

# Spis treści

Wstęp .....	5
1. Dyrektywa Omnibus (2019/2161), czyli uzasadnienie podjęcia działań harmonizacyjnych .....	10
1.1. Sposób implementacji dyrektywy Omnibus do prawa krajowego .....	12
2. Zmiany w prawie krajowym wynikające z implementacji dyrektywy Omnibus .....	14
2.1. Wyszukaj hasło: „Zmiany w sprzedaży internetowej a OMNIBUS” – plasowanie ofert w sieci, czyli co? .....	15
2.1.1. Parametry plasowania, czyli jak działa ranking? .....	18
2.1.2. Adresaci obowiązku przedstawienia informacji o plasowaniu .....	21
2.1.3. Plasowanie jako nieuczciwa praktyka rynkowa .....	23
2.2. Obowiązki informacyjne przedsiębiorców przed zawarciem umowy .....	26
2.2.1. Dostosowanie ceny w oparciu o automatyczne podejmowanie decyzji .....	26
2.2.2. Nowe środki komunikacji online .....	29
2.3. Odpowiedzialność przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową .....	30
2.4. Usługi cyfrowe i towary z elementami cyfrowymi .....	31
2.5. Obowiązki dostawców internetowych platform handlowych .....	33
2.5.1. Obowiązek wskazania statusu sprzedawcy .....	34
2.5.2. Obowiązek poinformowania konsumentów o braku zastosowania przepisów konsumenckich .....	34
2.5.3. Obowiązek poinformowania o podziale obowiązków i wskazanie, kto jest odpowiedzialny za przestrzeganie praw konsumenta .....	35
2.5.4. Obowiązek poinformowania o plasowaniu ofert .....	36
2.6. Dane osobowe jako przedmiot obrotu na rynku cyfrowym .....	36
2.7. Wpływ opinii i rekomendacji na zachowania konsumenckie .....	39
2.8. Obniżka cen, organizowanie promocji a obowiązki informacyjne przedsiębiorców .....	44
2.8.1. Jak powinna wyglądać informacja o obniżeniu ceny? .....	47
2.8.2. Jakie sankcje obejmują przedsiębiorców w przypadku naruszenia przepisów o obniżeniu ceny? .....	49
2.9. Inne zmiany wprowadzone dyrektywą Omnibus .....	52
2.9.1. Produkt, plasowanie, internetowa platforma handlowa i dostawca internetowej platformy handlowej .....	52
2.9.2. Sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa .....	53
2.9.3. Odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość .....	56
2.9.4. Rezygnacja z formularza odstąpienia .....	57
2.9.5. Zakaz zawierania umów o świadczenie usług finansowych podczas pokazów i wycieczek .....	57
2.9.6. Produkty podwójnej jakości .....	58
2.10. Ryzyka braku dostosowania się przedsiębiorców do przepisów .....	59
3. Dyrektywa cyfrowa i towarowa, czyli uzasadnienie podjęcia działań harmonizacyjnych .....	65
3.1. Poziom harmonizacji dyrektywy cyfrowej i towarowej .....	66
3.2. Sposób implementacji dyrektywy cyfrowej i towarowej do prawa krajowego .....	67

3.3.	Dyrektywa cyfrowa i zakres jej zastosowania.....	70
3.4.	Umowa o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej .....	75
3.4.1.	Obowiązki przedsiębiorcy związane z realizacją umowy o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych .....	77
3.4.1.1.	Obowiązek dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej .....	77
3.4.1.2.	Obowiązek zapewnienia zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową.....	80
3.4.1.2a.	Subiektywne wymogi zgodności z umową.....	81
3.4.1.2b.	Obiektywne wymogi zgodności z umową.....	84
3.4.1.3.	Obowiązek informowania i dostarczania aktualizacji .....	85
3.4.1.4.	Obowiązek dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej w najnowszej dostępnej wersji .....	87
3.4.1.5.	Obowiązek w zakresie integracji treści cyfrowych lub usługi cyfrowej .....	88
3.4.1.6.	Obowiązek doprowadzenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej do zgodności z umową .....	88
3.4.1.7.	Obowiązek dokonywania zmian i poinformowania konsumenta o zmianie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej dostarczanej konsumentowi .....	88
3.5.	Odpowiedzialność przedsiębiorcy a prawa osób trzecich .....	92
3.6.	Wyłączenie odpowiedzialności przedsiębiorcy za brak zgodności z umową .....	93
3.7.	Środki ochrony prawnej przysługujące konsumentowi .....	94
3.7.1.	Środki ochrony prawnej w przypadku niedostarczenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej .....	95
3.7.2.	Środki ochrony prawnej przysługujące w przypadku braku zgodności z umową .....	96
3.7.3.	Obowiązki przedsiębiorcy po rozwiązaniu umowy (odstąpieniu od umowy) .....	99
3.7.4.	Okres odpowiedzialności przedsiębiorcy .....	100
3.7.5.	Roszczenia regresowe .....	102
3.8.	Dyrektywa towarowa i zakres jej zastosowania .....	103
3.9.	Obowiązki przedsiębiorcy związane ze sprzedażą towarów z elementami cyfrowymi .....	109
3.10.	Rękojmia i gwarancja konsumencka .....	109
3.11.	Do jakich umów będzie miała zastosowanie zgodność z umową .....	110
3.12.	Kiedy towar jest zgodny z umową .....	110
3.12.1.	Przesłanki wyłączające odpowiedzialność sprzedawcy za brak zgodności towaru .....	112
3.12.2.	Niezgodność towaru z umową a montaż towaru.....	112
3.12.3.	Okres odpowiedzialności sprzedawcy za brak zgodności towaru z umową .....	113
3.12.4.	Domniemanie braku zgodności z umową .....	114
3.12.5.	Środki ochrony prawnej przysługujące konsumentowi z tytułu niezgodności towaru z umową .....	114
3.12.6.	Oświadczenie gwarancyjne przedsiębiorcy zawarte w reklamie .....	117
3.13.	Ryzyka braku dostosowania biznesu do dyrektywy cyfrowej oraz towarowej .....	117
4.	Podsumowanie.....	118