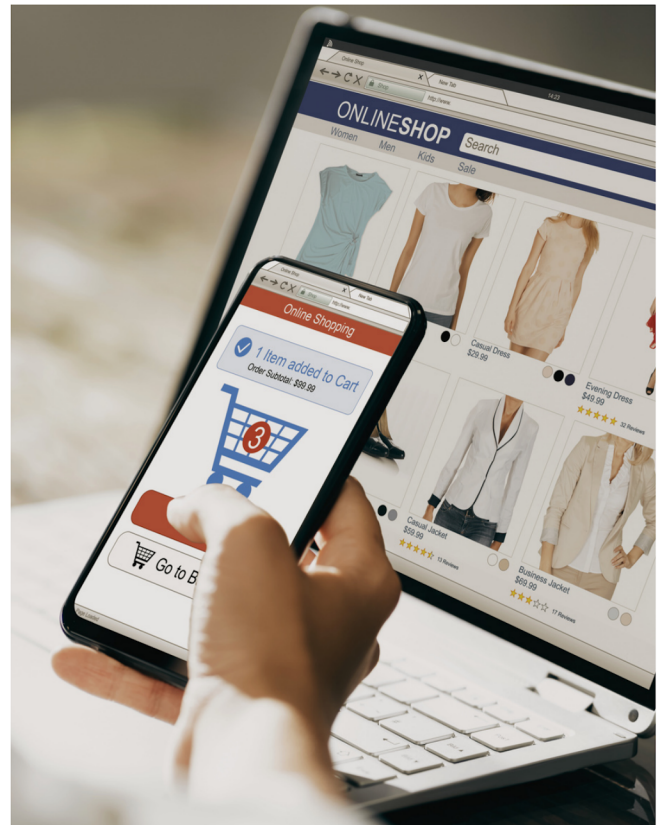


INTERNETOWA PLATFORMA HANDLOWA

Z początkiem roku sieć obiegła informacja o nowych obowiązkach ciążących na dostawcach internetowej platformy handlowej. Wielu z nas zaczęło się wówczas zastanawiać, kogo dotyczą te obowiązki i czym właściwie jest internetowa platforma handlowa w rozumieniu przepisów.



Czym jest internetowa platforma handlowa?

Zgodnie z prawem konsumenckim internetowa platforma handlowa to usługa korzystająca z oprogramowania, w tym strony internetowej, części strony internetowej lub aplikacji, obsługiwana przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, w ramach której umożliwia się konsumentom zawieranie z innymi przedsiębiorcami umów na odległość lub osobom fizycznym niebędącym przedsiębiorcami zawieranie umów na odległość z innymi osobami fizycznymi niebędącymi przedsiębiorcami.

W uproszczeniu można więc powiedzieć, że w praktyce to usługa, która łączy kupujących i sprzedawców, zapewnia infrastrukturę do zawarcia transakcji i wspiera jej przebieg, czyli niejako pośredniczy w zawarciu transakcji.

Warto zwrócić uwagę, że będą to nie tylko samodzielne strony internetowe (np. Allegro, Empik.com, OLX), ale również części stron i aplikacji, a co za tym idzie – platformy, gdzie sprzedaż on-line nie stanowi głównej funkcji (np. Facebook – serwis społecznościowy, który posiada dodatkowo marketplace umożliwiający handel internetowy).

W ramach takiej usługi możliwe jest zawieranie umów w relacji konsument – przedsiębiorca lub pomiędzy osobami fizycznymi, które nie są przedsiębiorcami. Osoba korzystająca z internetowej platformy handlowej może za jej pośrednictwem nabyć towar od innej osoby lub od przedsiębiorcy.

Kim jest dostawca internetowej platformy handlowej?

W myśl przepisów dostawcą internetowej platformy handlowej jest przedsiębiorca, który obsługuje internetową platformę handlową, dostarcza ją użytkownikom lub umożliwia korzystanie z niej. Aby zapewnić jak największą przejrzystość umów zawieranych na takich platformach od 1 stycznia 2023 r. na dostawcach internetowej platformy handlowej ciążyą dodatkowe obowiązki informacyjne, które powinny zostać zrealizowane jeszcze przed dokonaniem zakupów przez korzystającego z platformy.

Parametry plasowania

Biorąc pod uwagę, że na internetowych platformach handlowych możemy znaleźć szereg ofert różnych sprzedających, dostawca internetowej platformy handlowej, który umożliwia konsumentom wyszukiwanie towarów lub usług oferowanych, ma obowiązek poinformować konsumenta o tym, w jaki sposób i według jakich parametrów porządkowane są oferty wyświetlane konsumentowi w wyniku wyszukiwania.

Czym jest plasowanie?

Samo plasowanie rozumiane jest jako przyznawanie określonej widoczności produktom lub wagi nadawanej wynikom wyszukiwania, czyli upraszczając chodzi o nadawanie kolejności ofertom zwracanym w wyniku wyszukiwania.

Zasady plasowania

Przedsiębiorcy nie muszą ujawniać szczegółowego funkcjonowania mechanizmów plasowania, ale muszą wskazać ogólny opis głównych parametrów. W praktyce oznacza to, że na internetowej platformie handlowej, gdzie możemy wyszukiwać oferty, musi znaleźć się informacja o tym, co dokładnie oznaczają udostępnione formy sortowania, przykładowo według najniższej ceny, popularności czy trafności.

Oferty sponsorowane

Dodatkowo warto zaznaczyć, że w przypadku, gdy dostawca funkcji wyszukiwania internetowego otrzymał zapłatę od sprzedawcy za wyższe plasowanie produktu w wynikach wyszukiwania, musi poinformować o tym fakcie konsumentów, np. poprzez oznaczenie takiej oferty dopiskiem „reklama” lub „oferta sponsorowana”.

Informacja, kim jest sprzedawca i jakie niesie to konsekwencje

Kolejnym obowiązkiem dostawcy internetowej platformy handlowej jest informowanie na platformie o tym, czy dana oferta pochodzi od przedsiębiorcy czy od osoby fizycznej. Przy konkretnej ofercie powinno znaleźć się krótkie oświadczenie, czy została ona wystawiona przez przedsiębiorcę. W przypadku gdy ofertę wystawiła osoba fizyczna dostawca musi również wskazać, że w takim przypadku nie będą miały zastosowania przepisy dotyczące ochrony konsumentów, czyli przede wszystkim brak możliwości odstąpienia od umowy oraz zareklamowania zakupionego przedmiotu czy usługi, gdyby okazały się one niezgodne z umową.

Podział obowiązków pomiędzy dostawcą a sprzedawcą

Dostawcy internetowej platformy handlowej muszą również poinformować konsumenta o podziale obowiązków związanych z umową, która jest zawierana przez konsumenta na internetowej platformie handlowej. Czyli - kto jest odpowiedzialny za dostawę towaru, zgodność towaru z umową, płatność itp. Może się zdarzyć, że przykładowo dostawca platformy handlowej będzie odpowiedzialny za dostarczenie towaru, a sprzedawca za przyjęcie zwrotu w przypadku odstąpienia od umowy przez konsumenta.

Podsumowanie

Funkcjonowanie internetowych platform handlowych w dużej mierze upraszcza dokonywanie zakupów w sieci. Mówi się, że pełnią one funkcję centrów handlowych w Internecie. W jednym miejscu mamy dostęp do ofert różnych sprzedawców, możemy w łatwy sposób je porównać i wybrać tę, która nam najbardziej odpowiada. Biorąc pod uwagę rosnącą popularność e-handlu, wszelkie działania zmierzające do zwiększenia przejrzystości umów w sieci zdecydowanie poprawiają sytuację konsumentów.

Podstawa prawna: art. 2 pkt 8 i 9 oraz art. 12a ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta

Stan prawny na dzień: 13.09.2023 r.