

Spis treści

Wstęp.....	5
1. Dyrektywa Omnibus (2019/2161), czyli uzasadnienie podjęcia działań harmonizacyjnych	11
1.1. Sposób implementacji dyrektywy Omnibus do prawa krajowego.....	13
2. Zmiany w prawie krajowym wynikające z implementacji dyrektywy Omnibus	15
2.1. Wyszukaj hasło: „Zmiany w sprzedaży internetowej a OMNIBUS” – plasowanie ofert w sieci, czyli co?	16
2.1.1. Parametry plasowania, czyli jak działa ranking?	20
2.1.2. Adresaci obowiązku przedstawienia informacji o plasowaniu.....	23
2.1.3. Plasowanie jako nieuczciwa praktyka rynkowa.....	25
2.2. Obowiązki informacyjne przedsiębiorców przed zawarciem umowy	28
2.2.1. Dostosowanie ceny w oparciu o automatyczne podejmowanie decyzji	28
2.2.2. Nowe środki komunikacji online	31
2.3. Odpowiedzialność przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową.....	32
2.4. Usługi cyfrowe i towary z elementami cyfrowymi.....	33
2.5. Obowiązki dostawców internetowych platform handlowych.....	35
2.5.1. Obowiązek wskazania statusu sprzedawcy.....	37
2.5.2. Obowiązek poinformowania konsumentów o braku zastosowania przepisów konsumenckich	37
2.5.3. Obowiązek poinformowania o podziale obowiązków i wskazania, kto jest odpowiedzialny za przestrzeganie praw konsumenta	37
2.5.4. Obowiązek poinformowania o plasowaniu ofert.....	38
2.6. Dane osobowe jako przedmiot obrotu na rynku cyfrowym.....	38
2.7. Wpływ opinii i rekomendacji na zachowania konsumenckie.....	42
2.8. Obniżka cen, organizowanie promocji a obowiązki informacyjne przedsiębiorców	49
2.8.1. Jak powinna wyglądać informacja o obniżeniu ceny?	51
2.8.2. Jakie sankcje obejmują przedsiębiorców w przypadku naruszenia przepisów o obniżeniu ceny?.....	55
2.9. Inne zmiany wprowadzone dyrektywą Omnibus.....	58
2.9.1. Produkt, plasowanie, internetowa platforma handlowa i dostawca internetowej platformy handlowej	58
2.9.2. Sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa.....	59
2.9.3. Odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość.....	62
2.9.4. Rezygnacja z formularza odstąpienia	63
2.9.5. Zakaz zawierania umów o świadczenie usług finansowych podczas pokazów i wycieczek.....	64
2.9.6. Produkty podwójnej jakości.....	64
2.10. Ryzyka braku dostosowania się przedsiębiorców do przepisów	66
3. Dyrektywa cyfrowa i towarowa, czyli uzasadnienie podjęcia działań harmonizacyjnych	71
3.1. Poziom harmonizacji dyrektywy cyfrowej i towarowej.....	72
3.2. Sposób implementacji dyrektywy cyfrowej i towarowej do prawa krajowego.....	73
3.3. Dyrektywa cyfrowa i zakres jej zastosowania.....	77

3.4.	Umowa o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej	82
3.4.1.	Obowiązki przedsiębiorcy związane z realizacją umowy o dostarczenie treści cyfrowych i usług cyfrowych	83
3.4.1.1.	Obowiązek dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej.....	83
3.4.1.2.	Obowiązek zapewnienia zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową	86
3.4.1.2a.	Subiektywne wymogi zgodności z umową	87
3.4.1.2b.	Obiektywne wymogi zgodności z umową	90
3.4.1.3.	Obowiązek informowania i dostarczania aktualizacji.....	92
3.4.1.4.	Obowiązek dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej w najnowszej dostępnej wersji	94
3.4.1.5.	Obowiązek w zakresie integracji treści cyfrowych lub usługi cyfrowej.....	95
3.4.1.6.	Obowiązek doprowadzenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej do zgodności z umową	95
3.4.1.7.	Obowiązek dokonywania zmian i poinformowania konsumenta o zmianie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej dostarczanej konsumentowi	96
3.5.	Odpowiedzialność przedsiębiorcy a prawa osób trzecich	99
3.6.	Wyłączenie odpowiedzialności przedsiębiorcy za brak zgodności z umową	101
3.7.	Środki ochrony prawnej przysługujące konsumentowi.....	102
3.7.1.	Środki ochrony prawnej w przypadku niedostarczenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej	102
3.7.2.	Środki ochrony prawnej przysługujące w przypadku braku zgodności z umową.....	103
3.7.3.	Obowiązki przedsiębiorcy po rozwiązaniu umowy (odstąpieniu od umowy).....	106
3.7.4.	Okres odpowiedzialności przedsiębiorcy.....	108
3.7.5.	Roszczenia regresowe	109
3.8.	Dyrektywa towarowa i zakres jej zastosowania	110
3.9.	Obowiązki przedsiębiorcy związane ze sprzedażą towarów z elementami cyfrowymi	116
3.10.	Rękojmia i gwarancja konsumencka.....	117
3.11.	Do jakich umów będzie miała zastosowanie zgodność z umową.....	117
3.12.	Kiedy towar jest zgodny z umową.....	118
3.12.1.	Przesłanki wyłączające odpowiedzialność sprzedawcy za brak zgodności towaru	119
3.12.2.	Niezgodność towaru z umową a montaż towaru	119
3.12.3.	Okres odpowiedzialności sprzedawcy za brak zgodności towaru z umową	120
3.12.4.	Domniemanie braku zgodności z umową.....	121
3.12.5.	Środki ochrony prawnej przysługujące konsumentowi z tytułu niezgodności towaru z umową	121
3.12.6.	Oświadczenie gwarancyjne przedsiębiorcy zawarte w reklamie.....	124
3.13.	Ryzyka braku dostosowania biznesu do dyrektywy cyfrowej oraz towarowej.....	124
4.	Podsumowanie	125