

PRZEDMIOT ZMIAN	ZAKRES ZMIAN	ISTOTNE KWESTIE / CHECKLISTA
<p>Obowiązki dla platform handlowych (np. ranking ofert, plasowanie produktów)</p>	<p>Art. 12a. Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość dostawca internetowej platformy handlowej ma obowiązek poinformować konsumenta, w sposób jasny i zrozumiały oraz odpowiedni do użytego środka porozumiewania się na odległość, o:</p> <ol style="list-style-type: none"> ogólnych informacjach udostępnionych w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest bezpośrednio i łatwo dostępna ze strony, gdzie prezentowane są oferty, dotyczących głównych parametrów decydujących o plasowaniu ofert przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania, o którym mowa w art. 2 pkt 11 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz względnym znaczeniu tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami; tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą – na podstawie oświadczenia tej osoby złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej; niestosowaniu przepisów dotyczących konsumentów do umowy zawieranej na internetowej platformie handlowej, jeżeli stroną tej umowy oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe nie jest przedsiębiorca; podziale obowiązków związanych z umową, która jest zawierana przez konsumenta na internetowej platformie handlowej, pomiędzy osobę trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawcę internetowej platformy handlowej. 	<p>Czy działamy jako dostawca internetowej platformy handlowej (marketplace lub zbliżone rozwiązanie)?</p> <p>Jeśli tak, musimy stosować się do nowych wymogów wynikających z przepisów. Poszczególne obowiązki zostały opisane w dalszej części tabeli.</p> <p>Przy czym zwracamy uwagę, że obowiązki nie będą dotyczyły już tylko bezpośrednich sprzedawców, ale również podmioty, które tworzą np. infrastrukturę dla innych sprzedawców.</p> <p>W jaki sposób muszą być podane informacje?</p> <p>W sposób jasny i zrozumiały oraz odpowiedni do użytego środka porozumiewania się na odległość. Nie jest to nowy wymóg, owe wytyczne dot. komunikacji z klientem obowiązują już od wielu lat w ustawie o prawach konsumenta. Wymóg ten dotyczy wszystkich poziomów rozumienia tekstu pisanego: formy graficznej, rozplanowania przestrzennego tekstu, koloru i wielkości pisma, długości zdań, składni, zgodności z normą językową.</p>
<p>Obowiązek wskazania statusu sprzedawcy (firma / osoba prywatna)</p>	<p>Zmiana art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29/WE poprzez dodanie litery 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.”</p>	<p>Czy posiadamy wiedzę czy w ramach naszego marketplace produkt sprzedaje przedsiębiorca czy podmiot nie posiadający takiego statusu?</p> <p>Koniecznym jest wprowadzenie odpowiednich postanowień do regulaminu jak również checkboxów lub innego rodzaju oświadczeń dla sprzedawców, które</p>

		umożliwiają ustalenie ich statusu.
Kto jest odpowiedzialny za przestrzeganie praw konsumenta (sprzedawca czy platforma)	<p>Z preambuły dyrektywy:</p> <p>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.</p>	<p>Po ustaleniu statusu sprzedawcy (jako przedsiębiorcy lub nie) w ramach platformy internetowej należy wskazać w jakim zakresie zastosowanie mają przepisy prawa konsumenckiego oraz informować o tym użytkowników platformy.</p> <p>W regulaminie można (i powinno się) wskazać za realizację których praw konsumentów odpowiada sprzedawca lub dostawca platformy.</p>
Obowiązek jasnego wskazywania płatnych wyników wyszukiwania	<p>Art. 7 [Katalog nieuczciwych praktyk] Nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są następujące praktyki rynkowe wprowadzające w błąd:</p> <p>11a) podawanie wyników wyszukiwania bez wyraźnego ujawnienia płatnej reklamy lub płatności dokonanej specjalnie w celu uzyskania wyższego plasowania produktów w ramach wyników wyszukiwania – w odpowiedzi na internetowe wyszukiwanie konsumenta</p> <p>Definicja: »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.</p> <p>Z preambuły: 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</p>	<p>Czy w ramach plasowania produktów/usług istnieje możliwość wykupienia lepszej pozycji lub innego wyróżnienia oferty?</p> <p>Jeśli tak, koniecznym jest jednoznaczne oznaczenie ofert lepiej plasowanych, których publikacja nastąpiła za dodatkowym wynagrodzeniem.</p>

	wyników lub innych narzędzi wyróżniania, lub też ich kombinacji.	
Usługi cyfrowe za dane osobowe – stosowanie ustawy o prawach konsumenta	<p>Nowelizacja: projekt ustawy o zmianach ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (projekt wpłynął do sejmu 29.06.2022).</p> <p>Wyłączenie z reżimu ustawy o prawach konsumenta umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, jeżeli konsument nie jest zobowiązany do świadczeń innych niż dostarczanie danych osobowych, a dane te są przetwarzane przez przedsiębiorcę wyłącznie w celu wykonania umowy lub obowiązku ustawowego.</p> <p>Ponadto zgodnie z art. 43q ustawy o prawach konsumenta w proponowanym nowelizacją brzmieniu, ustawy tej nie będzie się stosować do umów, na mocy których konsument nie jest zobowiązany do świadczeń innych niż dostarczanie danych osobowych, a dane te są przetwarzane przez przedsiębiorcę wyłącznie w celu poprawy bezpieczeństwa, kompatybilności lub interoperacyjności oprogramowania oferowanego na podstawie otwartej i wolnej licencji.</p>	<p>Czy pozyskujemy dane osobowe w celu przekazania treści lub usług cyfrowych za darmo?</p> <p>Jeśli tak, nie musimy w tym zakresie stosować ustawy o prawach konsumenta.</p> <p>Pamiętać należy, że istotny jest cel przetwarzania zebranych danych osobowych. Dane osobowe nie mogą być wykorzystane do innych celów niż zostały zebrane.</p>
Produkty podwójnej jakości na różnych rynkach – praktyka wprowadzająca w błąd	<p>W ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wprowadza się następujące zmiany: „5) każdy rodzaj wprowadzenia na rynek w co najmniej jednym państwie członkowskim towaru na rynek w co najmniej jednym państwie członkowskim jako identycznego z towarem wprowadzonym na rynki w innych państwach członkowskich, mimo że towar ten w sposób istotny różni się składem lub właściwościami, chyba że przemawiają za tym uzasadnione i obiektywne czynniki.”</p>	<p>Czy różnicujemy towary w zależności od rynku docelowego na obszarze EOG? Jeśli tak, to czy praktyka ta ma uzasadnienie i stoją za tym obiektywne czynniki?</p> <p>Jeśli nie ma, koniecznym będzie standaryzowanie towarów, aby nie naruszać przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.</p>
Zmiany w sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa	<p>Umowa dotycząca usług finansowych nie może być zawarta podczas pokazu lub wycieczki. Umowa dotycząca usług finansowych zawarta niezgodnie z przepisami jest nieważna.</p> <p>Przedsiębiorca nie może przyjąć płatności przed upływem terminu do odstąpienia – w przypadku umowy podczas pokazu lub wycieczki-wykroczenie</p>	<p>Czy zawieramy usługi poza lokalem przedsiębiorstwa w ramach pokazów/wycieczek?</p> <p>Jeśli tak, musimy wskazać konsumentom dłuższy termin na odstąpienie od umowy, jak również przyjmować płatności dopiero po upływie terminu na odstąpienie od umowy.</p>

	<p>Wydłużenie terminu odstąpienia od umowy do 30 dni – w przypadku umowy podczas pokazu lub wycieczki.</p>	<p>Czy zawieramy podczas pokazów/wycieczek umowy obejmujące usługi finansowe?</p> <p>Jeśli tak, musimy zaprzestać takich działań.</p>
<p>Obniżka cen – najniższa cen w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. W miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru lub usługi w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. 2. W każdym przypadku obniżenia ceny towaru lub usługi obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. 3. Jeżeli dany towar lub dana usługa są oferowane do sprzedaży w okresie krótszym niż 30 dni, obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie od dnia oferowania tego towaru lub tej usługi do sprzedaży do dnia wprowadzenia obniżki. 	<p>Czy kwestia informowania o cenach oraz obniżkach została uregulowana w regulaminie?</p> <p>Kwestia formy przekazywania informacji o cenach i obniżkach powinna zostać w regulaminie platformy.</p> <p>Czy funkcjonalności platformy umożliwiają prawidłową realizację obowiązków odnoszących się do informowania o cenach i obniżkach?</p> <p>Konieczne jest wprowadzenie rozwiązań umożliwiających prawidłowe wyświetlanie informacji o cenach.</p> <p>Cenę, cenę jednostkową lub informację o obniżonej cenie uwidacznia się w miejscu ogólnodostępnym i dobrze widocznym dla konsumentów, na danym towarze, bezpośrednio przy towarze lub w bliskości towaru, którego dotyczy.</p> <p>Cenę, cenę jednostkową lub informację o obniżonej cenie uwidacznia się w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> – na wywieszce; – w cenniku; – w katalogu; – na obwolucie; – w postaci nadruku lub napisu na towarze lub opakowaniu.
<p>Wprowadzenie możliwości</p>	<p>Przekazanie informacji o:</p>	<p>Czy korzystamy z innych środków niż poczta</p>

<p>komunikacji z konsumentem za pomocą „innych środków online”</p>	<p>3a) innym środkiem komunikacji online, jeżeli taki środek przedsiębiorca dodatkowo udostępnia i który:</p> <p>a) gwarantuje zachowanie pisemnej korespondencji pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, w tym daty i godziny takiej korespondencji,</p> <p>b) spełnia wymogi trwałego nośnika,</p> <p>c) umożliwia szybkie i efektywne kontaktowanie się konsumenta z przedsiębiorcą;</p>	<p>elektroniczna?</p> <p>Jeżeli tak, należy:</p> <ul style="list-style-type: none"> zweryfikować, czy narzędzia zapewniają wymagania wynikające z przepisu; odpowiednio (w regulaminie świadczenia usług lub w zbliżony sposób) informować konsumentów o sposobach komunikacji.
<p>Opinie lub rekomendacje o produktach</p>	<p>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.</p> <p>oraz</p> <p>Praktyki handlowe wprowadzające w błąd:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – 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. 	<p>Czy zapewniamy dostęp do opinii konsumentów o produktach?</p> <p>Jeżeli opinii w ogóle nie udostępniamy, wówczas wymogi nie mają zastosowania.</p> <p>Czy ustanowiliśmy procedury mające zapewnić, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy rzeczywiście używali produktów lub je kupili?</p> <p>Jeżeli tak, wówczas należy podać informacje o tym, w jaki sposób przedsiębiorca zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy rzeczywiście używali danego produktu lub go kupili, tj. w jaki sposób je weryfikujemy.</p> <p>Dyrektywa Omnibus nie nakłada wprost wymogu ustanowienia procedur weryfikacji opinii. Wskazuje się jednak, że nieuczciwą praktyką handlową jest wprowadzanie konsumentów w błąd poprzez twierdzenie (to twierdzenie można traktować bardzo szeroko), 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.</p>

<p>Informacja o profilowaniu</p>	<p>Art. 12 1. Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o: 5a) indywidualnym dostosowaniu ceny na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, jeżeli przedsiębiorca takie stosuje</p>	<p>Czy informacja o obliczeniu ceny w oparciu zautomatyzowane decyzji jest przedstawiana konsumentowi przed dokonaniem zakupu?</p> <p>Zgodnie z przepisami koniecznym jest przedstawienie takiej informacji. Pamiętać należy, że zgodnie z RODO osoba, której dane dotyczą może żądać interwencji człowieka w przypadku zautomatyzowanego podejmowania decyzji. Ponadto koniecznym jest wskazanie ustalania ceny jako celu przetwarzania danych osobowych użytkowników platformy.</p>
<p>Nowa definicja zgodności towaru z umową</p>	<p>Art. 43b. 1. (proponowanej nowelizacji) Towar jest zgodny z umową, jeżeli zgodne z umową pozostają w szczególności jego: 1) opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność i funkcjonalność, a w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi – również kompatybilność, interoperacyjność i dostępność aktualizacji; 2) przydatność do szczególnego celu, do którego jest potrzebny konsumentowi, o którym konsument powiadomił przedsiębiorcę najpóźniej w momencie zawarcia umowy i który przedsiębiorca zaakceptował. 2. Ponadto towar, aby został uznany za zgodny z umową, powinien: 1) nadawać się do celów, do których zazwyczaj używa się towaru tego rodzaju, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, norm technicznych lub dobrych praktyk; 2) występować w takiej ilości i mieć takie cechy, w tym trwałość i bezpieczeństwo, a w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi – również funkcjonalność i kompatybilność, jakie są typowe dla towaru tego rodzaju i których konsument może zasadnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter towaru oraz publiczne zapewnienie złożone przez przedsiębiorcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w ich imieniu, w szczególności w reklamie lub na etykiecie, chyba że przedsiębiorca wykaże, że: a) nie wiedział o danym publicznym zapewnieniu i oceniając rozsądnie, nie mógł o nim wiedzieć, b) przed zawarciem umowy publiczne zapewnienie zostało sprostowane</p>	<p>W przypadku, gdy towar nie jest zgodny z umową konsument może dochodzić swoich roszczeń z tytułu rękojmi oraz gwarancji konsumenckiej.</p> <p>Istotnym jest prawidłowe i adekwatne informowanie o cechach i charakterystyce produktu. Jeśli towar nie będzie posiadał cech, o których zapewniał sprzedawca (lub inne podmioty, np. działające w jego imieniu), konsument będzie mógł dochodzić od niego roszczeń związanych z niezgodnością z umową.</p>

	<p>z zachowaniem warunków i formy, w jakiej publiczne zapewnienie zostało złożone, lub w porównywalny sposób,</p> <p>c) publiczne zapewnienie nie miało wpływu na decyzję konsumenta o zawarciu umowy;</p> <p>3) być dostarczany z akcesoriami i instrukcjami, których dostarczenia konsument może rozsądnie oczekiwać;</p> <p>4) być takiej samej jakości jak próbka lub wzór, które przedsiębiorca udostępnił konsumentowi przed zawarciem umowy, i odpowiadać opisowi takiej próbki lub takiego wzoru.</p>	
<p>Definicja zgodności z umową treści cyfrowej oraz usług cyfrowych</p>	<p>Art. 43i. proponowanej nowelizacji:</p> <p>1. Treść cyfrowa lub usługa cyfrowa są zgodne z umową, jeżeli zgodne z umową pozostają w szczególności ich:</p> <p>1) opis, rodzaj, ilość, jakość, kompletność, funkcjonalność, kompatybilność, interoperacyjność oraz dostępność wsparcia technicznego i aktualizacji;</p> <p>2) przydatność do szczególnego celu, do którego jest potrzebna konsumentowi, o którym konsument powiadomił przedsiębiorcę najpóźniej w momencie zawarcia umowy i który przedsiębiorca zaakceptował.</p> <p>2. Ponadto, aby treść lub usługa cyfrowa mogły zostać uznane za zgodne z umową, powinny:</p> <p>1) nadawać się do celów, w których zazwyczaj korzysta się z treści cyfrowej lub usługi cyfrowej tego rodzaju, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, norm technicznych lub dobrych praktyk;</p> <p>2) występować w takiej ilości i mieć takie cechy, w tym funkcjonalność, kompatybilność, dostępność, ciągłość i bezpieczeństwo, jakie są typowe dla treści cyfrowej lub usługi cyfrowej tego rodzaju i których konsument może zasadnie oczekiwać, biorąc pod uwagę charakter treści cyfrowej lub usługi cyfrowej oraz publiczne zapewnienia złożone przez przedsiębiorcę, jego poprzedników prawnych lub osoby działające w ich imieniu, w szczególności w reklamie lub na etykiecie, chyba że przedsiębiorca wykaże, że:</p> <p>a) nie wiedział o danym publicznym zapewnieniu i oceniając rozsądnie nie mógł o nim wiedzieć,</p> <p>b) przed zawarciem umowy publiczne zapewnienie zostało sprostowane z zachowaniem warunków i formy, w jakiej publiczne zapewnienie</p>	<p>Jeśli konsumentom dostarczane są treści lub usługi cyfrowe wówczas istotnym jest przekazanie prawidłowych i adekwatnych informacji m.in. dotyczących sposobu ich działania, aktualizacji etc.</p>

	<p>zostało złożone, lub w porównywalny sposób,</p> <p>c) publiczne zapewnienie nie miało wpływu na decyzję konsumenta o zawarciu umowy;</p> <p>3) być dostarczane z akcesoriami i instrukcjami, których dostarczenia konsument może rozsądnie oczekiwać;</p> <p>4) być zgodne z wersją próbną lub zapowiedzią, które zostały udostępnione konsumentowi przez przedsiębiorcę przed zawarciem umowy.</p>	
Wprowadzenie pojęcia usług cyfrowych	<p>usługa cyfrowa – usługę pozwalającą konsumentowi na:</p> <p>a) wytwarzanie, przetwarzanie, przechowywanie lub dostęp do danych w postaci cyfrowej,</p> <p>b) wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub wytworzone przez konsumenta lub innych użytkowników tej usługi,</p> <p>c) inne formy interakcji za pomocą takich danych;</p>	<p>Czy konsumentom oferowane są usługi cyfrowe?</p> <p>Jeżeli tak, koniecznym jest implementacja oraz stosowanie się do nowych regulacji prawa konsumenckiego odnoszących się do usług cyfrowych.</p>
Moment dostarczenia treści cyfrowej lub usług cyfrowych	<p>Art. 43h ustawy o prawach konsumentów w brzmieniu proponowanym w nowelizacji (wpłynął do sejmu 29.06.2022)</p> <p>1. Przedsiębiorca dostarcza konsumentowi treść cyfrową lub usługę cyfrową niezwłocznie po zawarciu umowy, chyba że strony postanowiły inaczej.</p> <p>2. Treść cyfrową uważa się za dostarczoną w chwili, gdy treść cyfrowa lub środek, który pozwala na uzyskanie dostępu do treści cyfrowej lub na pobranie treści cyfrowej, zostały udostępnione konsumentowi lub fizycznemu lub wirtualnemu urządzeniu, które konsument wybrał samodzielnie w tym celu, lub gdy konsument lub takie urządzenie, uzyskali do niej dostęp.</p> <p>3. Usługę cyfrową uważa się za dostarczoną w chwili, gdy konsument lub fizyczne lub wirtualne urządzenie, które konsument wybrał samodzielnie w tym celu, uzyskali dostęp do tej usługi cyfrowej.</p> <p>4. Jeżeli przedsiębiorca nie dostarczył treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, konsument wzywa go do ich dostarczenia. Jeżeli przedsiębiorca nie dostarczy treści cyfrowej lub usługi cyfrowej niezwłocznie lub w dodatkowym, wyraźnie uzgodnionym przez strony terminie, konsument może odstąpić od umowy.</p> <p>5. Konsument może odstąpić od umowy bez wzywania do dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, jeżeli:</p>	<p>Czy w regulaminie oraz na platformie wskazano, kiedy następuje dostarczenie treści lub usług cyfrowych?</p> <p>Konsument powinien zostać poinformowany o momencie dostarczenia treści/usług cyfrowych.</p> <p>Czy uregulowana w regulaminie została kwestia odstąpienia od umowy w przypadku treści lub usługi cyfrowej?</p> <p>Regulamin powinien zostać odpowiednio zmodyfikowany i wskazywać na wszystkie uprawnienia konsumenta.</p>

	<p>1) przedsiębiorca oświadczył lub z okoliczności wyraźnie wynika, że nie dostarczy treści cyfrowej lub usługi cyfrowej lub</p> <p>2) konsument i przedsiębiorca uzgodnili lub z okoliczności zawarcia umowy wyraźnie wynika, że określony termin dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej miał istotne znaczenie dla konsumenta, a przedsiębiorca nie dostarczył jej w tym terminie.</p> <p>6. Ciężar dowodu dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej spoczywa na przedsiębiorcy.</p> <p>7. W razie odstąpienia przez konsumenta od umowy art. 43m stosuje się odpowiednio.</p> <p>8. Przepisów niniejszego artykułu nie stosuje się, jeżeli umowa przewiduje dostarczenie treści cyfrowej za pośrednictwem materialnego nośnika.</p>	
Aktualizacje treści cyfrowej lub usług cyfrowych	<p>Implementacja dyrektywy nastąpi poprzez nowelizację ustawy o zmianach ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (projekt wpłynął do sejmu 29.06.2022).</p> <p>Najważniejsze zagadnienia to informowanie konsumenta o aktualizacjach, w tym dotyczących zabezpieczeń, niezbędnych do zachowania zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową oraz dostarczanie ich konsumentowi przez czas:</p> <ul style="list-style-type: none"> dostarczania treści cyfrowej lub usługi cyfrowej określony w umowie, na podstawie której dostarczanie następuje w sposób ciągły, lub zasadnie oczekiwany przez konsumenta, uwzględniając rodzaj i cel treści cyfrowej lub usługi cyfrowej oraz okoliczności i charakter umowy, jeżeli umowa przewiduje dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej jednorazowo lub częściami. 	Weryfikacja procedury wprowadzania aktualizacji oraz sposobu informowania konsumentów o aktualizacjach
Obowiązki wynikające z nowych przepisów - od kiedy?	<p>Nowelizacja: projekt ustawy o zmianach ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (projekt wpłynął do sejmu 29.06.2022).</p> <p>Zgodnie z projektem zmiany przepisów mają dotyczyć również umów zawartych przed wejściem w życie zmian przepisów, o ile dostarczenie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej następuje po wejściu w życie nowych przepisów (planowane vacatio legis to 14 dni).</p>	<p>Czy dostarczanie treści/usług cyfrowych ma charakter ciągły?</p> <p>Jeśli tak, wówczas nowe przepisy obejmą również umowy zawarte przed uchwaleniem nowelizacji. W związku z tym odpowiednie informacje powinny zostać przekazane konsumentom (o ile nie dojdzie zmiany w treści projektu ustawy skierowanego do sejmu).</p>