

NAJWAŻNIEJSZE ZMIANY WYNIKAJĄCE Z DYREKTYWY OMNIBUS

Kończą się prace nad ustawą wdrażającą do prawa polskiego dyrektywę Omnibus[1]. Projekt ustawy trafił już z Senatu do Sejmu.

I. Najważniejsze zmiany?

1. Obowiązek prezentowanie „ceny wyjściowej” przy promocjach.

Zasada

W przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi trzeba będzie obok informacji o obniżonej cenie przedstawić informację o najniższej cenie tego towaru lub usługi, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Od tej ceny liczona będzie wartość rabatu!

Uwagi:

- pojęcie ogłoszenia o obniżeniu ceny trzeba rozumieć szeroko, obejmuje ono każdy komunikat, z którego wynika, że przedsiębiorca obniżył cenę np. 10 % taniej, taniej o VAT, promocja, 50 zł zamiast 90 zł, wyprzedaż, czyszczenie magazynów, noc rabatów, happy hours, black friday itp.;
- najniższa cena jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, musi być prezentowana obok ceny promocyjnej każdego towaru lub usługi biorących udział w promocji;
- nowe przepisy nie będą stosowane do tzw. promocji wiązanych np. kup 4, a 5 otrzymasz gratis;
- nowe zasady nie dotyczą rabatów wynikających z programów lojalnościowych i rabatów indywidualnych (ale uwaga na sytuacje, w których informujemy o obniżeniu ceny towarów/ usług dla uczestników programu lojalnościowego, a nie tylko przyznajemy im ogólny rabat wynikający z faktu uczestnictwa w programie);
- za naruszenie nowych przepisów będą groziły sankcje:
 - do 20 000 zł, a przy 3-krotnym naruszeniu w ciągu 12 miesięcy do 40 000 zł;
 - naruszenie może być też traktowane jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów - sankcja do 10 % obrotu rocznego.

2. Opinie konsumentów.

Zasady:

- jeżeli przedsiębiorca umożliwia dostęp do opinii konsumentów, wówczas musi poinformować, czy zapewnia, by opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli;
- jeżeli przedsiębiorca oświadcza, że zapewnia taką weryfikację, to musi:
 - stosować w tym celu uzasadnione i proporcjonalne rozwiązania weryfikacji opinii;
 - wyjaśnić w informacji dla konsumentów, jakie mechanizmy weryfikacji są stosowane;
- zakazane będzie zamieszczanie lub zlecanie zamieszczenia innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów albo zniekształcenie opinii lub rekomendacji konsumentów.

Uwagi:

- informacje z punktów a oraz b muszą znajdować się bezpośrednio przy opiniach, by te informacje były dla konsumenta od razu widoczne;
- naruszenie powyższych zasad będzie stanowiło:
 - nieuczciwą praktykę rynkową, co pozwala konsumentowi żądać zaniechania takiego działania, naprawienia szkody i złożenia przez przedsiębiorcę publicznych przeprosin;
 - naruszenie zbiorowych interesów konsumentów - kara do 10 % obrotu rocznego.

3. Nowe obowiązki informacyjne.

Sklepy internetowe będą zobowiązane do informowania konsumenta przed zawarciem umowy na odległość o:

- numerze telefonu, pod którym konsument będzie mógł się szybko i efektywnie kontaktować z przedsiębiorcą; Dla realizacji tego wymogu nie wystarczy samo podanie numeru telefonu. Infolinia musi pozwalać konsumentowi na sprawne połączenie się i przedstawienie swojej sprawy;
- innych środkach komunikacji online (np. czatów), jeżeli takie rozwiązania będą udostępniane konsumentom. Muszą one gwarantować zachowanie pisemnej korespondencji, a także oznaczenie jej daty i godziny. Rozwiązanie musi spełniać wymogi trwałego nośnika i umożliwiać szybkie i efektywne kontaktowanie się konsumenta z przedsiębiorcą.
- **indywidualnym dostosowywaniu cen na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji**, jeżeli takie rozwiązanie jest stosowane przez przedsiębiorcę. Dotyczyć to będzie przykładowo systemów dopasowujących cenę towarów lub usług do zachowań konsumenta w Internecie, czy też w sklepie internetowym.

NAJWAŻNIEJSZE ZMIANY WYNIKAJĄCE Z DYREKTYWY OMNIBUS

II. Jak przygotować się do nadchodzących zmian?

Rekomendujemy przede wszystkim:

- weryfikację stosowanych mechanizmów promocji opartych o cenę i dokonanie sprawdzenia, które z nich podlegają pod nowe zasady informowania o tzw. cenie wyjściowej;
- dopasowanie kreacji reklamowych do nowych wymogów w zakresie informowania o cenie wyjściowej;
- opracowanie wymaganych przez przyszłe przepisy informacji wyświetlanych przy opiniach udostępnianych konsumentom;
- w przypadku wprowadzenia weryfikacji pochodzenia opinii trzeba wdrożyć odpowiednie rozwiązania w tym zakresie;
- weryfikację, czy inne (nieuwzględnione w tym materiale) zmiany wynikające z nowych przepisów dotyczą danego przedsiębiorcy.

III. Kiedy zmiany wejdą w życie?

Od 1 stycznia 2023 r.

Sejm może ewentualnie wprowadzić tu jeszcze zmiany, choć w Senacie termin ten miał szerokie poparcie.