

Wyjaśnienia obowiązków transparentności informacji handlowych (art. 26 ust. 2 AUC)

W związku z zapytaniami dotyczącymi stosowania art.26 ust.1 Aktu o usługach cyfrowych (AUC), IAB Polska przedstawia wyjaśnienia obowiązków określonych w art. 26 ust. 2 AUC.

1. Zgodnie z art. 26 ust.2 AUC, dostawcy platform internetowych zapewniają odbiorcom usługi funkcję umożliwiającą składanie oświadczenia, czy przekazywane przez nich treści są informacjami handlowymi lub zawierają informacje handlowe. Gdy odbiorca usługi składa oświadczenie na podstawie tego przepisu, dostawca platformy internetowej zapewnia, aby inni odbiorcy usługi mogli w sposób jasny i jednoznaczny oraz w czasie rzeczywistym, stwierdzić, że treści przekazane przez odbiorcę usługi są informacjami handlowymi lub zawierają informacje handlowe zgodnie z tym oświadczeniem.
2. Adresatami obowiązków określonych w art.26 ust.1 AUC są dostawcy usług platform internetowych działający w modelu dostawcy usług pośrednich (pośredników internetowych), a więc podmiotów przechowujących i publicznie rozpowszechniających informacje umieszczane przez użytkowników.
3. Pojęcie „informacji handlowej” należy rozumieć zgodnie z definicją legalną zawartą w art. 2 lit. f) Dyrektywy o handlu elektronicznym, do którego AUC odsyła w zakresie definicji informacji handlowej (art. 3 lit. w) AUC).
4. Celem art. 26 ust. 2 AUC jest zapewnienie transparentności w zakresie przekazywanych w ramach platform treści o charakterze informacji handlowych. Zgodnie z tym przepisem, „odbiorcą usługi”, który powinien mieć możliwość złożenia oświadczenia, jest użytkownik przekazujący treści. Przykładowo będzie to przedsiębiorca działający na platformie handlowej, który przekazuje w ramach niej informację handlową – wiadomość o promocji cenowej dotyczącej jego produktów. „Innym odbiorcą usługi”, który z kolei powinien stwierdzić, że ma do czynienia z informacją handlową, jest użytkownik, który zapoznaje się z przekazanymi treściami. Przykładowo będzie to konsument przeglądający platformę handlową i zapoznający się z informacją o promocji cenowej przedsiębiorcy.

5. Jednakże wiele platform internetowych, szczególnie serwisów społecznościowych pełniących funkcje forów, przestrzeni do wymiany opinii lub prezentacji osób fizycznych (np. portale randkowe), zakazuje odbiorcom usługi rozpowszechniania treści o charakterze informacji handlowej, regulując taki zakaz w regulaminie usługi wraz z sankcją usunięcia bądź zablokowania treści naruszających zakaz. W odniesieniu do platform zakazujących publikacji informacji handlowych odbiorcom usługi, zapewnienie odbiorcom usługi funkcji określonej w art. 26 ust. 2 AUC przez dostawcę platformy należy uznać za nadmiarowe.

6. Informacją handlową nie jest m.in. informacja o towarach i usługach nie służąca osiągnięciu efektu handlowego pożądanego przez podmiot, który zleca jej rozpowszechnianie, w szczególności bez wynagrodzenia lub innych korzyści od producentów, sprzedawców i świadczących usługi. Poszczególne przypadki platform internetowych, niepełniących funkcji tzw. marketplace'ów, należy oceniać w określonym stanie faktycznym.

7. Dostawca platformy internetowej nie ma obowiązku zapewniać użytkownikowi możliwości złożenia oświadczenia, jeżeli wprost zakazuje wprowadzania do swojej usługi informacji handlowych lub treści zawierających takie informacje.

8. Wymóg umożliwienia odbiorcom usługi oznaczania udostępnianych informacji jako informacji handlowych nie przystaje do platform handlu elektronicznego (handlowych, platform internetowych umożliwiających konsumentom zawieranie z przedsiębiorcami umów zawieranych na odległość). W przypadku platform handlowych nie ma wątpliwości, że każda treść oferująca produkt lub usługę (oferta) ma charakter informacji handlowej. Rozwijanie funkcjonalności umożliwiającej składanie oświadczenia przez użytkownika zgodnie z art. 26 ust. 2 AUC nie ma więc uzasadnienia, a byłoby czasochłonne i kosztowne. Ponadto, wprowadzenie takiej funkcjonalności rodzi ryzyko wprowadzania konsumentów w błąd. Odbiorca usługi oferujący produkty lub usługi może, nie znając przepisów lub nie zaznaczając odpowiedniego pola, nie oznaczyć informacji jako „informacja handlowa”. Dla odbiorców usługi oferujących produkty lub usługi będzie niezrozumiałe, dlaczego dostawca platformy wprowadza opcję oznaczania informacji handlowych, skoro ma jasność, że każda oferta jest informacją handlową. Uważamy, że w sytuacji, w której nie budzi wątpliwości to, że charakter udostępnianych przez odbiorcę usługi treści ma znamiona informacji handlowej, należy:

- a. uznać, że przepis ten nie ma zastosowania;
- b. uznać, że zamiast rozwijać funkcjonalność składania oświadczenia zgodnie z art. 26 ust. 2 AUC – dostawca platformy handlowej może poinformować o tym, że oferty mają charakter informacji handlowej w warunkach korzystania z usługi.

9. Obowiązkiem dostawcy platformy internetowej jest oznaczanie poszczególnych treści jako informacje handlowe lub zawierające informacje handlowe. Dostawca nie dokonuje tego z własnej inicjatywy (np. ze względu na samodzielną ocenę charakteru przekazywanych przez użytkownika treści), a jedynie wtedy, gdy stosowne oświadczenie złoży odbiorca usługi.

10. Dostawca platformy internetowej nie ma obowiązku weryfikowania, czy odbiorca usługi zgodnie z prawem złożył (lub nie) oświadczenie, że przekazywane przez niego treści są informacjami handlowymi lub zawierają takie informacje. Wystarczające jest jedynie zapewnienie odpowiedniej do tego funkcji np. w formie checkboxa lub pola do uzupełnienia.

11. Oznaczenie dostawcy powinno być jasne, jednoznaczne oraz prezentowane w czasie rzeczywistym. Przydatne dla spełnienia tych warunków mogą być oznaczenia zgodne z normami jednostek normalizacyjnych, o których mowa w art. 44 AUC.

12. W celu oceny prawidłowości sposobu wykonania obowiązku oznaczania informacji handlowych – dostawca platformy internetowej może skorzystać z dodatkowych wyjaśnień dotyczących obowiązków transparentności reklam z motywu 68 AUC. Tym samym oznaczenie informacji handlowej powinno być dostosowane do charakteru interfejsu internetowego konkretnej usługi oraz prezentowane bezpośrednio z interfejsu internetowego, w ramach którego informacja handlowa jest eksponowana.