on przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy z chwilą pełnego wykonania umowy przez przedsiębiorcę. Z kolei art. 7 ust. 3 i art. 8 ust. 8 tej dyrektywy, które określają obowiązki przedsiębiorcy w przypadku, gdy wykonanie umowy rozpoczęło się przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, nakładają na przedsiębiorców jedynie obowiązek uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody konsumenta, ale już bez konieczności przyjęcia przez niego do wiadomości, że utraci przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy z chwilą pełnego wykonania umowy. Dla zapewnienia spójności między tymi przepisami należy w art. 7 ust. 3 i art. 8 ust. 8 nałożyć na przedsiębiorcę obowiązek uzyskania od konsumenta potwierdzenia przyjęcia do wiadomości, że utraci przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy z chwilą pełnego wykonania umowy, jeżeli zgodnie z umową na konsumencie spoczywa obowiązek zapłaty. Ponadto należy zmienić brzmienie art. 16 akapit pierwszy pkt a) w celu uwzględnienia zmiany art. 7 ust. 3 i art. 8 ust. 8, na podstawie których ciężący na przedsiębiorcach wymóg uzyskania uprzedniej wyraźnej zgody konsumenta oraz przyjęcia przez niego do wiadomości ma zastosowanie jedynie do umów o świadczenie usług, zgodnie z którymi na konsumencie spoczywa obowiązek zapłaty. Państwa członkowskie powinny jednak mieć możliwość, by wymogu uzyskania przyjęcia przez konsumenta do wiadomości, że utraci prawo do odstąpienia od umowy z chwilą pełnego wykonania umowy, nie stosować do umów o świadczenie usług, w przypadku których konsument wyraźnie zażądał od przedsiębiorcy, aby przyjechał do niego w celu dokonania naprawy. Art. 16 akapit pierwszy pkt c) tej dyrektywy przewiduje wyjątek od prawa do odstąpienia od umowy w przypadku umów dotyczących dostarczenia towarów wyprodukowanych według specyfikacji konsumenta lub wyraźnie zindywidualizowanych. Wyjątek ten obejmuje na przykład produkcję i instalację mebli dostosowanych do indywidualnych życzeń w domu konsumenta, których dokonuje się w ramach jednej umowy sprzedaży.

- (43) Należy również uznać, że wyjątek od prawa do odstąpienia od umowy przewidziany w art. 16 akapit pierwszy pkt b) dyrektywy 2011/83/UE ma zastosowanie do umów o indywidualne dostawy energii niesieciowej, gdyż jej cena jest zależna od wahań na rynkach towarowych lub rynkach energii, nad którymi przedsiębiorca nie może mieć kontroli i które mogą wystąpić w okresie na odstąpienie od umowy.
- (44) Art. 14 ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE określa warunki, w jakich, w przypadku wykonania prawa do odstąpienia od umowy, konsument nie ponosi kosztów świadczenia usług, zapewnienia podstawowych usług publicznych i dostarczania treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym. Jeżeli którykolwiek z tych warunków jest spełniony, konsument nie musi zapłacić ceny za usługę, podstawowe usługi publiczne czy treści cyfrowe otrzymane przed wykonaniem prawa do odstąpienia od umowy.
- W odniesieniu do treści cyfrowych jednym z tych niekumulatywnych warunków, o którym mowa w art. 14 ust. 4 lit. b) ppkt (iii), jest niedostarczenie potwierdzenia umowy, wraz z potwierdzeniem uprzedniej wyraźnej zgody konsumenta na rozpoczęcie wykonywania umowy przed upływem terminu do odstąpienia od umowy oraz przyjęcia przez niego do wiadomości, że traci przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy. Warunek ten nie jest jednak uwzględniony wśród warunków utraty prawa do odstąpienia od umowy, o których mowa w art. 16 akapit pierwszy lit. m) tej dyrektywy, co powoduje niepewność w odniesieniu do możliwości powołania się przez konsumentów na art. 14 ust. 4 lit. b) ppkt (iii) w przypadku, gdy spełnione są pozostałe dwa warunki określone w art. 14 ust. 4 lit. b), i w konsekwencji dochodzi do utraty prawa do odstąpienia od umowy zgodnie z art. 16 akapit pierwszy lit. m). Warunek, o którym mowa w art. 14 ust. 4 lit. b) ppkt (iii), powinien zatem zostać dodany w art. 16 akapit pierwszy lit. m), aby umożliwić konsumentowi wykonanie prawa do odstąpienia od umowy w przypadku, gdy warunek ten nie jest spełniony, i tym samym dochodzenie praw przewidzianych w art. 14 ust. 4.

- (45) Przedsiębiorcy mogą indywidualnie dostosowywać cenę swoich ofert do konkretnych konsumentów lub konkretnych kategorii konsumentów w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji i profilowanie zachowań konsumentów pozwalające przedsiębiorcom ocenić siłę nabywczą konsumentów. Konsumentom powinni zatem być wyraźnie informowani, gdy zaproponowana im cena została indywidualnie dostosowana na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, tak aby mogli uwzględnić potencjalne ryzyko przy podejmowaniu decyzji o zakupie. W konsekwencji w dyrektywie 2011/83/UE należy dodać szczególny wymóg informacyjny dotyczący informowania konsumenta, jeżeli cena została indywidualnie dostosowana na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji. Ten wymóg informacyjny nie powinien mieć zastosowania do takich technik jak „dynamiczne” ustalanie ceny lub ustalanie ceny „w czasie rzeczywistym”, które wiążą się z bardzo elastyczną i szybką zmianą ceny w reakcji na wymogi rynku, o ile techniki te nie obejmują indywidualnego dostosowania w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji. Ten wymóg informacyjny pozostaje bez uszczerbku dla rozporządzenia (UE) 2016/679, które przewiduje między innymi przysługujące każdej osobie fizycznej prawo do tego, by nie być poddawana zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji w indywidualnych przypadkach, w tym profilowaniu.
- (46) Uwzględniając rozwój technologii, należy skreślić odniesienie do numeru faksu z listy środków komunikacji w art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83/UE, ponieważ faks jest obecnie rzadko stosowany i w znacznej mierze przestarzały.

- (47) Przy podejmowaniu decyzji o zakupie konsumenci w coraz większym stopniu polegają na opiniach i rekomendacjach innych konsumentów. Zatem gdy przedsiębiorcy zapewniają dostęp do opinii konsumentów o produktach, powinni oni informować konsumentów, czy ustanowiono procesy i procedury mające zapewnić, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy rzeczywiście używali produktów lub je kupili. Jeżeli ustanowiono takie procesy lub procedury, przedsiębiorcy powinni udzielać informacji na temat sposobu przeprowadzania kontroli i wyraźnie informować konsumentów o tym, jak opinie są przetwarzane, na przykład, czy zamieszcza się wszystkie opinie, zarówno pozytywne, jak i negatywne, czy opinie te są sponsorowane lub czy mają na nie wpływ stosunki umowne z przedsiębiorcą. Ponadto należy uznać za nieuczciwą praktykę handlową wprowadzanie konsumentów w błąd poprzez twierdzenie, że opinie o produkcie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy rzeczywiście używali tego produktu lub go kupili, jeżeli nie podjęto uzasadnionych i proporcjonalnych kroków w celu zapewnienia, aby pochodziły one od takich konsumentów. Kroki te mogłyby obejmować środki techniczne służące temu, by zweryfikować wiarygodność osoby zamieszczającej opinię, na przykład zwracając się do niej o informacje, które potwierdzą, że konsument rzeczywiście używał tego produktu lub go kupił.
- (48) Przepisy niniejszej dyrektywy dotyczące opinii i rekomendacji konsumenckich pozostają bez uszczerbku dla powszechnej i zgodnej z prawem praktyki reklamowej polegającej na wygłaszaniu przesadzonych twierdzeń lub twierdzeń, których nie należy rozumieć dosłownie.

- (49) Należy zakazać przedsiębiorcom zamieszczania nieprawdziwych opinii i rekomendacji konsumenckich, takich jak polubienia w mediach społecznościowych, lub zlecenia ich zamieszczania innym osobom z myślą o promowaniu własnych produktów, a także manipulowania opiniami i rekomendacjami konsumenckimi, na przykład poprzez publikowanie tylko pozytywnych opinii i usuwanie negatywnych. Takie praktyki mogłyby mieć miejsce również poprzez ekstrapolację rekomendacji zamieszczonych przez użytkowników internetu, w przypadku gdy pozytywna interakcja użytkownika z pewnymi treściami internetowymi jest wiązana z innymi, lecz powiązаныmi treściami, lub przenoszona do nich, co stwarza wrażenie, że użytkownik ten zajmuje pozytywne stanowisko również wobec tych powiązanych treści.
- (50) Należy zakazać przedsiębiorcom odsprzedawania konsumentom biletów na imprezy kulturalne i sportowe, które nabyli z wykorzystaniem oprogramowania takiego jak boty, co pozwala im kupować bilety w liczbie przekraczającej limity techniczne nałożone przez pierwotnego sprzedawcę biletów lub obchodzić inne środki techniczne wprowadzone przez pierwotnego sprzedawcę w celu zapewnienia dostępności biletów dla wszystkich osób. Zakaz ten pozostaje bez uszczerbku dla innych środków krajowych, jakie państwa członkowskie mogą przedsięwziąć w celu ochrony uzasadnionych interesów konsumentów oraz zapewnienia polityki kulturalnej i szerokiego dostępu wszystkich osób do imprez kulturalnych i sportowych, takich jak regulowanie ceny odsprzedaży biletów.

- (51) Art. 16 Karty gwarantuje wolność prowadzenia działalności gospodarczej zgodnie z prawem Unii oraz ustawodawstwami i praktykami krajowymi. Wprowadzanie na rynki państw członkowskich towarów określonych jako identyczne, w sytuacji, gdy produkty te w sposób istotny różnią się składem lub właściwościami, może jednak wprowadzać konsumentów w błąd i spowodować podjęcie przez nich decyzji o transakcji, której by w przeciwnym przypadku nie podjęli.
- (52) Dlatego też taka praktyka może być uznana za sprzeczną z dyrektywą 2005/29/WE w oparciu o przeprowadzaną indywidualnie dla każdego przypadku ocenę istotnych elementów. W celu ułatwienia stosowania istniejącego prawa Unii przez organy państw członkowskich ds. konsumentów i żywności w zawiadomieniu Komisji z dnia 29 września 2017 r. „w sprawie stosowania prawa UE w zakresie żywności i ochrony konsumenta w odniesieniu do kwestii związanych z podwójną jakością produktów – Szczególny przypadek żywności” przedstawiono wytyczne dotyczące zastosowania aktualnych przepisów unijnych do przypadków podwójnej jakości żywności. W tym kontekście Wspólne Centrum Badawcze Komisji przedstawiło w dniu 25 kwietnia 2018 r. „Ramy selekcjonowania i testowania artykułów żywnościowych w celu oceny ich cech w zakresie jakości: zharmonizowana unijna metoda testowania”.

- (53) Doświadczenie w zakresie egzekwowania prawa pokazuje jednak, że w braku wyraźnego przepisu może nie być jasne dla konsumentów, przedsiębiorców i właściwych organów krajowych, które praktyki handlowe mogą być sprzeczne z dyrektywą 2005/29/WE. Dlatego też dyrektywa ta powinna zostać zmieniona w celu zapewnienia pewności prawa zarówno dla przedsiębiorców, jak i organów egzekwujących prawo poprzez wyraźne odniesienie do wprowadzania towaru na rynek jako identycznego z towarem wprowadzonym na rynki w innych państwach członkowskich, w przypadku gdy towar ten w sposób istotny różni się składem lub właściwościami. Właściwe organy powinny ocenić takie praktyki i rozważyć indywidualnie każdy przypadek zgodnie z dyrektywą 2005/29/WE w brzmieniu określonym niniejszą dyrektywą. Podejmując taką ocenę, właściwe organy powinny uwzględnić, czy takie zróżnicowanie jest łatwe do zauważenia dla konsumentów, prawo przedsiębiorcy do dostosowania towarów tej samej marki do różnych rynków geograficznych z uwagi na uzasadnione i obiektywne czynniki, takie jak prawo krajowe, dostępność lub sezonowość surowców lub dobrowolne strategie mające na celu poprawę dostępu do zdrowej i bogatej w składniki odżywcze żywności, jak również prawo przedsiębiorcy do oferowania towarów tej samej marki w opakowaniach o różnej wadze lub rozmiarze na różnych rynkach geograficznych. Właściwe organy powinny ocenić, czy takie zróżnicowanie jest łatwe do zauważenia przez konsumentów, biorąc pod uwagę dostępność i adekwatność informacji. Istotne jest, aby konsumenci byli informowani o zróżnicowaniu towarów ze względu na uzasadnione i obiektywne czynniki. Przedsiębiorcy powinni mieć swobodę udzielania takich informacji na różne sposoby, które umożliwią konsumentom dostęp do niezbędnych informacji. Przedsiębiorcy powinni zasadniczo preferować rozwiązania alternatywne wobec udzielania informacji na etykiecie towarów. Należy przestrzegać odpowiednich unijnych przepisów i zasad sektorowych dotyczących swobodnego przepływu towarów.

- (54) Chociaż sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa stanowi uzasadniony i powszechnie uznawany kanał sprzedaży, jak sprzedaż w lokalu przedsiębiorcy i sprzedaż na odległość, pewne szczególnie agresywne lub wprowadzające w błąd praktyki marketingowe lub sprzedażowe w kontekście wizyt w domu konsumenta lub wycieczek, o których mowa w art. 2 ust. 8 dyrektywy 2011/83/UE, mogą wywierać nacisk na konsumentów do dokonania zakupu towarów lub usług, których w przeciwnym wypadku by nie kupili lub zakupów po wygórowanych cenach, często wiążących się z natychmiastowym obowiązkiem zapłaty. Takie praktyki często kierowane są do osób starszych lub innych podatnych na zagrożenie konsumentów. Niektóre państwa członkowskie uznają takie praktyki za niepożądane i uważają za konieczne ograniczenie pewnych form i aspektów sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu dyrektywy 2011/83/UE, takich jak agresywne i wprowadzające w błąd praktyki marketingowe lub sprzedażowe w kontekście nieumówionych wizyt w domu konsumenta lub wycieczek. W przypadku gdy takie ograniczenia są przyjmowane ze względów innych niż ochrona konsumenta, takich jak interes publiczny lub poszanowanie życia prywatnego konsumentów chronionych przez art. 7 Karty, nie wchodzi one w zakres stosowania dyrektywy 2005/29/WE.

(55) Zgodnie z zasadą pomocniczości oraz w celu ułatwienia egzekwowania prawa należy wyjaśnić, że dyrektywa 2005/29/WE pozostaje bez uszczerbku dla swobody przyjmowania przez państwa członkowskie przepisów krajowych w celu dodatkowej ochrony uzasadnionych interesów konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi w kontekście nieumówionych wizyt przedsiębiorcy w ich domach, które mają na celu oferowanie lub sprzedaż produktów lub w kontekście wycieczek zorganizowanych przez przedsiębiorcę, których celem lub skutkiem jest promocja lub sprzedaż produktów konsumentom, wtedy gdy takie przepisy są uzasadnione ochroną konsumentów. Wszelkie takie przepisy powinny być proporcjonalne i niedyskryminujące oraz nie powinny zakazywać tych kanałów sprzedaży jako takich. Przepisy krajowe przyjęte przez państwa członkowskie mogłyby na przykład określać porę dnia, w której wizyty w domach konsumentów bez ich wyraźnego życzenia są niedozwolone, lub zakazywać takich wizyt, jeżeli konsument w sposób widoczny wskazał, że ich sobie nie życzy, lub określać procedurę płatności. Ponadto przepisy te mogłyby ustanawiać zasady większej ochrony w obszarach zharmonizowanych dyrektywą 2011/83/UE. Należy zatem zmienić dyrektywę 2011/83/UE, aby umożliwić państwom członkowskim przyjęcie środków krajowych w celu zapewnienia dłuższego okresu do wykonania prawa do odstąpienia od umowy oraz w celu zastosowania odstępstwa od szczególnych wyjątków od prawa do odstąpienia od umowy. Państwa członkowskie powinny być zobowiązane do powiadamiania Komisji o jakichkolwiek krajowych przepisach przyjętych w tym względzie, tak by Komisja mogła udostępnić te informacje wszystkim zainteresowanym stronom i monitorować proporcjonalny charakter i zgodność z prawem tych środków.

- (56) W odniesieniu do agresywnych i wprowadzających w błąd praktyk w kontekście wydarzeń organizowanych poza lokalem przedsiębiorstwa, dyrektywa 2005/29/WE pozostaje bez uszczerbku dla warunków prowadzenia działalności gospodarczej lub systemów wydawania zezwoleń, które państwa członkowskie mogą stosować wobec przedsiębiorstw. Ponadto dyrektywa ta pozostaje bez uszczerbku dla krajowych przepisów prawa umów, w szczególności dla postanowień dotyczących skuteczności, zawierania lub skutków umowy. Agresywnych i wprowadzających w błąd praktyk w kontekście wydarzeń organizowanych poza lokalem przedsiębiorstwa można zakazać na podstawie przeprowadzanej indywidualnie dla każdego przypadku oceny zgodnie z art. 5–9 tej dyrektywy. Ponadto załącznik I do tej dyrektywy zawiera ogólny zakaz stosowania praktyk, w przypadku których przedsiębiorca stwarza wrażenie, że nie działa w celu związanym z jego zawodem oraz praktyk stwarzających wrażenie, że konsument nie może opuścić lokalu, dopóki nie zostanie zawarta umowa. Komisja powinna ocenić, czy obowiązujące przepisy zapewniają odpowiedni poziom ochrony konsumentów i odpowiednie narzędzia umożliwiające państwom członkowskim skuteczne zajęcie się takimi praktykami.
- (57) Niniejsza dyrektywa nie powinna wpływać na te aspekty krajowego prawa umów, które nie są przez nią uregulowane. Powinna ona zatem pozostawać bez uszczerbku dla krajowego prawa umów regulującego na przykład zawieranie lub skuteczność umowy w takich przypadkach jak brak zgodnych oświadczeń woli czy prowadzenie działalności handlowej bez zezwolenia.
- (58) Aby zapewnić obywatelom dostęp do aktualnych informacji na temat przysługujących im praw konsumentów i pozasądowego rozstrzygania sporów, internetowy punkt kontaktowy, który ma stworzyć Komisja, powinien w miarę możliwości być przyjazny dla użytkownika, kompatybilny z urządzeniami mobilnymi, łatwo dostępny i wszyscy powinni móc z niego korzystać, w tym osoby niepełnosprawne („projektowanie dla wszystkich”).

- (59) Zgodnie ze wspólną deklaracją polityczną państw członkowskich i Komisji z dnia 28 września 2011 r. dotyczącą dokumentów wyjaśniających¹ państwa członkowskie zobowiązały się do złożenia, w uzasadnionych przypadkach, wraz z powiadomieniem o środkach transpozycji, jednego lub większej liczby dokumentów wyjaśniających związki między elementami dyrektywy a odpowiadającymi im częściami krajowych instrumentów transpozycyjnych. W odniesieniu do niniejszej dyrektywy ustawodawca uznaje, że przekazanie takich dokumentów jest uzasadnione.
- (60) Ponieważ cele niniejszej dyrektywy, a mianowicie lepsze egzekwowanie i unowocześnienie prawa ochrony konsumentów, nie mogą zostać osiągnięte w sposób wystarczający przez państwa członkowskie, natomiast ze względu na rozmiary i skutki tego problemu możliwe jest ich lepsze osiągnięcie na poziomie Unii, może ona podjąć działania zgodnie z zasadą pomocniczości określoną w art. 5 Traktatu o Unii Europejskiej. Zgodnie z zasadą proporcjonalności, określoną w tym artykule, dyrektywa nie wykracza poza to, co jest konieczne do osiągnięcia tych celów,

PRZYJMUJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

¹ Dz.U. C 369 z 17.12.2011, s. 14.

Artykuł 1
Zmiana dyrektywy 93/13/EWG

W dyrektywie 93/13/EWG dodaje się artykuł w brzmieniu:

„Artykuł 8b

1. Państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące sankcji mających zastosowanie w przypadku naruszeń przepisów krajowych przyjętych na mocy niniejszej dyrektywy i podejmują wszelkie niezbędne środki w celu zapewnienia ich wykonywania. Przewidziane sankcje muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające.
2. Państwa członkowskie mogą ograniczyć stosowanie takich sankcji do sytuacji, w których warunki umowne są wprost określone w prawie krajowym jako nieuczciwe we wszystkich okolicznościach lub w których sprzedawca lub dostawca nadal stosuje warunki umowne, które zostały uznane za nieuczciwe w ostatecznej decyzji wydanej zgodnie z art. 7 ust. 2.
3. Państwa członkowskie zapewniają, aby przy nakładaniu sankcji uwzględniano, w stosownych przypadkach, następujące niewyczerpujące i przykładowe kryteria:
 - a) charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia;
 - b) działania podjęte przez sprzedawcę lub dostawcę w celu złagodzenia lub naprawienia szkody poniesionej przez konsumentów;

- c) wcześniejsze naruszenia dokonane przez sprzedawcę lub dostawcę;
 - d) korzyści majątkowe uzyskane lub straty uniknięte przez sprzedawcę lub dostawcę wskutek naruszenia, jeżeli dostępne są odpowiednie dane;
 - e) sankcje nałożone na sprzedawcę lub dostawcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394*;
 - f) inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie w okolicznościach danej sprawy.
4. Nie naruszając ust. 2 niniejszego artykułu, państwa członkowskie zapewniają, aby w przypadku, gdy zgodnie z art. 21 rozporządzenia (UE) 2017/2394 mają zostać nałożone kary, kary te przewidywały możliwość nakładania grzywien w postępowaniach administracyjnych albo wszczęcia postępowania sądowego w celu nałożenia grzywien, przy czym maksymalna wysokość tych grzywien musi stanowić co najmniej 4 % rocznego obrotu sprzedawcy lub dostawcy w państwie członkowskim lub państwach członkowskich, których dotyczy dane naruszenie.
5. W przypadku, gdy nakłada się grzywnę zgodnie z ust. 4, ale informacje o rocznym obrocie sprzedawcy lub dostawcy nie są dostępne, państwa członkowskie wprowadzają przepisy przewidujące możliwość nakładania grzywien, których maksymalna wysokość wynosi co najmniej 2 mln EUR.

6. Państwa członkowskie powiadamiają Komisję o przepisach i środkach, o których mowa w ust. 1, do dnia ... [24 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej], a także powiadamiają ją niezwłocznie o wszelkich późniejszych zmianach, które ich dotyczą.

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz.U. L 345 z 27.12.2017, s. 1).”.

Artykuł 2

Zmiany dyrektywy 98/6/WE

W dyrektywie 98/6/WE wprowadza się następujące zmiany:

- 1) dodaje się artykuł w brzmieniu:

„Artykuł 6a

1. W każdym ogłoszeniu o obniżce ceny podaje się wcześniejszą cenę stosowaną przez podmiot gospodarczy przez określony okres przed zastosowaniem obniżki ceny.
2. Wcześniejsza cena oznacza najniższą cenę stosowaną przez podmiot gospodarczy przez okres, który nie może być krótszy niż 30 dni przed zastosowaniem obniżki ceny.
3. Państwa członkowskie mogą wprowadzić inne przepisy dla towarów, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności.

4. Jeżeli dany produkt znajduje się w obrocie krócej niż 30 dni, państwa członkowskie mogą wprowadzić przepisy przewidujące krótszy okres niż określony w ust. 2.
5. Państwa członkowskie mogą wprowadzić przepisy przewidujące, że w przypadku stopniowego zwiększania obniżki cen, wcześniejsza cena jest ceną bez obniżki sprzed pierwszego zastosowania obniżki ceny.”;

2) art. 8 otrzymuje brzmienie:

„Artykuł 8

1. Państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące kar mających zastosowanie w przypadku naruszeń przepisów krajowych przyjętych na mocy niniejszej dyrektywy i podejmują wszelkie niezbędne środki w celu zapewnienia ich wykonywania. Przewidziane kary muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające.
2. Państwa członkowskie zapewniają, aby przy nakładaniu kar uwzględniano, w stosownych przypadkach, następujące niewyczerpujące i przykładowe kryteria:
 - a) charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia;
 - b) działania podjęte przez podmiot gospodarczy w celu złagodzenia lub naprawienia szkody poniesionej przez konsumentów;
 - c) wcześniejsze naruszenia dokonane przez podmiot gospodarczy;

- d) korzyści majątkowe uzyskane lub straty uniknięte przez podmiot gospodarczy wskutek naruszenia, jeżeli dostępne są odpowiednie dane;
 - e) sankcje nałożone na podmiot gospodarczy za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394*;
 - f) inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie w okolicznościach danej sprawy.
3. Państwa członkowskie powiadamiają Komisję o przepisach i środkach, o których mowa w ust. 1, do dnia ... [24 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej], a także powiadamiają ją niezwłocznie o wszelkich późniejszych zmianach, które ich dotyczą.

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz.U. L 345 z 27.12.2017, s. 1).”.

Artykuł 3
Zmiany dyrektywy 2005/29/WE

W dyrektywie 2005/29/WE wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w art. 2 akapit pierwszy wprowadza się następujące zmiany:
 - a) lit. c) otrzymuje brzmienie:

„c) »produkt« oznacza każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, usługi cyfrowe i treści cyfrowe, a także prawa i obowiązki;”;
 - b) dodaje się litery w brzmieniu:

„m) »plasowanie« oznacza przyznawanie określonej widoczności produktom w formie, w jakiej to plasowanie zostało przedstawione, zorganizowane lub przekazane przez przedsiębiorcę, niezależnie od środków technologicznych wykorzystanych do takiego przedstawienia, zorganizowania lub przekazu;

n) »internetowa platforma handlowa« oznacza 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.”;

2) w art. 3 ust. 5 i 6 otrzymują następujące brzmienie:

- „5. „Niniejsza dyrektywa nie uniemożliwia państwom członkowskim przyjmowania przepisów mających na celu ochronę uzasadnionych interesów konsumentów w odniesieniu do agresywnych lub wprowadzających w błąd praktyk marketingowych lub sprzedażowych w kontekście nieumówionych wizyt przedsiębiorcy w domu konsumenta lub wycieczek zorganizowanych przez przedsiębiorcę, których celem lub skutkiem jest promocja lub sprzedaż produktów konsumentom. Takie przepisy muszą być proporcjonalne, niedyskryminujące i muszą być uzasadnione ochroną konsumenta.
6. Państwa członkowskie niezwłocznie powiadamiają Komisję o przepisach krajowych przyjętych na podstawie ust. 5, a także o wszelkich późniejszych zmianach. Komisja zapewnia konsumentom i przedsiębiorcom łatwy dostęp do tych informacji na specjalnej stronie internetowej.”;

3) w art. 6 ust. 2 dodaje się literę w brzmieniu:

- „c) każdy rodzaj wprowadzenia towaru na rynek w 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.”;

- 4) w art. 7 wprowadza się następujące zmiany:
- a) w ust. 4 wprowadza się następujące zmiany:
- (i) lit. d) otrzymuje brzmienie:
- „d) uzgodnienia dotyczące sposobu płatności, dostawy lub wykonania, jeżeli odbiegają one od wymogów staranności zawodowej;”;
- (ii) dodaje się literę w brzmieniu:
- „f) w odniesieniu do produktów oferowanych na internetowych platformach handlowych – informacja o tym, czy osoba trzecia oferująca produkty jest przedsiębiorcą, na podstawie oświadczenia tej osoby trzeciej złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej.”;
- b) dodaje się ustęp w brzmieniu:
- „4a. W przypadku udostępnienia konsumentom możliwości wyszukiwania produktów oferowanych przez różnych przedsiębiorców lub konsumentów na podstawie zapytania przez podanie słowa kluczowego, wyrażenia lub innej wartości wejściowej, niezależnie od tego, gdzie transakcje są ostatecznie zawierane, za istotne uważa się 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 ustęp nie ma zastosowania do dostawców wyszukiwarek internetowych zdefiniowanych w art. 2 pkt 6 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150*.

* 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 (Dz.U L 186 z 11.7.2019, s. 57).”;

c) dodaje się ustęp w brzmieniu:

„6. W przypadku gdy przedsiębiorca zapewnia dostęp do opinii konsumentów o produktach, za istotne uważa się informacje o tym, czy i w jaki sposób przedsiębiorca zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy rzeczywiście używali danego produktu lub go kupili.”;

5) dodaje się artykuł w brzmieniu:

„Artykuł 11a

Dochodzenie roszczeń

1. Konsumenty, którzy ucierpieli na skutek nieuczciwych praktyk handlowych, mają dostęp do proporcjonalnych i skutecznych środków prawnych, w tym do odszkodowania za szkodę poniesioną przez konsumenta oraz, w stosownych przypadkach, do obniżenia ceny lub rozwiązania umowy. Państwa członkowskie mogą określić warunki korzystania z tych środków prawnych i ich skutki. Państwa członkowskie mogą w stosownych przypadkach uwzględnić wagę i charakter nieuczciwej praktyki handlowej, szkodę poniesioną przez konsumenta oraz inne istotne okoliczności.
2. Te środki prawne pozostają bez uszczerbku dla korzystania z innych środków prawnych dostępnych dla konsumentów na mocy prawa Unii lub prawa krajowego.”;

6) art. 13 otrzymuje brzmienie:

„Artykuł 13

Sankcje

1. Państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące sankcji mających zastosowanie w przypadku naruszeń przepisów krajowych przyjętych na mocy niniejszej dyrektywy i podejmują wszelkie niezbędne środki w celu zapewnienia ich wykonywania. Przewidziane sankcje muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.
2. Państwa członkowskie zapewniają, aby przy nakładaniu sankcji uwzględniano, w stosownych przypadkach, następujące niewyczerpujące i przykładowe kryteria:
 - a) charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia;
 - b) działania podjęte przez przedsiębiorcę w celu złagodzenia lub naprawienia szkody poniesionej przez konsumentów;
 - c) wcześniejsze naruszenia dokonane przez przedsiębiorcę;
 - d) korzyści majątkowe uzyskane lub straty uniknięte przez przedsiębiorcę wskutek naruszenia, jeżeli dostępne są odpowiednie dane;
 - e) sankcje nałożone na przedsiębiorcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394*;

- f) inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie w okolicznościach danej sprawy.
3. Państwa członkowskie zapewniają, aby w przypadku, gdy zgodnie z art. 21 rozporządzenia (UE) 2017/2394 mają zostać nałożone kary, kary te przewidywały możliwość nakładania grzywien w postępowaniach administracyjnych albo możliwość wszczęcia postępowania sądowego w celu nałożenia grzywien, przy czym maksymalna wysokość tych grzywien musi stanowić co najmniej 4 % rocznego obrotu przedsiębiorcy w państwie członkowskim lub państwach członkowskich, których dotyczy dane naruszenie. Bez uszczerbku dla tego rozporządzenia, państwa członkowskie mogą, z krajowych względów konstytucyjnych, ograniczyć nakładanie grzywien do przypadków:
- a) naruszeń art. 6, 7, 8, 9 i załącznika I do niniejszej dyrektywy; oraz
- b) dalszego stosowania przez przedsiębiorcę praktyki handlowej, która została uznana za nieuczciwą przez właściwy organ krajowy lub sąd, jeżeli taka praktyka handlowa nie stanowi naruszenia, o którym mowa w lit. a).
4. W przypadku gdy nakłada się grzywnę zgodnie z ust. 3, ale informacje o rocznym obrocie przedsiębiorcy nie są dostępne, państwa członkowskie wprowadzają przepisy przewidujące możliwość nakładania grzywien, których maksymalna wysokość wynosi co najmniej 2 mln EUR.
5. Państwa członkowskie powiadamiają Komisję o przepisach i środkach, o których mowa w ust. 1, do dnia ... [24 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej]a także powiadamiają ją niezwłocznie o wszelkich późniejszych zmianach, które ich dotyczą.

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz.U. L 345 z 27.12.2017, s. 1).”;

7) w załączniku I wprowadza się następujące zmiany:

a) dodaje się punkt w brzmieniu:

„11a. 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.”;

b) dodaje się punkty w brzmieniu:

„23a. Odsprzedaż konsumentom biletów na imprezy, jeżeli przedsiębiorca nabył je z wykorzystaniem środków automatycznych w celu obejścia ograniczeń nałożonych w odniesieniu do liczby biletów, które dana osoba może kupić, lub innych zasad mających zastosowanie do zakupu biletów.

23b. Twierdzenie, że opinie o produkcie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy rzeczywiście używali danego produktu lub go kupili, choć nie podjęto uzasadnionych i proporcjonalnych kroków w celu sprawdzenia, czy opinie te pochodzą od takich konsumentów.

23c. Zamieszczanie lub zlecenie innej osobie prawnej lub fizycznej zamieszczania nieprawdziwych opinii konsumentów lub rekomendacji lub zniekształcanie opinii konsumentów lub rekomendacji użytkowników internetu w celu promowania produktów.”.

Artykuł 4
Zmiany dyrektywy 2011/83/UE

W dyrektywie 2011/83/UE wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 2 wprowadza się następujące zmiany:

a) pkt 3 otrzymuje brzmienie:

„3) »towary« oznaczają towary w rozumieniu art. 2 pkt 5 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771*;

* 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 (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 28).”;

b) dodaje się literę w brzmieniu:

„4a) »dane osobowe« oznaczają dane osobowe w rozumieniu art. 4 pkt 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679*;

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. L 119 z 4.5.2016, s. 1).”;

c) pkt 5 i 6 otrzymują brzmienie:

- „5) »umowa sprzedaży« oznacza każdą umowę, na mocy której przedsiębiorca przenosi lub zobowiązuje się do przeniesienia własności towarów na konsumenta, w tym każdą umowę, której przedmiotem są zarówno towary, jak i usługi;
- 6) »umowa o świadczenie usług« oznacza każdą umowę inną niż umowa sprzedaży, na mocy której przedsiębiorca świadczy lub zobowiązuje się do świadczenia usługi, w tym usługi cyfrowej, na rzecz konsumenta;”;

d) pkt 11 otrzymuje brzmienie:

- „11) »treści cyfrowe« oznaczają treści cyfrowe w rozumieniu art. 2 pkt 1 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770*;

* 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 (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 1).”;

e) dodaje się litery w brzmieniu:

- „16) »usługa cyfrowa« oznacza usługę cyfrową w rozumieniu art. 2 pkt 2 dyrektywy (UE) 2019/770;

- 17) »internetowa platforma handlowa« oznacza 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;
- 18) »dostawca internetowej platformy handlowej« oznacza przedsiębiorcę, który zapewnia konsumentom internetową platformę handlową;
- 19) »kompatybilność« oznacza kompatybilność w rozumieniu art. 2 pkt 10 dyrektywy (UE) 2019/770;
- 20) »funkcjonalność« oznacza funkcjonalność w rozumieniu art. 2 pkt 11 dyrektywy (UE) 2019/770;
- 21) »interoperacyjność« oznacza interoperacyjność w rozumieniu art. 2 pkt 12 dyrektywy (UE) 2019/770.”;

2) w art. 3 wprowadza się następujące zmiany:

a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Niniejsza dyrektywa ma zastosowanie, na warunkach i w zakresie określonym w jej przepisach, do każdej umowy zawartej między przedsiębiorcą a konsumentem, w przypadku gdy konsument płaci cenę lub zobowiązuje się do jej zapłaty. Ma ona zastosowanie do umów, których przedmiotem jest dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej lub dostarczanie centralnego ogrzewania, w tym również przez dostawców publicznych, w zakresie, w jakim towary te dostarczane są na podstawie umowy.”;

b) dodaje się ustęp w brzmieniu:

„1a. Niniejsza dyrektywa ma również zastosowanie w przypadkach, gdy przedsiębiorca dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć konsumentowi treści cyfrowe, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, lub usługę cyfrową, a konsument dostarcza lub zobowiązuje się dostarczyć przedsiębiorcy dane osobowe, z wyjątkiem przypadków, gdy dane osobowe dostarczone przez konsumenta są przetwarzane przez przedsiębiorcę wyłącznie w celu dostarczenia treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, lub usługi cyfrowej zgodnie z niniejszą dyrektywą lub w celu umożliwienia przedsiębiorcy spełnienia wymogów prawnych, którym on podlega, a przedsiębiorca nie przetwarza tych danych do żadnych innych celów.”;

c) w ust. 3 wprowadza się następujące zmiany:

(i) lit. k) otrzymuje brzmienie:

„k) dotyczących pasażerskich usług przewozowych, z wyjątkiem art. 8 ust. 2 oraz art. 19, 21 i 22;”;

(ii) dodaje się literę w brzmieniu:

„n) dotyczących towarów sprzedawanych w drodze egzekucji lub w inny sposób z mocy prawa.”;

3) w art. 5 ust. 1 wprowadza się następujące zmiany:

a) lit. e) otrzymuje brzmienie:

„e) oprócz przypomnienia o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towaru, treści cyfrowych i usług cyfrowych z umową, istnienie i warunki usług posprzedażnych oraz gwarancje handlowe, w przypadku gdy ma to zastosowanie;”;

b) lit. g) i h) otrzymują brzmienie:

„g) w przypadku gdy ma to zastosowanie – funkcjonalność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych, w tym również mające zastosowanie techniczne środki ich ochrony;

h) w przypadku gdy ma to zastosowanie – każda mająca znaczenie kompatybilność i interoperacyjność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych, o której przedsiębiorca wie lub, racjonalnie oczekując, powinien był wiedzieć;”;

4) w art. 6 wprowadza się następujące zmiany:

a) w ust. 1 wprowadza się następujące zmiany:

(i) lit. c) otrzymuje brzmienie:

„c) pełny adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, jak również numer telefonu oraz adres poczty elektronicznej przedsiębiorcy; dodatkowo, jeżeli przedsiębiorca udostępnia inny środek komunikacji online gwarantujący, że konsument może zachować pisemną korespondencję z przedsiębiorcą, w tym daty i godziny takiej korespondencji, na trwałym nośniku, informacje te muszą zawierać także szczegółowe dane dotyczące tych innych środków; wszystkie te środki komunikacji udostępniane przez przedsiębiorcę muszą umożliwiać konsumentowi szybkie skontaktowanie się z przedsiębiorcą i skuteczne porozumiewanie się z nim; w przypadku gdy ma to zastosowanie, przedsiębiorca udostępnia również pełny adres pocztowy i dane identyfikujące przedsiębiorcę, w imieniu którego działa.”;

(ii) dodaje się literę w brzmieniu:

„(ea) w przypadku gdy ma to zastosowanie – informacja o tym, że cena została indywidualnie dostosowana w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji;”;

(iii) lit. l) otrzymuje brzmienie:

„l) przypomnienie o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towarów, treści cyfrowych i usług cyfrowych z umową;”;

(iv) lit. r) i s) otrzymują brzmienie:

- „r) w przypadku gdy ma to zastosowanie – funkcjonalność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych, w tym również mające zastosowanie techniczne środki ich ochrony;
- s) w przypadku gdy ma to zastosowanie – każda mająca znaczenie kompatybilność i interoperacyjność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych, o której przedsiębiorca wie lub, racjonalnie oczekując, powinien był wiedzieć;”;

b) ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Informacje, o których mowa w ust. 1 lit. h), i) oraz j) niniejszego artykułu, można dostarczyć przy użyciu wzoru pouczenia o odstąpieniu od umowy znajdującego się w załączniku I część A. Przedsiębiorca spełnił wymogi informacyjne określone w ust. 1 lit. h), i) oraz j) niniejszego artykułu, jeżeli dostarczył konsumentowi to pouczenie, odpowiednio wypełnione. Wskazanie 14-dniowego okresu na odstąpienie od umowy we wzorze pouczenia o odstąpieniu od umowy znajdującym się w załączniku I część A zastępuje się wskazaniem 30-dniowego okresu na odstąpienie od umowy w przypadkach, gdy państwa członkowskie przyjęły przepisy zgodnie z art. 9 ust. 1a.”;

5) dodaje się następujący artykuł:

„Artykuł 6a

Dodatkowe szczegółowe wymogi informacyjne w przypadku umów zawartych na internetowych platformach handlowych

1. Zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie na internetowej platformie handlowej, dostawca internetowej platformy handlowej, nie naruszając dyrektywy 2005/29/WE, udziela konsumentowi w sposób jasny i zrozumiały oraz odpowiedni do środków porozumiewania się na odległość następujących informacji:
 - a) ogólnych informacji, udostępnionych w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest bezpośrednio i łatwo dostępna ze strony, na której oferty są prezentowane, dotyczących głównych parametrów decydujących o plasowaniu, w rozumieniu art. 2 akapit pierwszy lit. m) dyrektywy 2005/29/WE, ofert przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względnego znaczenia tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami;
 - b) informację o tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe jest przedsiębiorcą, na podstawie oświadczenia tej osoby trzeciej złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej;
 - c) w przypadku gdy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe nie jest przedsiębiorcą – informację o tym, że prawa konsumentów wynikające z unijnego prawa ochrony konsumentów nie mają zastosowania do tej umowy;

d) w przypadku gdy ma to zastosowanie – sposobu, w jaki obowiązki związane z umową są podzielone między osobę trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawcę internetowej platformy handlowej; informacje te pozostają bez uszczerbku dla odpowiedzialności, jaką dostawca internetowej platformy handlowej lub przedsiębiorca będący osobą trzecią ponoszą w związku z umową na mocy prawa Unii lub prawa krajowego.

2. Nie naruszając dyrektywy 2000/31/WE, niniejszy artykuł nie uniemożliwia państwom członkowskim nakładania na dostawców internetowych platform handlowych dodatkowych wymogów informacyjnych. Takie przepisy muszą być proporcjonalne, niedyskryminujące i muszą być uzasadnione ochroną konsumenta.”;

6) art. 7 ust. 3 otrzymuje brzmienie:

„3. W przypadku gdy konsument chce, aby świadczenie usług lub dostarczanie wody, gazu, 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 takiego wyraźnego żądania na trwałym nośniku oraz przyjęcia przez konsumenta do wiadomości, że z chwilą pełnego wykonania umowy przez przedsiębiorcę konsument nie będzie miał już prawa do odstąpienia od umowy.”;

7) w art. 8 wprowadza się następujące zmiany:

a) ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Jeżeli umowa jest zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub czas na przedstawienie informacji, przed zawarciem takiej umowy przedsiębiorca dostarcza, z wykorzystaniem lub za pośrednictwem tego konkretnego środka, przynajmniej informacje przed zawarciem umowy dotyczące głównych cech towarów lub usług, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny, prawa do odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony – warunków rozwiązania umowy, o których to informacjach mowa, odpowiednio, w art. 6 ust. 1 lit. a), b), e), h) i o), z wyjątkiem wzoru formularza odstąpienia od umowy określonego w załączniku I część B, o którym mowa w lit. h). Pozostałe informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1, w tym wzór formularza odstąpienia od umowy, udzielane są przez przedsiębiorcę konsumentowi w odpowiedni sposób zgodnie z ust. 1 niniejszego artykułu.”;

b) ust. 8 otrzymuje brzmienie:

„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.”;

8) w art. 9 wprowadza się następujące zmiany:

a) dodaje się ustęp w brzmieniu:

„1a. Państwa członkowskie mogą przyjąć przepisy, zgodnie z którymi okres na odstąpienie od umowy wynoszący 14 dni, o którym mowa w ust. 1, zostaje wydłużony do 30 dni w przypadku umów zawieranych w kontekście nieumówionych wizyt przedsiębiorcy w domu konsumenta lub wycieczek zorganizowanych przez przedsiębiorcę, których celem lub skutkiem jest promocja lub sprzedaż produktów konsumentom, z myślą o ochronie uzasadnionych interesów konsumentów w odniesieniu do agresywnych lub wprowadzających w błąd praktyk marketingowych lub sprzedażowych. Takie przepisy muszą być proporcjonalne, niedyskryminujące i muszą być uzasadnione ochroną konsumenta.”;

b) w ust. 2 formuła wprowadzająca otrzymuje brzmienie:

„2. Bez uszczerbku dla art. 10 okres na odstąpienie od umowy, o którym mowa w ust. 1 niniejszego artykułu, wygasa po upływie 14 dni albo w przypadku, gdy państwa członkowskie przyjęły przepisy zgodnie z ust. 1a niniejszego artykułu, 30 dni od:”;

9) art. 10 ust. 2 otrzymuje brzmienie:

„2. Jeżeli przedsiębiorca udzielił konsumentowi informacji przewidzianych w ust. 1 niniejszego artykułu w ciągu 12 miesięcy od dnia, o którym mowa w art. 9 ust. 2, okres na odstąpienie od umowy wygasa po upływie 14 dni albo w przypadku, gdy państwa członkowskie przyjęły przepisy zgodnie z art. 9 ust. 1a, 30 dni od dnia, w którym konsument otrzymał te informacje.”;

10) w art. 13 dodaje się następujące ustępy:

„4. W odniesieniu do danych osobowych konsumenta, przedsiębiorca musi wykonywać obowiązki mające zastosowanie na mocy rozporządzenia (UE) 2016/679.

5. Przedsiębiorca powstrzymuje się od wykorzystywania treści innych niż dane osobowe, które zostały dostarczone lub wytworzonych przez konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę, z wyjątkiem sytuacji, gdy takie treści:

a) nie są użyteczne poza kontekstem treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę;

- b) dotyczą wyłącznie aktywności konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę;
 - c) zostały połączone przez przedsiębiorcę z innymi danymi i nie mogą zostać z nich wydzielone lub mogą zostać wydzielone jedynie przy nakładzie niewspółmiernych wysiłków; lub
 - d) zostały wygenerowane wspólnie przez konsumenta z innymi osobami, a inni konsumenci nadal mogą wykorzystywać te treści.
6. Z wyjątkiem przypadków, o których mowa w ust. 5 lit. a), b) lub c), przedsiębiorca na żądanie konsumenta udostępnia mu treści inne niż dane osobowe, które zostały dostarczone lub wytworzone przez konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę.
7. Konsument ma prawo odzyskać te treści cyfrowe od dostawcy nieodpłatnie, bez przeszkód ze strony przedsiębiorcy, w rozsądnym terminie i w powszechnie używanym formacie nadającym się do przetwarzania automatycznego.
8. W przypadku odstąpienia od umowy przedsiębiorca może uniemożliwić konsumentowi dalsze korzystanie z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, w szczególności przez uniemożliwienie konsumentowi dostępu do treści cyfrowych lub usługi cyfrowej lub przez zablokowanie konta użytkownika, bez uszczerbku dla ust. 6.”;

11) w art. 14 wprowadza się następujące zmiany:

a) dodaje się ustęp w brzmieniu:

„2a. W przypadku odstąpienia od umowy konsument powstrzymuje się od korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej i udostępniania ich osobom trzecim.”;

b) ust. 4 lit. b) ppkt (i) otrzymuje brzmienie:

„(i) konsument nie udzielił uprzedniej wyraźnej zgody na rozpoczęcie spełniania świadczenia przed zakończeniem 14-dniowego albo 30-dniowego okresu, o którym mowa w art. 9;”;

12) w art. 16 wprowadza się następujące zmiany:

a) w akapicie pierwszym wprowadza się następujące zmiany:

(i) lit. a) otrzymuje brzmienie:

„a) umów o świadczenie usług, w ramach których usługa została w pełni wykonana, lecz, w przypadku gdy zgodnie z umową na konsumencie spoczywa obowiązek zapłaty, wyłącznie jeżeli rozpoczęto spełnianie świadczenia za uprzednią wyraźną zgodą konsumenta oraz po przyjęciu przez niego do wiadomości, że utraci on przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy z chwilą pełnego wykonania umowy przez przedsiębiorcę;”;

(ii) pkt m) otrzymuje brzmienie:

„m) umów o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym, jeżeli rozpoczęto spełnianie świadczenia i zgodnie z umową na konsumentie spoczywa obowiązek zapłaty, w przypadku gdy:

- (i) konsument wyraził uprzednią wyraźną zgodę na rozpoczęcie świadczenia w czasie trwania okresu na odstąpienie od umowy;
- (ii) konsument przyjął do wiadomości, że tym samym traci on przysługujące mu prawo do odstąpienia od umowy; oraz
- (iii) przedsiębiorca dostarczył potwierdzenie zgodnie z art. 7 ust. 2 lub art. 8 ust. 7.”;

b) dodaje się następujące akapity:

„Państwa członkowskie mogą zastosować odstępstwo od wyjątków od prawa do odstąpienia od umowy określonych w akapicie pierwszym lit. a), b), c) i e) w przypadku umów zawieranych w kontekście nieumówionych wizyt przedsiębiorcy w domu konsumenta lub wycieczek zorganizowanych przez przedsiębiorcę, których celem lub skutkiem jest promocja lub sprzedaż produktów konsumentom, z myślą o ochronie uzasadnionych interesów konsumentów w odniesieniu do agresywnych lub wprowadzających w błąd praktyk marketingowych lub sprzedażowych. Takie przepisy muszą być proporcjonalne, niedyskryminujące i muszą być uzasadnione ochroną konsumenta.

W przypadku umów o świadczenie usług, zgodnie z którymi obowiązek zapłaty spoczywa na konsumentach, w przypadku gdy wyraźnie zażądał on od przedsiębiorcy, aby ten przyjechał do niego w celu dokonania naprawy, państwa członkowskie mogą wprowadzić przepisy przewidujące, że konsument traci prawo do odstąpienia od umowy, jeżeli usługa została już w pełni wykonana, pod warunkiem że spełnianie świadczenia rozpoczęło się za uprzednią wyraźną zgodą konsumenta.”;

13) art. 24 otrzymuje brzmienie:

„Artykuł 24

Sankcje

1. Państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące sankcji mających zastosowanie w przypadku naruszeń przepisów krajowych przyjętych na mocy niniejszej dyrektywy i podejmują wszelkie niezbędne środki w celu zapewnienia ich wykonywania. Przewidziane sankcje muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.
2. Państwa członkowskie zapewniają, aby przy nakładaniu sankcji uwzględniano, w stosownych przypadkach, następujące niewyczerpujące i przykładowe kryteria:
 - a) charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia;
 - b) działania podjęte przez przedsiębiorcę w celu złagodzenia lub naprawienia szkody poniesionej przez konsumentów;
 - c) wcześniejsze naruszenia dokonane przez przedsiębiorcę;

- d) korzyści majątkowe uzyskane lub straty uniknięte przez przedsiębiorcę wskutek z naruszenia, jeżeli dostępne są odpowiednie dane;
 - e) sankcje nałożone na przedsiębiorcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394*;
 - f) inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie w okolicznościach danej sprawy.
3. Państwa członkowskie zapewniają, aby w przypadku gdy zgodnie z art. 21 rozporządzenia (UE) 2017/2394 mają zostać nałożone kary, kary te przewidywały możliwość nakładania grzywien w postępowaniach administracyjnych albo wszczęcia postępowania sądowego w celu nałożenia grzywien, przy czym maksymalna wysokość tych grzywien musi stanowić co najmniej 4 % rocznego obrotu przedsiębiorcy w państwie członkowskim lub państwach członkowskich, których dotyczy dane naruszenie.
4. W przypadku gdy nakłada się grzywnę zgodnie z ust. 3, ale informacje o rocznym obrocie przedsiębiorcy nie są dostępne, państwa członkowskie wprowadzają przepisy przewidujące możliwość nakładania grzywien, których maksymalna wysokość wynosi co najmniej 2 mln EUR.

5. Państwa członkowskie powiadamiają Komisję o przepisach i środkach, o których mowa w ust. 1. do dnia ... [24 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej], a także powiadamiają ją niezwłocznie o wszelkich późniejszych zmianach, które ich dotyczą.”;

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz.U. L 345 z 27.12.2017, s. 1).”;

14) w art. 29 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. W przypadku gdy państwo członkowskie korzysta z którejkolwiek z opcji regulacyjnych, o których mowa w art. 3 ust. 4, art. 6 ust. 7, art. 6 ust. 8, art. 7 ust. 4, art. 8 ust. 6, art. 9 ust. 1a, art. 9 ust. 3 i art. 16 akapit drugi i trzeci, informuje o tym Komisję do dnia ... [24 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej], a także o wszelkich późniejszych zmianach.”;

- 15) w załączniku I wprowadza się następujące zmiany:
- a) w części A wprowadza się następujące zmiany:
- (i) akapit trzeci pod „Prawo do odstąpienia od umowy” otrzymuje brzmienie:
- „Aby skorzystać z prawa do odstąpienia od umowy, muszą Państwo poinformować nas [2] o swojej decyzji o odstąpieniu od niniejszej umowy w drodze jednoznacznego oświadczenia (na przykład pismo wysłane pocztą lub pocztą elektroniczną). Mogą Państwo skorzystać z wzoru formularza odstąpienia od umowy, jednak nie jest to obowiązkowe. [3]”;
- (ii) punkt drugi w „Instrukcje wypełniania” otrzymuje brzmienie:
- „[2.] Proszę wpisać Państwa nazwę/nazwisko, pełny adres pocztowy, numer telefonu i adres e-mail.”;
- b) część B tiret pierwsze otrzymuje brzmienie:
- „Adresat [w tym miejscu przedsiębiorca powinien wpisać nazwę przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz adres e-mail]:”.

Artykuł 5

Informacje na temat praw konsumentów

Komisja zapewnia, by obywatele poszukujący informacji na temat przysługujących im praw konsumentów oraz pozasądowego rozstrzygnięcia sporów mogli korzystać z internetowego punktu kontaktowego, za pośrednictwem jednolitego portalu cyfrowego ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1724¹, umożliwiającego im:

- a) dostęp do aktualnych informacji na temat przysługujących im w Unii praw konsumentów, w sposób jasny, zrozumiały i łatwo dostępny; oraz
- b) złożenie skargi za pośrednictwem platformy internetowego rozstrzygnięcia sporów utworzonej na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013² oraz do właściwego Europejskiego Centrum Konsumenckiego, zależnie od zaangażowanych stron.

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1724 z dnia 2 października 2018 r. w sprawie utworzenia jednolitego portalu cyfrowego w celu zapewnienia dostępu do informacji, procedur oraz usług wsparcia i rozwiązywania problemów, a także zmieniające rozporządzenie (UE) nr 1024/2012 (Dz.U. L 295 z 21.11.2018, s. 1).

² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013 z dnia 21 maja 2013 r. w sprawie internetowego systemu rozstrzygnięcia sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE (rozporządzenie w sprawie ODR w sporach konsumenckich) (Dz.U. L 165 z 18.6.2013, s. 1).

Artykuł 6
Sprawozdanie Komisji i przegląd

Do dnia ... [54 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej] Komisja przedkłada Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania niniejszej dyrektywy. Sprawozdanie to obejmuje w szczególności ocenę przepisów niniejszej dyrektywy odnoszących się do:

- a) wydarzeń organizowanych w miejscach innych niż lokal przedsiębiorcy; oraz
- b) przypadków towarów wprowadzanych na rynek jako identyczne, ale znacząco różniących się składem lub właściwościami, w tym tego, czy przypadki te powinny podlegać bardziej rygorystycznym wymogom, w tym zakazowi przewidzianemu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE, oraz tego, czy konieczne są bardziej szczegółowe przepisy dotyczące informacji na temat zróżnicowania towarów.

Do tego sprawozdania dołącza się w razie potrzeby wniosek ustawodawczy.

Artykuł 7
Transpozycja

1. Państwa członkowskie przyjmują i publikują przepisy niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy do dnia ... [24 miesiące od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej]. Niezwłocznie przekazują one Komisji tekst tych przepisów.

Państwa członkowskie stosują te przepisy od dnia ... [30 miesięcy od dnia przyjęcia niniejszej dyrektywy zmieniającej].

Przepisy przyjęte przez państwa członkowskie zawierają odniesienie do niniejszej dyrektywy lub odniesienie takie towarzyszy ich urzędowej publikacji. Metody dokonywania takiego odniesienia określone są przez państwa członkowskie.

2. Państwa członkowskie przekazują Komisji teksty najważniejszych przepisów prawa krajowego w dziedzinie objętej zakresem niniejszej dyrektywy.

Artykuł 8

Wejście w życie

Niniejsza dyrektywa wchodzi w życie dwudziestego dnia po jej opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Artykuł 9

Adresaci

Niniejsza dyrektywa skierowana jest do państw członkowskich.

Sporządzono w ...

W imieniu Parlamentu Europejskiego
Przewodniczący

W imieniu Rady
Przewodniczący