

II

(Komunikaty)

KOMUNIKATY INSTYTUCJI, ORGANÓW I JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH
UNII EUROPEJSKIEJ

KOMISJA EUROPEJSKA

ZAWIADOMIENIE KOMISJI

dotyczące nadzoru rynku produktów sprzedawanych przez internet

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

(2017/C 250/01)

Spis treści

WPROWADZENIE	2
CZĘŚĆ A. OBOWIĄZUJĄCE RAMY PRAWNE DOTYCZĄCE PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH PRZEZ INTERNET	3
1. POJĘCIE „WPROWADZENIA DO OBROTU” W KONTEKŚCIE SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET	4
1.1. Ogólne pojęcie „wprowadzania do obrotu”	4
1.2. Pojęcie „wprowadzenia do obrotu” w handlu elektronicznym	5
2. ROLA I ZADANIA ORGANÓW NADZORU RYNKU	6
3. ROLA I ZADANIA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH	6
3.1. Producenci, upoważnieni przedstawiciele, importerzy i dystrybutorzy	6
3.2. Podmioty świadczące usługi realizacji zamówień	6
3.2.1. Zadania podmiotów świadczących usługi realizacji zamówień w łańcuchu dostaw w internecie	6
3.2.2. Odpowiedzialność podmiotów świadczących usługi realizacji zamówień w łańcuchu dostaw w internecie	7
3.3. Inne ważne podmioty	9
3.3.1. Zgłaszający zgodnie z unijnym kodeksem celnym	9
3.3.2. Internetowi usługodawcy będący pośrednikami	9
3.3.3. Operatorzy świadczący usługi pocztowe	11
CZĘŚĆ B. PRAKTYCZNE ASPEKTY NADZORU RYNKU PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH PRZEZ INTERNET	11
1. OGÓLNE ZASADY DOTYCZĄCE NADZORU RYNKU	11
2. STRATEGIA I PLANOWANIE DZIAŁAŃ W ZAKRESIE NADZORU RYNKU INTERNETOWEGO	12
3. ORGANIZACJA NADZORU RYNKU INTERNETOWEGO	12
4. SZCZEGÓLNE CECHY I POTRZEBY DOCHODZEŃ INTERNETOWYCH	13
5. DZIAŁANIA NAPRAWCZE ZWIĄZANE Z PRODUKTAMI SPRZEDAWANYMI W INTERNECIE	14
5.1. Działania naprawcze uzależnione od tego, gdzie ma swoją siedzibę podmiot gospodarczy	14
5.1.1. Jeżeli siedziba podmiotu gospodarczego znajduje się w jurysdykcji organu	14
5.1.2. Jeżeli siedziba podmiotu gospodarczego znajduje się w UE, ale poza jurysdykcją organu	14
5.1.3. Jeżeli siedziba podmiotu gospodarczego znajduje się poza UE	15
5.2. Działania naprawcze charakterystyczne dla produktów sprzedawanych w internecie	15

CZĘŚĆ C. ROZPOWSZECHNIANIE WŚRÓD KONSUMENTÓW I PRZEDSIĘBIORCÓW INFORMACJI NA TEMAT BEZPIECZEŃSTWA I ZGODNOŚCI Z WYMOGAMI PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH W INTERNECIE	16
1. ROZPOWSZECHNIANIE INFORMACJI WŚRÓD KONSUMENTÓW	16
1.1. Co powinni wiedzieć konsumenci?	17
1.2. W jaki sposób państwa członkowskie powinny informować konsumentów o tym, jakie aspekty bezpieczeństwa produktu należy wziąć pod uwagę przy zakupach przez internet?	17
1.2.1. Strony internetowe organów nadzoru	17
1.2.2. Informacje w mediach i kampanie informacyjne	18
1.2.3. Systemy rozpatrywania skarg konsumentów	18
2. ROZPOWSZECHNIANIE INFORMACJI WŚRÓD PRZEDSIĘBIORSTW	18

WPROWADZENIE

Internet zmienił sposób, w jaki konsumenci robią zakupy, a firmy reklamują i sprzedają swoje produkty i usługi. Handel elektroniczny umożliwia klientom i firmom nowe formy interakcji, a konsumentów stawia w lepszej sytuacji – mają oni bowiem dostęp do większego wyboru tańszych produktów i usług ⁽¹⁾. Handel elektroniczny szybko się rozwija i ma duży potencjał, jeśli chodzi o realizację celów Unii Europejskiej (UE) w zakresie wzrostu gospodarczego ⁽²⁾.

Jednak rozwój handlu elektronicznego stwarza pewne problemy dotyczące ochrony zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów oraz innych użytkowników końcowych przed niebezpiecznymi produktami nieżywnościowymi lub produktami, które nie są zgodne z wymogami określonymi w unijnym prawodawstwie harmonizacyjnym w sprawie produktów („produkty niezgodne z wymogami”) ⁽³⁾. Pod tym względem, w porównaniu z tradycyjnym handlem, organy nadzoru rynku w państwach członkowskich UE napotykać liczne trudności, na przykład:

- (i) trudności ze śledzeniem drogi, jaką przebywają produkty oferowane w internecie i ze znalezieniem odpowiedzialnego za nie podmiotu gospodarczego;
- (ii) wzrost liczby podmiotów gospodarczych mających siedzibę poza terytorium UE oferujących w internecie produkty na sprzedaż; obejmuje to sprzedaż bezpośrednio konsumentom i innym użytkownikom końcowym w UE i sprawia, że egzekwowanie przepisów dotyczących produktów jest trudne;
- (iii) trudności z przeprowadzaniem ocen ryzyka lub testów bezpieczeństwa ze względu na brak fizycznego dostępu do produktów;
- (iv) trudności w pobieraniu próbek produktów do przetestowania, ponieważ odnośne przepisy w niektórych państwach członkowskich nie pozwalają na dokonywanie zakupów w internecie lub anonimowych zakupów (takich jak do celu badania typu Tajemniczy Klient);
- (v) wyzwania w zakresie stosowania dyrektywy 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów ⁽⁴⁾ („dyrektywa w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów”), jak również rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 ustanawiającego wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzenia produktów do obrotu ⁽⁵⁾ w odniesieniu do środowiska internetowego;
- (vi) brak wiedzy konsumentów i przedsiębiorstw na temat zakupu i sprzedaży bezpiecznych i zgodnych z przepisami produktów w internecie.

Celem niniejszego zawiadomienia jest wspieranie władz państw członkowskich w egzekwowaniu unijnych przepisów dotyczących bezpieczeństwa i zgodności z przepisami produktów nieżywnościowych. Ten dokument dotyczy produktów materialnych i nie obejmuje swoim zakresem aplikacji i oprogramowania niewbudowanego. Zawiadomienie dotyczy stosowania dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów i rozporządzenia (WE) nr 765/2008, dwóch najważniejszych aktów ustawodawczych dotyczących nadzoru rynku i bezpieczeństwa oraz zgodności z wymogami produktów w sprzedaży internetowej. W zawiadomieniu przedstawiono również dobre praktyki w zakresie nadzoru rynku w odniesieniu do produktów sprzedawanych przez internet oraz zapewniania informacji podmiotom gospodarczym i konsumentom.

⁽¹⁾ W konsumenckim badaniu rynku dotyczącym funkcjonowania handlu elektronicznego i internetowych technik marketingu i sprzedaży w odniesieniu do sprzedaży detalicznej towarów, przeprowadzonym w 2011 r. przez firmę Civic Consulting, oszacowano, że jednolity rynek handlu elektronicznego w UE z 15 % udziałem handlu elektronicznego przyniosłby korzyści konsumentom (w internecie ceny są niższe, a wybór większy) w wysokości 204,5 mld EUR rocznie.

⁽²⁾ Według danych z 2015 r. 65 % osób, które korzystają z internetu do celów prywatnych, w ciągu roku kupiło również towary lub usługi przez internet. Źródło: Eurostat.

⁽³⁾ Zob. zawiadomienie Komisji – Niebieski przewodnik – wdrażanie unijnych przepisów dotyczących produktów 2016, Dz.U. C 272 z 26.7.2016.

⁽⁴⁾ Dyrektywa 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 3 grudnia 2001 r. w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów (Dz.U. L 11 z 15.1.2002, s. 4).

⁽⁵⁾ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 339/93 (Dz.U. L 218 z 13.8.2008, s. 30).

Skuteczniejsze egzekwowanie unijnych przepisów dotyczących produktów sprzedawanych przez internet przyczynia się do zapewnienia konsumentom i innym użytkownikom końcowym z UE bezpiecznych i zgodnych z przepisami produktów niespożywczych, a ponadto – ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Poprawa bezpieczeństwa produktów w handlu elektronicznym i ich zgodności z przepisami zwiększa zaufanie na rynkach internetowych i prowadzi do rozwoju handlu elektronicznego. Skuteczniejsze egzekwowanie przepisów przyczynia się również do zapewnienia takich samych warunków działania podmiotom gospodarczym w tradycyjnych i internetowych łańcuchach dostaw oraz podmiotom gospodarczym z siedzibą w UE, jak i poza nią. Niniejsze zawiadomienie przyczynia się zatem do realizacji jednego z priorytetów Komisji Europejskiej: dalszego rozwoju jednolitego rynku cyfrowego.

Niniejsze zawiadomienie skierowane jest do państw członkowskich oraz Islandii, Liechtensteinu i Norwegii jako sygnatariuszy Porozumienia o Europejskim Obszarze Gospodarczym ⁽⁶⁾ (EOG). Odniesienia do UE, Unii lub jednolitego rynku należy zatem rozumieć jako odniesienia do EOG lub rynku EOG.

Niniejsze zawiadomienie ma przyczynić się do lepszego zrozumienia przepisów UE dotyczących produktów oraz bardziej jednolitego i spójnego stosowania tych przepisów w kontekście produktów sprzedawanych w internecie. W zawiadomieniu uwzględnia się dyskusje z władzami państw członkowskich i zainteresowanymi stronami w ramach procesu współpracy realizowanego w latach 2013–2016.

Niniejsze zawiadomienie ma charakter wyłącznie informacyjny – moc prawną ma tylko tekst unijnego aktu ustawodawczego. Zawiadomienie ma na celu zapewnienie doradztwa w oparciu o istniejące wspólne doświadczenia i najlepsze praktyki. Przedstawione informacje mają jedynie charakter ogólny i nie odnoszą się wyraźnie do żadnej konkretnej osoby ani podmiotu.

Jedynie Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej jest upoważniony do interpretowania prawa UE w wiążący sposób. Poglądy przedstawione w tym dokumencie nie mogą przesądzać o stanowisku, jakie Komisja Europejska może zająć przed Trybunałem Sprawiedliwości. Komisja Europejska ani żadna osoba działająca w jej imieniu nie odpowiada za jakiegokolwiek wykorzystanie poniższych informacji.

Ponieważ niniejsze zawiadomienie przedstawia najnowszy stan wiedzy w momencie jego opracowania, zawarte w nim wskazówki mogą być modyfikowane w późniejszym terminie.

CZĘŚĆ A. OBOWIĄZUJĄCE RAMY PRAWNE DOTYCZĄCE PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH PRZEZ INTERNET

Część A zawiera wytyczne dotyczące stosowania dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów i rozporządzenia (WE) nr 765/2008 w odniesieniu do produktów ⁽⁷⁾ sprzedawanych przez internet.

Celem dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów jest zapewnienie, by produkty wprowadzane do obrotu w Unii były bezpieczne. Określa ona wymogi w zakresie organizacji i prowadzenia nadzoru rynku pod kątem aspektów dotyczących zdrowia i bezpieczeństwa niezwyrodniościowych produktów konsumpcyjnych. Obejmuje to produkty, które są dostarczane lub udostępniane konsumentom do ich użytku w ramach świadczenia usług. Dyrektywa ma zastosowanie do wszystkich niezwyrodniościowych produktów konsumpcyjnych, w zakresie, w jakim w prawie UE nie istnieją szczegółowe przepisy mające ten sam cel i regulujące bezpieczeństwo danych produktów ⁽⁸⁾. W związku z tym pełni funkcję siatki bezpieczeństwa, ponieważ dotyczy produktów konsumpcyjnych, które nie są objęte bardziej szczegółowymi przepisami unijnego prawodawstwa dotyczącego produktów.

Rozporządzenie (WE) nr 765/2008, które ma na celu zapewnienie wysokiego poziomu ochrony zdrowia publicznego i bezpieczeństwa w ogóle, ochrony zdrowia i bezpieczeństwa użytkowników w miejscu pracy, ochrony środowiska naturalnego itp., określa wymogi w zakresie organizacji i prowadzenia nadzoru rynku w odniesieniu do wszystkich produktów konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych objętych unijnym prawodawstwem harmonizacyjnym dotyczącym produktów ⁽⁹⁾. Rozporządzenie (WE) nr 765/2008 ma zastosowanie do wszystkich produktów, o ile w innych aktach unijnego

⁽⁶⁾ Dz.U. L 1 z 3.1.1994, s. 3.

⁽⁷⁾ Na mocy art. 2 lit. a) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów „produkt” oznacza każdy produkt – w tym również w kontekście świadczenia usługi – przeznaczony dla konsumentów lub taki, który nawet jeżeli nie jest przeznaczony dla konsumentów, to w możliwych do przewidzenia warunkach może być przez nich używany, dostarczany im bądź udostępniany za opłatą lub bezpłatnie w ramach działalności handlowej, bez względu na to, czy jest on nowy, używany lub odnowiony. Na mocy art. 15 ust. 4 rozporządzenia (WE) nr 765/2008 „produkt” oznacza substancję, preparat lub produkt wytworzony w procesie produkcji, niebędący produktem żywnościowym, paszą, żywym zwierzęciem lub rośliną, produktem pochodzenia ludzkiego ani produktem uzyskanym z roślin lub zwierząt związanym bezpośrednio z ich przyszłą reprodukcją.

⁽⁸⁾ Art. 1 ust. 2 ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁹⁾ Niewyczerpujący wykaz unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego dotyczącego produktów jest dostępny w załączniku I do zawiadomienia Komisji C(2016) 1958 final z dnia 5 kwietnia 2016 r., *Niebieski przewodnik – wdrażanie unijnych przepisów dotyczących produktów 2016*, dostępnym na stronie internetowej http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7326&lang=en&title=%E2%80%98Blue-Guide%E2%80%99-on-the-implementation-of-EU-product-rules.

prawodawstwa harmonizacyjnego nie istnieją szczegółowe przepisy mające taki sam cel, charakter lub skutki⁽¹⁰⁾. Ponadto szczegółowe przepisy dotyczące danego sektora mają zastosowanie do sprzedaży przez internet produktów energetycznych⁽¹¹⁾ w celu uzupełnienia unijnych rozporządzeń w sprawie etykietowania energetycznego i ekoprojektu⁽¹²⁾, które mają na celu zmniejszenie zużycia energii i zapewnienie konsumentom potrzebnych informacji.

Aby stwierdzić, czy zastosowanie mają przepisy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów i rozporządzenia (WE) nr 765/2008, należy najpierw ocenić, czy produkt jest dostarczany w ramach działalności handlowej. W sprzedaży przez internet produkty są dostarczane w ramach działalności handlowej, jeżeli są one oferowane konsumentom lub innym użytkownikom końcowym w UE przez operatora internetowego⁽¹³⁾. Produkty w sprzedaży internetowej są na ogół oferowane odpłatnie. Jednak bezpłatne dostarczanie produktów również może pod pewnymi warunkami stanowić działalność handlową⁽¹⁴⁾. Sprzedaż między konsumentami zasadniczo nie jest uznawana za działalność handlową⁽¹⁵⁾, a zatem nie została ona uregulowana w dyrektywie w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów ani w rozporządzeniu (WE) nr 765/2008.

Za najbardziej istotne dla sprzedaży przez internet uważane są trzy główne aspekty unijnych ram prawnych:

- pojęcie „wprowadzenia do obrotu”,
- obowiązki organów nadzoru rynku oraz
- obowiązki odnośnych podmiotów gospodarczych.

W kolejnych rozdziałach przedstawiono interpretację tych trzech kwestii w odniesieniu do sprzedaży przez internet.

1. Pojęcie „wprowadzenia do obrotu” w kontekście sprzedaży przez internet

1.1. Ogólne pojęcie „wprowadzenia do obrotu”

Dyrektywa w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, rozporządzenie (WE) nr 765/2008 oraz unijne prawodawstwo harmonizacyjne mają zastosowanie, w ramach ich odpowiedniego zakresu zastosowania, do produktów, które są wprowadzane do obrotu na rynku unijnym bez względu na techniki sprzedaży, łącznie ze sprzedażą na odległość i sprzedażą przez internet⁽¹⁶⁾. Bez względu na technikę sprzedaży produkty muszą być zatem bezpieczne i zgodne z przepisami mającymi zastosowanie w momencie wprowadzenia produktów do obrotu w UE.

W rozporządzeniu (WE) nr 765/2008 pojęcie „wprowadzenia do obrotu” zdefiniowano jako „udostępnienie produktu na rynku [unijnym] po raz pierwszy”, a pojęcie „udostępnienia produktu na rynku” jako „każde dostarczenie produktu w celu jego dystrybucji, konsumpcji lub używania na rynku [unijnym] w ramach działalności handlowej, odpłatnie lub nieodpłatnie”⁽¹⁷⁾. Koncepcje te niosą ze sobą skutki prawne w zakresie ustalania tożsamości odpowiedzialnych podmiotów gospodarczych⁽¹⁸⁾ i ich odpowiednich zobowiązań na mocy unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego dotyczącego produktów, jak wyjaśniono szczegółowo w „Niebieskim przewodniku”⁽¹⁹⁾.

W dyrektywie w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów nie użyto terminu „udostępnienie produktu na rynku po raz pierwszy”. Terminy „wprowadzenie do obrotu”, „dostarczanie” i „udostępnianie” są stosowane bez rozróżnienia i nie są definiowane⁽²⁰⁾⁽²¹⁾. Na mocy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów podmioty gospodarcze są identyfikowane na podstawie tego, czy ich działalność mogłaby mieć wpływ na właściwości produktów związane z bezpieczeństwem⁽²²⁾. Równocześnie, w kontekście dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów,

⁽¹⁰⁾ Motyw 5 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹¹⁾ Zob. np. rozporządzenie delegowane Komisji (UE) nr 518/2014 z dnia 5 marca 2014 r. w sprawie etykietowania produktów związanych z energią w internecie.

⁽¹²⁾ Przegląd prawodawstwa harmonizacyjnego określającego wymogi dotyczące produktów energooszczędnych jest dostępny na stronie internetowej: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-efficiency/energy-efficient-products>.

⁽¹³⁾ Operatorami internetowymi są wytwórcy, producenci, importerzy lub dystrybutorzy zgodnie z definicją zawartą odpowiednio w dyrektywie w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów i w rozporządzeniu (WE) nr 765/2008, prowadzący działalność przez internet.

⁽¹⁴⁾ Art. 2 lit. a) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów i art. 2 pkt 1 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹⁵⁾ Niemniej jednak ocenę, czy dany produkt będący przedmiotem takiej sprzedaży jest dostarczany jako część działalności handlowej, należy przeprowadzać indywidualnie dla każdego przypadku z uwzględnieniem wszelkich stosownych kryteriów, takich jak regularność dostaw, intencje dostawcy itp.

⁽¹⁶⁾ Motyw 7 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽¹⁷⁾ Art. 2 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹⁸⁾ Na przykład importerem jest podmiot gospodarczy wprowadzający produkty do obrotu, natomiast dystrybutorem jest podmiot gospodarczy, który udostępnia je na rynku, zob. art. 2 pkt 5 i 6 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹⁹⁾ Zawiadomienie Komisji C(2016) 1958 final.

⁽²⁰⁾ Na przykład art. 1 ust. 1, art. 2 lit. a), art. 3 ust. 1, art. 5 ust. 2 i 3. Poza tym dyrektywa w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów również odnosi się w tym kontekście do „dostawy” (np. art. 2 lit. a), art. 5 ust. 1 akapit trzeci, art. 5 ust. 2 i motyw 6).

⁽²¹⁾ Nie można dokonywać odpowiedniej transpozycji definicji określonych w rozporządzeniu (WE) nr 765/2008 odpowiednio do celów dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów.

⁽²²⁾ Na przykład definicja „producenta” obejmuje „profesjonalistów w procesie wprowadzania na rynek, w zakresie, w jakim ich działalność może mieć wpływ na cechy bezpieczeństwa produktu”, podczas gdy termin „dystrybutor” oznacza „wszystkich profesjonalistów w procesie wprowadzania na rynek, których działalność nie ma wpływu na cechy bezpieczeństwa produktu”.

„wprowadzenie do obrotu” można by uznać za pojęcie obejmujące różne etapy łańcucha dostaw, w tym „pierwsze” udostępnienie produktu na rynku, a także późniejsze udostępnienie (na przykład przez dystrybutora) lub dostawę (np. w kontekście świadczenia usług⁽²³⁾).

W związku z tym produkty objęte unijnym prawodawstwem harmonizacyjnym i produkty objęte dyrektywą w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów muszą być bezpieczne od momentu ich pierwszego udostępnienia na rynku unijnym⁽²⁴⁾.

1.2. Pojęcie „wprowadzenia do obrotu” w handlu elektronicznym

W modelach biznesowych stosowanych w handlu elektronicznym produkty mogą trafiać do konsumentów lub innych użytkowników końcowych różnymi drogami.

a) Producent⁽²⁵⁾, importer⁽²⁶⁾, dystrybutor⁽²⁷⁾ lub producent⁽²⁸⁾ ma siedzibę w UE

Jeżeli producent, importer lub dystrybutor ma siedzibę w UE, od tradycyjnych sklepów różnią ich tylko techniki sprzedaży⁽²⁹⁾. Produkty oferowane w sprzedaży przez internet konsumentom i innym użytkownikom końcowym na rynku unijnym przez producenta, importera lub dystrybutora mającego siedzibę w UE uważa się za wprowadzone do obrotu na rynku unijnym. W związku z tym muszą one być zgodne z obowiązującymi unijnymi przepisami dotyczącymi produktów.

a) Producent⁽³⁰⁾, importer⁽³¹⁾, dystrybutor⁽³²⁾ lub producent⁽³³⁾ ma siedzibę poza terytorium UE

Unijne przepisy dotyczące produktów mają również zastosowanie w przypadku gdy sprzedawcy internetowi spoza UE sprzedają produkty konsumentom lub innym użytkownikom końcowym w UE. W rezultacie, jeżeli producent, importer i dystrybutor mają swoją siedzibę poza UE, w celu dokonania oceny, czy dany produkt został wprowadzony do obrotu na rynku unijnym, należy w pierwszej kolejności ustalić, czy oferta od sprzedawcy internetowego z siedzibą poza UE skierowana jest do konsumentów lub innych użytkowników końcowych w UE.

Oceny należy dokonać indywidualnie w odniesieniu do każdego przypadku w celu ustalenia, czy ze stron internetowych i ogólnej działalności sprzedawcy internetowego jasno wynika, że zamierza on sprzedawać produkty konsumentom lub innym użytkownikom końcowym w państwach członkowskich. Można wziąć pod uwagę następujące aspekty: międzynarodowy charakter działalności, posługiwanie się językiem i walutą (np. euro) państw członkowskich, nazwa domeny zarejestrowana w jednym z państw członkowskich, obszary geograficzne, do których możliwa jest wysyłka⁽³⁴⁾.

Jeżeli operator internetowy dostarcza produkty adresatom w UE, przyjmuje od konsumentów lub innych użytkowników końcowych w UE opłatę za produkty w walutach używanych w UE i posługuje się którymkolwiek z języków obowiązujących w UE, sprzedawca ten swoją działalność kieruje do konsumentów lub innych użytkowników końcowych z UE.

Fizyczna realizacja zamówienia na produkt złożonego przez konsumentów lub innych użytkowników końcowych w UE przez sprzedawcę internetowego z siedzibą poza UE, w tym realizacja przez dostawcę usługi niezależnie od faktu, czy sprzedawca ma siedzibę w UE, czy poza nią⁽³⁵⁾, potwierdza w sposób niepodważalny, że dany produkt został wprowadzony do obrotu na rynku UE. Zarówno z dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, jak i z rozporządzenia (WE) nr 765/2008 wynika, że organy państw członkowskich są uprawnione do podejmowania niezbędnych działań, zanim dojdzie do fizycznej realizacji zamówienia⁽³⁶⁾.

⁽²³⁾ Art. 2 lit. a) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽²⁴⁾ Zob. art. 3 ust. 1 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽²⁵⁾ W rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽²⁶⁾ W rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽²⁷⁾ W rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008 lub dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów.

⁽²⁸⁾ W rozumieniu dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽²⁹⁾ W motywie 7 dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów wyjaśniono, że dyrektywę należy stosować w odniesieniu do produktów bez względu na techniki sprzedaży, łącznie ze sprzedażą na odległość i z zastosowaniem rozwiązań elektronicznych.

⁽³⁰⁾ W rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽³¹⁾ W rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽³²⁾ W rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008 lub dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów.

⁽³³⁾ W rozumieniu dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽³⁴⁾ Zob. również wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 12 lipca 2011 r. w sprawie C-324/09, L'Oréal/eBay, pkt 65 oraz wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 7 grudnia 2010 r. w sprawach połączonych C-585/08 i C-144/09 Peter Pammer przeciwko Reederei Karl Schlüter GmbH & Co KG, C-585/08 i Hotel Alpenhof GesmbH przeciwko Oliverowi Hellerowi, C-144/09.

⁽³⁵⁾ Informacje dotyczące usługodawców zajmujących się realizacją zamówień można znaleźć w części 3.2 niniejszego zawiadomienia.

⁽³⁶⁾ Na przykład art. 8 ust. 1 lit. d) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów stanowi, że w odniesieniu do produktu, który mógłby być niebezpieczny, w okresie koniecznym do przeprowadzenia rozmaitych ocen bezpieczeństwa mogą zostać podjęte działania w formie sprawdzenia i kontroli, tymczasowego zakazu dostawy, oferowania lub prezentowania produktu; zob. również art. 16 ust. 2 i art. 15 ust. 4 w połączeniu z art. 2 pkt 17 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

W związku z tym jeżeli producenci lub dystrybutorzy mają siedzibę poza UE i kierują swoją ofertę produktów w sprzedaży przez internet na rynek unijny, muszą oni spełniać wymogi unijnych przepisów dotyczących produktów.

2. Rola i zadania organów nadzoru rynku

Właściwe organy w państwach członkowskich są odpowiedzialne za prowadzenie nadzoru rynku i sprawdzanie, czy produkty sprzedawane przez internet są bezpieczne i zgodne z unijnymi przepisami dotyczącymi produktów. Ponadto w przypadku produktów zakupionych w sklepach internetowych obsługiwanych z państw trzecich, a następnie przywożonych do UE, organy odpowiedzialne za kontrole na granicach zewnętrznych również posiadają kompetencje⁽³⁷⁾ do podejmowania działań dotyczących bezpieczeństwa i zgodności produktów z przepisami⁽³⁸⁾.

3. Rola i zadania podmiotów gospodarczych

Sprzedaż produktów przez internet znacznie różni się od sprzedaży tradycyjnej zarówno pod względem technik sprzedaży, jak i wykorzystywanych łańcuchów dostaw. W tym dziale przedmiotem analizy są różne rodzaje podmiotów gospodarczych, które odgrywają rolę w łańcuchach dostaw produktów sprzedawanych on-line. Analizę przeprowadzono w świetle obowiązującego prawodawstwa UE i ewentualnych działań właściwych organów nadzoru rynku.

3.1. Producenci, upoważnieni przedstawiciele, importerzy i dystrybutorzy

Zobowiązania producentów i dystrybutorów na mocy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów mają zastosowanie również do produktów sprzedawanych w internecie⁽³⁹⁾. Producenci muszą zapewnić, by produkty, które wprowadzają oni do obrotu na unijnym rynku były bezpieczne, a dystrybutorzy muszą działać z należytą ostrożnością, aby pomóc w zapewnieniu zgodności z mającymi zastosowanie wymogami dotyczącymi bezpieczeństwa⁽⁴⁰⁾. W dyrektywie określono również szereg środków, które organy państw członkowskich mogą podjąć w stosunku do produktów objętych dyrektywą, w sposób proporcjonalny do powagi zagrożenia oraz z odpowiednim uwzględnieniem zasady ostrożności⁽⁴¹⁾.

Unijne prawodawstwo harmonizacyjne i rozporządzenie (WE) nr 765/2008 definiuje⁽⁴²⁾ każdą z kategorii podmiotów zaangażowanych w łańcuch dostaw produktu: producenta, upoważnionego przedstawiciela, importera i dystrybutora. Ich szczegółowe obowiązki zostały zdefiniowane w unijnych przepisach harmonizacyjnych, proporcjonalnie do ich roli i zaangażowania w łańcuchu dostaw. Największa odpowiedzialność spoczywa na producencie produktu, ponieważ to on go wytwarza. Dlatego to on najlepiej zna produkt i jest w stanie ocenić i kontrolować wszystkie potencjalne zagrożenia na etapach projektowania i produkcji. Importer⁽⁴³⁾ i dystrybutor ponoszą mniejszą odpowiedzialność, ponieważ nie uczestniczą w fazach produkcji i oceny zgodności. „Niebieski przewodnik” szczegółowo opisuje każdą z kategorii podmiotów gospodarczych z podaniem informacji na temat ich roli i obowiązków. Dotyczy to również łańcucha dostaw online.

3.2. Podmioty świadczące usługi realizacji zamówień

3.2.1. Zadania podmiotów świadczących usługi realizacji zamówień w łańcuchu dostaw w internecie

Podmioty świadczące usługi realizacji zamówień stanowią nowy model biznesowy stworzony na potrzeby handlu elektronicznego. Te podmioty świadczą usługi na rzecz innych podmiotów gospodarczych. Z reguły zajmują się one składowaniem produktów i – po otrzymaniu zlecenia – pakowaniem i przesyłaniem ich klientom. Mogą one również zajmować się zwrotami towarów. Istnieje wiele różnych modeli biznesowych w zakresie usług realizacji zamówień. Niektóre podmioty realizujące zamówienia oferują szeroki zakres usług, podczas gdy inne zapewniają jedynie podstawowy poziom usług. Różnią się one także pod względem wielkości i skali – od światowych operatorów do mikroprzedsiębiorstw.

⁽³⁷⁾ W niektórych przypadkach decyzję w sprawie zgodności produktów z przepisami i ich bezpieczeństwa muszą podjąć organy nadzoru rynku, podczas gdy w innych przypadkach organy celne i organy nadzoru rynku należą do tej samej organizacji. Zależy to od tego, w jaki sposób krajowe organy nadzoru rynku są zorganizowane na poziomie krajowym.

⁽³⁸⁾ Art. 27 ust. 1 i 3 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽³⁹⁾ W motywie 7 dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów wyjaśniono, że należy ją stosować w odniesieniu do produktów bez względu na techniki sprzedaży, łącznie ze sprzedażą na odległość i z zastosowaniem rozwiązań elektronicznych.

⁽⁴⁰⁾ Art. 3 i 5 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁴¹⁾ Art. 8 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁴²⁾ Definicje podmiotów gospodarczych (producenta, upoważnionego przedstawiciela, importera i dystrybutora) oraz opis ich obowiązków są zawarte w rozporządzeniu (WE) nr 765/2008. Ponadto decyzja nr 768/2008/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 lipca 2008 r. w sprawie wspólnych ram dotyczących wprowadzania produktów do obrotu (Dz.U. L 218 z 13.8.2008, s. 82) zawiera przepisy wzorcowe, które mają zostać włączone do przepisów dotyczących konkretnych produktów. Ponad 10 dyrektyw nowego podejścia zawiera już te standardowe przepisy: np. dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa zabawek, dyrektywa o niskim napięciu, dyrektywa w sprawie materiałów wybuchowych przeznaczonych do użytku cywilnego itp. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:218:0082:0128:en:PDF>. Wytyczne stosuje się bez uszczerbku dla stosowania bardziej szczegółowych definicji podmiotów gospodarczych oraz związanych z nimi wymagań określonych w przepisach sektorowych.

⁽⁴³⁾ Jednak zakres odpowiedzialności importera jest większy niż zakres odpowiedzialności dystrybutora.

Ten nowy model biznesowy usług realizacji zamówień rodzi pytania dotyczące tego, jakie obowiązki spoczywają na tych podmiotach na mocy unijnych przepisów dotyczących produktów. Ma to miejsce zwłaszcza w przypadku, gdy podmiot gospodarczy dostarczający towary znajduje się poza UE, a umowa na dostawę produktu jest zawierana bezpośrednio między podmiotem gospodarczym a konsumentem lub innym użytkownikiem końcowym w UE. W tej sytuacji nie ma możliwości zidentyfikowania żadnego podmiotu gospodarczego w UE, który można by pociągnąć do odpowiedzialności (np. importera lub upoważnionego przedstawiciela). W takim przypadku jedynym możliwym do zidentyfikowania uczestnikiem łańcucha dostaw w UE jest podmiot świadczący usługi realizacji zamówień. Z dotychczasowych doświadczeń wynika, że ich gotowość do współpracy z władzami może być bardzo różna.

Produkty oferowane przez operatorów internetowych mogą być przechowywane przez dostawców usług realizacji zamówień z siedzibą w UE w celu zapewnienia szybkiej dostawy do konsumentów i innych użytkowników końcowych z UE. W związku z tym produkty przechowywane przez takich dostawców usług można uznać za dostarczone na rynek unijny w celu dystrybucji, konsumpcji lub użytkowania, a zatem wprowadzone do obrotu na unijnym rynku, zwłaszcza w przypadku gdy zostały one dopuszczone do swobodnego obrotu, zanim trafiły na przechowanie do centrum realizacji zamówień⁽⁴⁴⁾.

3.2.2. Odpowiedzialność podmiotów świadczących usługi realizacji zamówień w łańcuchu dostaw w internecie

W celu oceny potencjalnej odpowiedzialności podmiotów świadczących usługi realizacji zamówień zgodnie z unijnym prawodawstwem dotyczącym produktów krajowe organy nadzoru rynku muszą wiedzieć, czy dostawca usług realizacji zamówień jest odpowiedzialnym podmiotem gospodarczym, zgodnie z definicją zawartą w unijnym prawodawstwie dotyczącym produktów.

3.2.2.1. Producenci w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008 lub producenci w rozumieniu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów

Producent to każda osoba fizyczna lub prawna, która wytwarza produkt lub która zleca zaprojektowanie lub wytworzenie produktu i wprowadza ten produkt do obrotu pod własną nazwą lub znakiem towarowym⁽⁴⁵⁾. Podmioty świadczące usługi realizacji zamówień zazwyczaj przechowują, pakują i dostarczają produkty, które zostały wcześniej wytworzone przez podmiot gospodarczy. Jeśli jednak podmioty świadczące usługi realizacji zamówień przedstawiają się jako producenci przez umieszczenie na produktach swojej nazwy lub znaku handlowego, podmioty świadczące usługi realizacji zamówień należy uznać za producentów w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

W przypadku gdy podmioty świadczące usługi realizacji zamówień przedstawiają siebie jako wytwórcę poprzez umieszczenie na produkcie swojej nazwy, znaku towarowego lub innego znaku odróżniającego, lub jeśli dokonują renowacji tych produktów, należy je traktować jako producentów na mocy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów⁽⁴⁶⁾. Poza tym zgodnie z art. 2 lit. e) ppkt (iii) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów profesjonalista w procesie wprowadzania na rynek jest uważany za producenta, w zakresie, w jakim jego działalność może mieć wpływ na cechy bezpieczeństwa produktu⁽⁴⁷⁾. Wywieranie wpływu na cechy bezpieczeństwa produktu oznacza w szczególności wprowadzanie zmian w strukturze i składzie produktu lub jego prezentacji w sposób, który stwarza ryzyko dla zdrowia i bezpieczeństwa osób⁽⁴⁸⁾. W związku z tym, jeżeli podmioty świadczące usługi realizacji zamówień są częścią łańcucha dostaw i ich działalność wpływa na cechy bezpieczeństwa produktu, powinny one zostać uznane za producentów zgodnie z dyrektywą w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów.

3.2.2.2. Upoważnieni przedstawiciele w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008 lub przedstawiciele wytwórcy w rozumieniu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów

Zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 765/2008 „upoważniony przedstawiciel” to osoba fizyczna lub prawna z siedzibą w UE, która otrzymała pisemne pełnomocnictwo od producenta do działania w jego imieniu w zakresie określonych zadań⁽⁴⁹⁾. Podmioty świadczące usługi realizacji zamówień można zatem uznać za upoważnionych przedstawicieli, jeżeli mają one siedzibę w UE i otrzymały od podmiotu gospodarczego, który wytwarza i wprowadza do obrotu towary, oficjalne pisemne pełnomocnictwo upoważniające je do działania w jego imieniu w odniesieniu do określonych zadań.

Aby podmioty świadczące usługi realizacji zamówień z siedzibą w UE mogły być traktowane jako przedstawiciele wytwórcy zgodnie z dyrektywą w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, muszą one zostać do tego wyraźnie upoważnione przez producenta z państwa trzeciego⁽⁵⁰⁾.

⁽⁴⁴⁾ Wyjaśnienie to nie rozwiązuje kwestii odpowiedzialności pośredników i termin „podmiot internetowy” użyty w tym kontekście może nie obejmować takich pośredników.

⁽⁴⁵⁾ Art. 2 pkt 3 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽⁴⁶⁾ Art. 2 lit. e) pkt (i) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁴⁷⁾ Art. 2 lit. e) ppkt (iii) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁴⁸⁾ Zob. również art. 2 lit. b) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁴⁹⁾ Art. 2 pkt 4 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽⁵⁰⁾ Art. 2 lit. e) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

3.2.2.3 Importerzy w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008 lub w rozumieniu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów

Na mocy rozporządzenia (WE) nr 765/2008 „importer” to każda osoba fizyczna lub prawna, mająca siedzibę w UE, wprowadzająca na rynek unijny produkt z kraju trzeciego⁽⁵¹⁾. Podmioty świadczące usługi realizacji zamówień nie wprowadzają składowanych przez siebie produktów na rynek, jeśli to nie są one tymi, które oferują produkty po raz pierwszy w celu dystrybucji, konsumpcji lub używania na rynku unijnym. W takim przypadku podmioty świadczące usługi realizacji zamówień jedynie otrzymują produkty od internetowego sprzedawcy do celów realizacji dalszych usług i w związku z tym prawdopodobieństwo uznania ich za importerów zgodnie definicją unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego dotyczącego produktów jest znikome. Jednak po przeprowadzeniu analizy poszczególnych przypadków może się okazać, że podmioty świadczące usługi realizacji zamówień są importerami zgodnie z definicją zawartą w unijnym prawodawstwie harmonizacyjnym⁽⁵²⁾.

W odróżnieniu od rozporządzenia (WE) nr 765/2008 dyrektywa w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów nie zawiera definicji importera; zgodnie z nią importerzy są w niektórych okolicznościach uznawani za producentów (w szczególności, jeżeli wytwórca nie posiada przedstawiciela w UE)⁽⁵³⁾. W celu umożliwienia skutecznego zastosowania tego pojęcia podmioty świadczące usługi realizacji zamówień można uznać za importerów na mocy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, jeżeli produkty, które te podmioty przechowują, etykietują, pakują itp. pochodzą spoza UE i są wprowadzane do obrotu na rynku unijnym przez te podmioty.

3.2.2.4. Dystrybutorzy w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008 i w rozumieniu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów

W sytuacji gdy podmioty świadczące usługi realizacji zamówień nie są uznawane za producentów, upoważnionych przedstawicieli lub importerów, a ich działalność wykracza poza usługi realizowane przez podmioty świadczące usługi doręczania paczek, zajmujące się odprawą, sortowaniem, transportem i dostawą paczek⁽⁵⁴⁾, podmioty te są uznawane za dystrybutorów w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

Na mocy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów „dystrybutor” oznacza wszystkich profesjonalistów w procesie wprowadzania na rynek, których działalność nie ma wpływu na cechy bezpieczeństwa produktu⁽⁵⁵⁾. Zgodnie z art. 2 lit. f) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów „wpływ na cechy bezpieczeństwa produktu” ma takie samo znaczenie jak to zapisane w art. 2 lit. e) ppkt (iii) tej dyrektywy. Jeżeli po przeprowadzeniu indywidualnej oceny konkretnych działań okaże się, że podmioty świadczące usługi realizacji zamówień nie mają wpływu na cechy bezpieczeństwa produktu, na mocy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów mogą one zostać uznane za dystrybutorów w łańcuchu dostaw, chyba że ich działalność nie wykracza poza działalność operatorów świadczących usługi doręczania paczek⁽⁵⁶⁾.

W praktyce oznacza to, że podmioty świadczące usługi realizacji zamówień, które kwalifikują się do uznania za dystrybutorów, mają następujące obowiązki na podstawie unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego i dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów:

- 1) Dystrybutorzy⁽⁵⁷⁾ muszą działać z należytą starannością przy udostępnianiu produktów na rynku⁽⁵⁸⁾. Obowiązek ten odnosi się do rozsądnego i ostrożnego zachowania podmiotu w celu zapobiegania szkodom. Dystrybutorzy muszą być w stanie udowodnić przed organami nadzoru rynku, że działali z należytą starannością⁽⁵⁹⁾.
- 2) Dystrybutorzy⁽⁶⁰⁾ przed udostępnieniem produktów na rynku muszą sprawdzić, czy:
 - a) produkty, w stosownych przypadkach, są opatrzone oznakowaniem CE (jeżeli się do tego kwalifikują) lub innym oznakowaniem wymaganym przez prawo,
 - b) do produktów dołączone są niezbędne informacje (np. instrukcje dotyczące bezpieczeństwa przeznaczone dla użytkowników, deklaracja zgodności UE),

⁽⁵¹⁾ Art. 2 pkt 5 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽⁵²⁾ Wskazywać na to może nazwa, zarejestrowany znak towarowy, a także adres kontaktowy na produkcie lub dołączona dokumentacja.

⁽⁵³⁾ Art. 2 lit. e) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁵⁴⁾ Dyrektywa 97/67/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 grudnia 1997 r. w sprawie wspólnych zasad rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług (dyrektywa o usługach pocztowych) (Dz.U. L 15 z 21.1.1998, s. 14). Zob. również punkt 3.3.3 niniejszego zawiadomienia dotyczący podmiotów świadczących usługi pocztowe.

⁽⁵⁵⁾ Art. 2 lit f.) dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁵⁶⁾ Dyrektywa o usługach pocztowych; zob. również punkt 3.3.3 niniejszego zawiadomienia dotyczący podmiotów świadczących usługi pocztowe.

⁽⁵⁷⁾ Zob. zawiadomienie Komisji C(2016) 1958 „Niebieski przewodnik”, pkt 3.4 dotyczący dystrybutorów oraz prawodawstwo sektorowe dostosowane do artykułu wzorcowego R5 „Obowiązki dystrybutorów” oraz art. R7 „Identyfikacja podmiotów gospodarczych” decyzji nr 768/2008/WE. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:218:0082:0128:pl:PDF>.

⁽⁵⁸⁾ Art. 5 ust. 2 ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁵⁹⁾ Zob. również zawiadomienie Komisji C(2016) 1958 „Niebieski przewodnik”, pkt 3.4. „Należyta staranność” odnosi się do poziomu osądu, staranności, rozważli, determinacji i aktywności w szczególnych okolicznościach. Wypełnienie przez dystrybutora obowiązku zachowania należytej staranności może zatem przybierać różne formy, zależnie od okoliczności, i może na przykład obejmować system kontroli oparty na analizie ryzyka.

⁽⁶⁰⁾ Zob. przypis 57.

- c) spełnione zostały wymogi językowe dotyczące etykiet, instrukcji dla użytkownika i innych dołączonych dokumentów,
 - d) spełnione zostały wymogi dotyczące możliwości ustalenia tożsamości producenta i importera.
- 3) Dystrybutorzy ⁽⁶¹⁾ mają obowiązek współpracować z organami nadzoru rynku. W stosownych przypadkach muszą:
- a) zastosować środki naprawcze, jeżeli uważają lub mają powody, by uważać, że produkty są niezgodne z wymogami lub niebezpieczne ⁽⁶²⁾,
 - b) pomagać organom nadzoru rynku w ustaleniu, kto jest producentem lub importerem odpowiedzialnym za produkt ⁽⁶³⁾,
 - c) współpracować z organami i przedstawiać wszelkie informacje i dokumenty niezbędne do wykazania zgodności na podstawie uzasadnionego wniosku, oraz
 - d) wskazać podmiot gospodarczy, który był dostawcą i odbiorcą tych produktów przez okres 10 lat (w przypadku produktów zharmonizowanych) po odbiorze lub dostawie produktów.

W praktyce oznacza to, że podmioty świadczące usługi realizacji zamówień, które kwalifikują się do uznania za dystrybutorów, jak wyjaśniono powyżej, powinny: być w stanie wskazać producenta oraz jakiegokolwiek innego operatora internetowego ⁽⁶⁴⁾ i się z nim skontaktować, współpracować z władzami w sprawie wszelkich środków naprawczych oraz w miarę możliwości inicjować działania naprawcze (na przykład zawiesić dostawy do czasu nawiązania kontaktu z producentem i wszelkimi innymi operatorami internetowymi).

Art. 8 ust. 4 lit. c) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów umożliwia organom państwa członkowskiego, o ile to konieczne, wprowadzanie środków skierowanych do jakiegokolwiek osoby (inne niż producent lub dystrybutor w rozumieniu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów) w celu ustanowienia współpracy przy działaniach podejmowanych, aby uniknąć zagrożeń związanych z produktem, zgodnie z zasadą proporcjonalności ⁽⁶⁵⁾.

3.3. **Inne ważne podmioty**

3.3.1. *Zgłaszający zgodnie z unijnym kodeksem celnym*

Zgłaszający jest osobą, która dokonuje zgłoszenia celnego ⁽⁶⁶⁾. Właściwe organy mogą zwrócić się do zgłaszającego o współpracę przy prowadzeniu działań w zakresie nadzoru rynku.

Art. 188 i 189 unijnego kodeksu celnego upoważniają organy celne do zbadania zgłoszenia celnego i dokumentów towarzyszących, sprawdzenia dokładności podanych w nich informacji, zażądania od zgłaszającego dostarczenia innych dokumentów, zbadania towarów i pobrania próbek. Działania te są przeprowadzane na odpowiedzialność zgłaszającego, który ponosi również koszty.

3.3.2. *Internetowi usługodawcy będący pośrednikami*

Podmioty gospodarcze mogą sprzedawać produkty bezpośrednio konsumentom lub innym użytkownikom końcowym za pośrednictwem sklepów internetowych, a także internetowych centrów handlowych dostępnych na platformach internetowych ⁽⁶⁷⁾.

Dyrektywa o handlu elektronicznym ⁽⁶⁸⁾ ustanawia ramy prawne dla handlu elektronicznego w UE. Określone w niej obowiązki stosuje się między innymi do internetowych sprzedawców produktów i usług lub internetowych reklamodawców,

⁽⁶¹⁾ Zob. przypis 57. Ponadto art. R31 decyzji 768/2008/WE stanowi, że podmiot gospodarczy jest zobowiązany dopilnować, by w odniesieniu do wszystkich odnośnych produktów, które ten podmiot udostępnił na rynku w całej Unii, zostały podjęte wszystkie właściwe działania naprawcze. Dany podmiot gospodarczy jest zobowiązany w miarę potrzeby współpracować z organami nadzoru rynku.

⁽⁶²⁾ Art. 5 ust. 2 i 3 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁶³⁾ Art. 5 ust. 2 ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁶⁴⁾ Zob. przypis 13.

⁽⁶⁵⁾ Art. 8 ust. 2 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁶⁶⁾ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 952/2013 z dnia 9 października 2013 r. ustanawiające unijny kodeks celny (Dz.U. L 269 z 10.10.2013, s. 1). Art. 5 pkt 15 unijnego kodeksu celnego definiuje zgłaszającego jako osobę składającą zgłoszenie celne we własnym imieniu albo osobę, w której imieniu takie zgłoszenie jest składane.

⁽⁶⁷⁾ Istnieją firmy, które świadczą zarówno usługi pośrednictwa przez internet, jak i usługi realizacji zamówień. Spoczywające na nich obowiązki należy postrzegać w zależności od charakteru, w jakim działają one w konkretnym przypadku.

⁽⁶⁸⁾ Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym) (Dz.U. L 178 z 17.7.2000, s. 1).

o ile świadczą oni usługi społeczeństwa informacyjnego⁽⁶⁹⁾, które wchodzą w zakres tej dyrektywy. Dyrektywę w sprawie handlu elektronicznego uzupełniają inne przepisy UE, w szczególności unijne przepisy dotyczące konsumentów i marketingu⁽⁷⁰⁾.

Dyrektywa o handlu elektronicznym przewiduje również zwolnienia z odpowiedzialności za treści pochodzące od stron trzecich, mające zastosowanie do tych dostawców usług społeczeństwa informacyjnego, którzy działają jako pośrednicy. W tym celu określa ona trzy różne kategorie usług, z których najważniejszą z punktu widzenia bezpieczeństwa i zgodności produktów jest hosting⁽⁷¹⁾. Hosting jest usługą polegającą na tym, że usługodawca działający jako pośrednik, taki jak internetowe centrum handlowe lub platforma internetowa⁽⁷²⁾, tylko biernie przechowuje na swoim serwerze – i udostępnia użytkownikom – informacje przekazane przez usługobiorców, np. sprzedawców internetowych.

Usługodawcy działający jako pośrednicy prowadzący działalność hostingową mogą pod pewnymi warunkami korzystać ze zwolnienia z odpowiedzialności⁽⁷³⁾ za informacje o charakterze bezprawnym zamieszczone przez strony trzecie korzystające z ich sieci lub bezprawną działalność zainicjowaną przez osoby trzecie, taką jak zamieszczanie informacji z naruszeniem praw autorskich lub znaku towarowego, czy też stosowanie nieuczciwych praktyk handlowych. Choć dyrektywa o handlu elektronicznym nie definiuje pojęcia bezprawnych informacji lub działań, na podstawie unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego i przepisów dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów pojęcie to może obejmować również oferowanie na sprzedaż produktów niebezpiecznych lub niespełniających określonych wymogów⁽⁷⁴⁾.

Jednakże zwolnienie z odpowiedzialności jest uzależnione od spełnienia konkretnych warunków. Stosuje się je tylko w przypadku, gdy usługodawcy działający jako pośrednicy nie mają rzeczywistej wiedzy czy świadomości na temat niezgodnych z prawem działań lub informacji objętych hostingiem, lub też – po uzyskaniu takiej wiedzy (np. w wyniku „wystarczająco precyzyjnego i właściwie uzasadnionego” powiadomienia⁽⁷⁵⁾) niezwłocznie je usuwają lub blokują do nich dostęp. Jeżeli dostawcy usług hostingowych nie spełnią tych warunków, nie są oni objęci zwolnieniem z odpowiedzialności, a zatem mogą ponosić odpowiedzialność za treści, które przechowują.

Zwolnienie z odpowiedzialności określone w dyrektywie o handlu elektronicznym nie zwalnia państw członkowskich z obowiązku ustanowienia procedur regulujących usuwanie lub uniemożliwianie dostępu do nielegalnych informacji⁽⁷⁶⁾.

Podobnie sąd lub organ administracyjny działający w systemie prawnym państw członkowskich może wymagać od dostawców usług informacyjnych, by ci wyeliminowali naruszenie lub mu zapobiegli poprzez usunięcie treści pochodzących od stron trzecich lub zapobiegli powtórzeniu się zarzucanego naruszenia prawa w przyszłości⁽⁷⁷⁾. W związku z tym organy publiczne mogą ustanowić szczegółowe wymogi w zakresie monitorowania, pod warunkiem że ich zakres jest wyraźnie ukierunkowany zgodnie z opisem zawartym w części B pkt 5.2 niniejszego zawiadomienia.

⁽⁶⁹⁾ Zob. art. 1 dyrektywy (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (Dz.U. L 241 z 17.9.2015, s. 1); definicja ta obejmuje wszelkie usługi świadczone z reguły za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy usług.

⁽⁷⁰⁾ Zob. art. 1 ust. 3 dyrektywy o handlu elektronicznym. Dyrektywy takie jak dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 4) oraz dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych) (Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22) mają zastosowanie do każdego podmiotu gospodarczego, który kwalifikuje się jako przedsiębiorca i prowadzi działalność handlową na rzecz konsumentów, w tym również w handlu elektronicznym. Zgodnie z wytycznymi Komisji dotyczącymi stosowania dyrektywy 2005/29/WE w odniesieniu do zewnętrznych podmiotów gospodarczych działających na platformie, sama platforma powinna wprowadzić odpowiednie środki, aby umożliwić przedsiębiorcom będącym stronami trzecimi przestrzeganie unijnego prawa dotyczącego konsumentów i marketingu w powiązaniu z przepisami UE dotyczącymi produktów lub wymagań w zakresie bezpieczeństwa produktów (w tym wymogu zamieszczenia na stronie internetowej informacji na temat oznakowania CE, wszelkich wymaganych ostrzeżeń, informacji i etykiet wymaganych zgodnie z obowiązującymi przepisami). Szczegółowe prawodawstwo sektorowe może również zawierać wymogi dotyczące etykietowania przy sprzedaży przez internet, jak to ma miejsce w przypadku produktów energetycznych sprzedawanych przez internet w rozporządzeniu delegowanym Komisji (UE) nr 518/2014. Wytyczne Komisji w sprawie stosowania dyrektywy 2005/29/WE z dnia 25 maja 2016 r., SWD(2016) 163 final są dostępne na stronie internetowej: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_pl.pdf, zob. w szczególności s. 75–76.

⁽⁷¹⁾ Inne działania opisane w dyrektywie o handlu elektronicznym to: 1) „zwykły przekaz”, taki jak transmisja informacji (dostarczonych przez usługobiorcę) lub zapewnienie dostępu do sieci łączności (np. dostawcy usług internetowych) oraz 2) „caching”, czyli usprawnienie transmisji informacji, np. powielanie bazy danych, która stanowi kopię treści początkowego serwera w celu zapewnienia globalnego zasięgu.

⁽⁷²⁾ Niektóre podmioty prowadzą różne rodzaje działalności. Mogą one świadczyć usługi hostingowe, ale również prowadzić handel we własnym imieniu lub świadczyć inne usługi związane z handlem elektronicznym. Właściwe organy muszą zawsze określić stosownie do sytuacji, w jaki sposób należy traktować dany podmiot gospodarczy lub stronę internetową.

⁽⁷³⁾ Art. 14 dyrektywy o handlu elektronicznym.

⁽⁷⁴⁾ W zakresie, w jakim taka oferta może zostać uznana za niezgodną z prawem.

⁽⁷⁵⁾ W sprawie C-324/09 L'Oréal przeciwko eBay Europejski Trybunał Sprawiedliwości orzekł, że istotną kwestią, jeśli chodzi o warunki korzystania ze zwolnienia z odpowiedzialności, jest to, czy eBay wiedział o faktach i okolicznościach, z których jasno wynikał nielegalny charakter działalności (pkt 120–123).

⁽⁷⁶⁾ Art. 14 ust. 3 i motyw 46 dyrektywy o handlu elektronicznym.

⁽⁷⁷⁾ Art. 14 ust. 3 i motyw 47 dyrektywy o handlu elektronicznym.

Jednak na mocy obecnej podstawy prawnej państwa członkowskie nie mogą nakładać na internetowych pośredników, takich jak podmioty świadczące usługi hostingowe, ogólnego obowiązku monitorowania treści ani ogólnego obowiązku aktywnego poszukiwania faktów i okoliczności wskazujących na bezprawną działalność.

Oznacza to na przykład, że organy krajowe nie mogą nałożyć na tego rodzaju pośredników ogólnego obowiązku aktywnego monitorowania całego ruchu internetowego na ich stronach oraz wyszukiwania elementów wskazujących na bezprawną działalność, np. oferowanie na sprzedaż produktów niebezpiecznych lub niezgodnych z wymogami⁽⁷⁸⁾. Ta kwestia została dodatkowo wyjaśniona przez Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej⁽⁷⁹⁾.

W kontekście działań w zakresie nadzoru rynku opartych na stosowaniu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, rozporządzenia (WE) nr 765/2008 i odpowiednich unijnych przepisów harmonizacyjnych w sytuacji, gdy usługodawcy działający jako pośrednicy internetowi sprzedają produkty niebezpieczne lub niezgodne z wymogami, zastosowanie mają przepisy dyrektywy o handlu elektronicznym. Bez względu na jakiekolwiek działania podjęte wobec usługodawcy działającego jako pośrednik w internecie organy nadzoru rynku powinny nadzorować rynek w oparciu o obowiązujące przepisy dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, rozporządzenia (WE) nr 765/2008 oraz odnośnych przepisów unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego i nadzorować również inne podmioty w łańcuchu dostaw (w przypadku dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów na przykład odpowiednio producentów lub dystrybutorów⁽⁸⁰⁾). Organ nadzoru rynku mogą stwierdzić, indywidualnie dla każdego przypadku i zgodnie z zasadą proporcjonalności, jakie działania będą najbardziej odpowiednie. Pozwoliłoby to wziąć pod uwagę poziom ryzyka, jeśli istnieje możliwość zidentyfikowania podmiotu gospodarczego, oraz pilność sprawy, jeśli wcześniej w odniesieniu do danego produktu zostały wprowadzone określone środki itp.⁽⁸¹⁾.

3.3.3. Operatorzy świadczący usługi pocztowe

Dyrektywa o usługach pocztowych nie obejmuje towarów objętych zakazami lub ograniczeniami. Państwa członkowskie mogą jednak nakładać warunki dotyczące świadczenia usług pocztowych w celu zagwarantowania, że spełnione zostaną wymagania podstawowe, takie jak bezpieczeństwo sieci w odniesieniu do transportu niebezpiecznych towarów⁽⁸²⁾. Ze względu na to, że operatorzy świadczący usługi pocztowe muszą gwarantować poufność korespondencji i przesyłek pocztowych, zasadniczo nie są oni odpowiedzialni za zawartość dostarczanych przesyłek. Jednak kontrole produktów mogą wpływać na działalność operatorów świadczących usługi pocztowe, ponieważ służby przeprowadzające kontrolę celną mogą otwierać i sprawdzać opakowania zawierające produkty zamówione z krajów trzecich⁽⁸³⁾.

CZĘŚĆ B. PRAKTYCZNE ASPEKTY NADZORU RYNKU PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH PRZEZ INTERNET

Ta część zawiera wskazówki i przykłady sprawdzonych rozwiązań w zakresie nadzoru rynku produktów oferowanych w sprzedaży internetowej konsumentom lub innym użytkownikom końcowym w UE. Są one przeznaczone dla organów państw członkowskich i zostały sporządzone głównie w oparciu o obecne praktyki⁽⁸⁴⁾.

1. Ogólne zasady dotyczące nadzoru rynku

Przy przeprowadzaniu działań związanych z nadzorem rynku organy państw członkowskich powinny wziąć pod uwagę niektóre ogólne zasady prowadzenia działalności w zakresie nadzoru rynku mające zastosowanie zarówno do tradycyjnych rynków, jak i do rynku internetowego.

⁽⁷⁸⁾ Art. 15 dyrektywy o handlu elektronicznym.

⁽⁷⁹⁾ Zob. na przykład sprawa C-70/10, SABAM przeciwko Scarlet i sprawa C-360/10, SABAM przeciwko Netlog, w których Trybunał stwierdził, że dyrektywa o handlu elektronicznym, dyrektywa 2001/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 maja 2001 r. w sprawie harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym (dyrektywa w sprawie praw autorskich) (Dz.U. L 167 z 22.6.2001, s. 10) oraz dyrektywa 2004/48/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie egzekwowania praw własności intelektualnej (dyrektywa o egzekwowaniu) (Dz.U. L 195 z 2.6.2004, s. 16), pozostające w związku i interpretowane w świetle wymogów wynikających z ochrony mających zastosowanie praw podstawowych, powinny być interpretowane jako wykluczające wydanie przez sądy krajowe nakazu przeciwko dostawcy usług hostingowych nakładającego na niego obowiązek zainstalowania systemu filtrowania informacji przechowywanych na jego serwerach przez użytkowników tych usług; mającego zastosowanie bez różnicy w stosunku do wszystkich tych użytkowników, w celach zapobiegawczych, na wyłączny koszt dostawcy usług internetowych i bez ograniczeń w czasie; zdolnego do zidentyfikowania plików elektronicznych zawierających utwory muzyczne, filmowe lub audiowizualne, co do których żądający zastosowania nakazu rości sobie prawa własności intelektualnej, w celu zablokowania naruszającego prawo autorskie udostępniania publiczności wspomnianych utworów.

⁽⁸⁰⁾ Zob. art. 8 ust. 4 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁸¹⁾ Art. 8 ust. 2 i art. 18 ust. 1 akapity drugi i trzeci dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów. Art. 18 ust. 4, art. 19 ust. 1, art. 20 ust. 2 i art. 21 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽⁸²⁾ Art. 9 oraz art. 2 pkt 19 dyrektywy o usługach pocztowych.

⁽⁸³⁾ Zob. unijny kodeks celny, art. 46, 188 i 189.

⁽⁸⁴⁾ Opis niektórych praktyk stosowanych przez organy krajowe można znaleźć w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” (Nadzór internetowego rynku niespożywczych produktów konsumpcyjnych – sprawdzone rozwiązania) i załączniku do niego: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

Zasada proporcjonalności⁽⁸⁵⁾ wymaga, aby organy te podejmowały działania proporcjonalne do tego, na ile niebezpieczny jest produkt⁽⁸⁶⁾ lub jak poważny charakter ma naruszenie przepisów⁽⁸⁷⁾. Jednocześnie należy wziąć pod uwagę zasadę ostrożności.

Ponadto organy nadzoru rynku powinny ukierunkować swoje działania na zasadzie pierwszeństwa na najważniejsze podmioty w łańcuchu dostaw i wymagać działań naprawczych zwłaszcza od podmiotów odpowiedzialnych za wprowadzenie produktu na rynek unijny (producent lub importer). Wniosek o podjęcie działań naprawczych powinien zostać złożony przed skontaktowaniem się z dystrybutorem lub w momencie kontaktu z dystrybutorem, który znajduje się na dalszym etapie w łańcuchu dostaw.

Ponadto organy poszczególnych państw członkowskich powinny współpracować ze sobą na rzecz skutecznego nadzoru rynku⁽⁸⁸⁾. Jest to szczególnie istotne z uwagi na międzynarodowy charakter handlu elektronicznego.

2. Strategia i planowanie działań w zakresie nadzoru rynku internetowego

W celu zapewnienia skutecznej organizacji działań w zakresie nadzoru rynku korzystne byłoby stworzenie przez państwa członkowskie strategii nadzoru rynku w odniesieniu do produktów oferowanych na sprzedaż w internecie, aby zapewnić równowagę między zadaniem monitorowania szerokiego zakresu produktów online a zasobami dostępnymi do przeprowadzania kontroli. W strategii powinny zostać określone priorytety w zakresie działań nadzorczych, i zgodnie z tym powinny zostać przydzielone zasoby. W strategii należy uwzględnić to, że organy państw członkowskich mogą prowadzić nadzór rynku w sposób proaktywny lub reaktywny.

Kiedy organy nadzoru rynku prowadzą kontrole w sposób proaktywny, badają one niektóre kategorie produktów lub niektóre podmioty gospodarcze z własnej inicjatywy i na podstawie kryteriów związanych z ryzykiem. Organ nadzoru rynku powinien przede wszystkim kontrolować te podmioty gospodarcze, które powodują największe szkody w obrębie jurysdykcji danego organu.

W sytuacji gdy władze państw członkowskich prowadzą kontrole w sposób reaktywny, działają one na podstawie otrzymanych informacji dotyczących oferowania w internecie produktów niebezpiecznych i niezgodnych z wymogami. Reaktywny nadzór rynku może być prowadzony na podstawie różnych źródeł informacji. Skutecznym sposobem prowadzenia takich działań jest sprawdzenie, czy przez internet sprzedawane są produkty niebezpieczne zgłoszone za pośrednictwem unijnego systemu szybkiej informacji o niebezpiecznych produktach nieżywnościowych (RAPEX)⁽⁸⁹⁾. Inne źródła informacji, które można wykorzystać do tego celu, to między innymi światowy portal dotyczący produktów wycofanych z rynku⁽⁹⁰⁾ Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), skargi konsumentów oraz informacje otrzymane od innych organów, podmiotów gospodarczych i mediów.

3. Organizacja nadzoru rynku internetowego

Kontrola produktów sprzedawanych w internecie wymaga pewnych konkretnych zmian – w porównaniu z tradycyjnymi metodami kontroli – jeśli chodzi o organizację kontroli przez władze państw członkowskich.

Z doświadczeń niektórych państw członkowskich wynika, że powołanie centralnej jednostki monitorującej i śledzącej niebezpieczne i niezgodne z wymogami produkty sprzedawane w internecie może przyczynić się do zapewnienia efektywnego wykorzystania zasobów, jakimi dysponują organy nadzoru rynku⁽⁹¹⁾.⁽⁹²⁾ Po zidentyfikowaniu przez jednostkę nadzoru online produktów niebezpiecznych i niespełniających wymagań oraz odpowiadającego za nie podmiotu gospodarczego inspektorzy mogą przeprowadzić odpowiednie działania.

Inspektorzy pracujący online powinni posiadać konkretną wiedzę na temat środowiska internetowego oraz dochodzeń, aby móc skutecznie wykrywać produkty niebezpieczne i niezgodne z wymogami. W związku z tym opracowanie przez państwa członkowskie konkretnych standardowych procedur operacyjnych i wytycznych w zakresie nadzoru rynku produktów sprzedawanych przez internet może:

- pomóc inspektorom nadzoru rynku w przechowywaniu i wyszukiwaniu odpowiednich informacji dotyczących konkretnego dochodzenia internetowego w jednym miejscu w ustrukturyzowany sposób,

⁽⁸⁵⁾ W oparciu o art. 18 ust. 4 rozporządzenia (WE) nr 765/2008 i art. 8 ust. 2 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁸⁶⁾ Art. 8 ust. 2 dyrektywy o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

⁽⁸⁷⁾ Art. 18 ust. 4, art. 19 ust. 1, art. 20 ust. 2 i art. 21 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽⁸⁸⁾ Art. 24 rozporządzenia (WE) nr 765/2008 zobowiązuje władze do udzielenia pomocy w odpowiedzi na złożony wniosek oraz do wymiany informacji i dokumentacji. Zob. również dokument 2015-IMP-MSG-02rev03 zatwierdzony przez grupę ekspertów ds. rynku wewnętrznego produktów – „Market Surveillance and Conformity Assessment Policy” (Nadzór rynku a polityka oceny zgodności z przepisami) <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/17108/attachments/1/translations/en/renditions/native>

⁽⁸⁹⁾ http://ec.europa.eu/consumers/safety/safety_products/rapex/index_en.htm

⁽⁹⁰⁾ <http://globalrecalls.oecd.org/>

⁽⁹¹⁾ Praktyki stosowane w państwach członkowskich: sprawa nr 5 i sprawa nr 6 przedstawione w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

⁽⁹²⁾ Takie jednostki mogłyby na przykład usprawnić nadzór rynku dzięki równoczesnemu kontrolowaniu wymogów zawartych w różnych aktach ustawodawczych (np. dotyczących bezpieczeństwa produktów, wymogów w zakresie etykietowania energetycznego).

— zwiększyć skuteczność ich działań ⁽⁹³⁾.

W celu uzupełnienia tych działań organy państw członkowskich wraz z Komisją Europejską powinny zaangażować się w szkolenia i wymianę informacji na temat najlepszych praktyk na potrzeby dochodzeń prowadzonych w internecie.

Dochodzenia online związane z egzekwowaniem przepisów w zakresie bezpieczeństwa produktów oraz przepisów dotyczących egzekwowania interesów gospodarczych konsumentów ⁽⁹⁴⁾ mają wiele wspólnych cech. Często dotyczą one tego samego rodzaju stron internetowych, a nawet tych samych podmiotów gospodarczych. W związku z tym skuteczne może okazać się prowadzenie dochodzeń online w obu tych obszarach przez te same jednostki scentralizowane. W szczególności może to być przydatne, jeżeli za te obszary polityki odpowiada ten sam organ danego państwa członkowskiego, jak to ma obecnie miejsce w większości państw członkowskich. Ze względu na podobieństwa tych dochodzeń internetowych wytyczne dotyczące polityki ochrony konsumentów mogą okazać się przydatne również w innych obszarach polityki.

4. Szczególne cechy i potrzeby dochodzeń internetowych

Po określeniu odpowiedniej strategii nadzoru rynku internetowego, ustaleniu harmonogramu i organizacji organy państw członkowskich będą przeprowadzać dochodzenia online w bardziej efektywny sposób. Przy prowadzeniu dochodzeń online należy wziąć pod uwagę ich szczególne cechy i związane z nimi potrzeby.

Jedną z głównych różnic między dochodzeniami w internecie a dochodzeniami prowadzonymi w tradycyjnych łańcuchach dostaw jest kwestia fizycznego dostępu do produktów. W dochodzeniach internetowych organy państw członkowskich muszą sprawdzać informacje dostępne na stronie internetowej, na której oferowany jest produkt i, jeśli istnieją wątpliwości co do jego zgodności z wymogami, muszą pobierać próbki produktów. W tradycyjnych łańcuchach dostaw prowadzący dochodzenie mogą stosunkowo łatwo uzyskać dostęp do próbek produktów z łańcucha dystrybucji. W przypadku produktów sprzedawanych przez internet jest inaczej. Jeżeli produkt jest dostępny w danym państwie członkowskim, pobieranie próbek może być proste. Jednak jeżeli produkt jest dostępny jedynie w innym państwie członkowskim, należy podjąć współpracę z organami z tego kraju w celu otrzymania próbki do badań lub uzgodnić, że badania zostaną przeprowadzone w kraju, w którym produkt jest dostępny. Właściwe organy muszą też zakupić próbki w internecie i w tym celu organy nadzoru rynku państw członkowskich mogą wykonywać badanie typu Tajemniczy Klient, ponieważ dokonywanie przez organy nadzoru rynku anonimowych zakupów na takich samych zasadach jak zwykli konsumenci może być korzystne dla dochodzenia ⁽⁹⁵⁾.

Kolejną ważną różnicą między dochodzeniami w internecie i w tradycyjnych łańcuchach dostaw są trudności ze znalezieniem odpowiedzialnych podmiotów gospodarczych w celu uzyskania od nich dodatkowych informacji i próbek produktów oraz prowadzenia dalszych działań w zakresie nadzoru rynku. Jeżeli informacje nie są łatwo dostępne, najtrudniejszą częścią dochodzenia może być stwierdzenie, które podmioty gospodarcze oferują produkty na sprzedaż w internecie. Dlatego organy nadzoru rynku powinny wykorzystywać dostępne narzędzia, aby zwracać się do odpowiednich źródeł informacji, jakimi są dostawcy usług internetowych, rejestry nazw domen ⁽⁹⁶⁾, dostawcy usług płatniczych, pośrednicy (np. platformy) oraz podmioty świadczące usługi realizacji zamówień, o ujawnienie danych potrzebnych do identyfikacji podmiotów gospodarczych.

Próbując uzyskać dane na temat konkretnego podmiotu gospodarczego, organy nadzoru rynku muszą uwzględniać przepisy w sprawie ochrony danych osobowych (zob. dyrektywa o ochronie danych ⁽⁹⁷⁾ i od 25 maja 2018 r. ogólne rozporządzenie o ochronie danych ⁽⁹⁸⁾) oraz dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej ⁽⁹⁹⁾). Organы krajowe muszą postępować zgodnie z obowiązującymi przepisami, dlatego zaleca się, by krajowe organy nadzoru nad ochroną danych osobowych dokonywały weryfikacji tych procesów ⁽¹⁰⁰⁾.

⁽⁹³⁾ Praktyki stosowane w państwach członkowskich: sprawa nr 3 i sprawa nr 4 przedstawione w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

⁽⁹⁴⁾ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/index_en.htm

⁽⁹⁵⁾ Praktyki stosowane w państwach członkowskich: sprawa nr 11 przedstawiona w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

⁽⁹⁶⁾ Wykaz rejestrów nazw domen można znaleźć na stronie <http://www.iana.org/domains/root/db>.

⁽⁹⁷⁾ Dyrektywa 95/46/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 24 października 1995 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w zakresie przetwarzania danych osobowych i swobodnego przepływu tych danych (dyrektywa o ochronie danych) (Dz.U. L 281 z 23.11.1995, s. 31).

⁽⁹⁸⁾ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. L 119 z 4.5.2016, s. 1).

⁽⁹⁹⁾ Dyrektywa 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotycząca przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej) (Dz.U. L 201 z 31.7.2002, s. 37).

⁽¹⁰⁰⁾ Należy zwrócić uwagę na to, że celem tego dokumentu nie jest ujęcie wszystkich odpowiednich wymogów związanych z ochroną danych na mocy prawa UE w sposób wyczerpujący.

Może się również zdarzyć, że w trakcie dochodzeń internetowych organy państw członkowskich będą musiały zgromadzić odpowiednie dowody świadczące o tym, że produkt jest niebezpieczny lub niezgodny z wymogami. Przy wyborze metod gromadzenia dowodów należy wziąć pod uwagę fakt, że informacje zamieszczane w internecie mogą być natychmiast modyfikowane i usuwane. Różne dostępne narzędzia techniczne mogą zagwarantować, że dowody związane z dochodzeniami online będą w odpowiedni sposób rejestrowane i przechowywane oraz że będą mogły zostać wykorzystane we wszelkich prowadzonych później postępowaniach.

5. Działania naprawcze związane z produktami sprzedawanymi w internecie

Organy państw członkowskich powinny podjąć działania naprawcze związane z niebezpiecznymi i niezgodnymi z wymogami produktami sprzedawanymi w internecie. Sytuacje, w których produkty są sprzedawane w różnych krajach, mogą wymagać współpracy z organami z innych państw członkowskich.

5.1. Działania naprawcze uzależnione od tego, gdzie ma swoją siedzibę podmiot gospodarczy

Uprawnienia krajowych organów nadzoru rynku do egzekwowania przepisów są ograniczone do ich jurysdykcji. Dlatego możliwości w zakresie działań naprawczych prowadzonych przez władze krajowe oraz ich skuteczność są różne w zależności od tego, w którym kraju ma swoją siedzibę podmiot gospodarczy. W tej części opisano działania, jakie państwa członkowskie mogą podjąć w zależności od tego, w którym kraju ma swoją siedzibę podmiot gospodarczy dostarczający produkty niebezpieczne i niezgodne z wymogami oraz sposoby współpracy organów z różnych krajów.

5.1.1. Jeżeli siedziba podmiotu gospodarczego znajduje się w jurysdykcji organu

Jeżeli podmiot gospodarczy ma swoją siedzibę w obrębie jurysdykcji danego organu, organ ten może podejmować działania na podstawie swoich kompetencji. Po zidentyfikowaniu podmiotu gospodarczego właściwy organ może zażądać od niego wszelkich dokumentów, które mogłyby potwierdzić zgodność produktu z wymogami (np. deklaracja zgodności UE, odpowiednia dokumentacja techniczna, sprawozdania z badań itp.), i w razie potrzeby podjęcia działań naprawczych⁽¹⁰¹⁾.

5.1.2. Jeżeli siedziba podmiotu gospodarczego znajduje się w UE, ale poza jurysdykcją organu

Jeśli w wyniku działań z zakresu nadzoru elektronicznego okaże się, że sprzedawca internetowy mający siedzibę w UE, ale poza jurysdykcją organu prowadzącego dochodzenie, oferuje na sprzedaż produkty niebezpieczne i niespełniające wymogów, władze krajowe powinny w pierwszej kolejności skontaktować się bezpośrednio z podmiotem gospodarczym, aby uzyskać informacje niezbędne do przeprowadzenia dochodzenia lub – w następstwie stwierdzenia niezgodności – zażądać podjęcia działań naprawczych⁽¹⁰²⁾.

Jeżeli podmiot gospodarczy nie podejmie współpracy, zaleca się, aby władze krajowe skorzystały z możliwości współpracy międzynarodowej w następujący sposób⁽¹⁰³⁾:

- jeżeli organ nadzoru rynku z kraju A w celu dokonania oceny zgodności z przepisami potrzebuje informacji od podmiotów gospodarczych z kraju B, a podmiot gospodarczy nie reaguje na wniosek o udostępnienie dokumentów, organ nadzoru rynku z kraju A może zwrócić się o pomoc do organu nadzoru rynku z kraju B⁽¹⁰⁴⁾,
- jeżeli podmiot gospodarczy nie podejmie dobrowolnie działań naprawczych, organ nadzoru rynku z kraju A⁽¹⁰⁵⁾
 - (i) wprowadza obowiązkowe środki dotyczące produktów udostępnianych w internecie w obrębie swojej jurysdykcji bez względu na to, że podmiot gospodarczy ma siedzibę w kraju B⁽¹⁰⁶⁾ oraz (ii) w stosownych przypadkach powiadamia o wprowadzonych środkach za pośrednictwem ogólnoeuropejskiego systemu informacyjnego i komunikacyjnego do celów nadzoru rynku (ICSMS)⁽¹⁰⁷⁾/systemu wczesnego ostrzegania o niebezpiecznych produktach nieżywnościowych (RAPEX). Od organów nadzoru rynku w innych państwach członkowskich oczekuje się podjęcia działań następczych, zgłoszenia ich w systemie RAPEX lub zastosowania procedury klauzuli ochronnej, a od organu nadzoru rynku z kraju B oczekuje się przede wszystkim, że skontaktuje się on z producentem/importerem do UE i zwróci się o podjęcie działań naprawczych w odniesieniu do wszystkich odnośnych produktów⁽¹⁰⁸⁾.

⁽¹⁰¹⁾ Art. 19 ust. 1 i art. 21 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹⁰²⁾ Art. 19 ust. 2 rozporządzenia (WE) nr 765/2008 stanowi, że organy nadzoru rynku współpracują z podmiotami gospodarczymi przy realizacji działań mających na celu ograniczenie zagrożeń powodowanych przez produkty, jakie udostępniają te podmioty. Prawodawstwo sektorowe zgodne z wzorcowymi art. R2 ust. 8, art. R4 ust. 7 i art. R5 ust. 4 decyzji nr 768/2008/WE zawiera ogólny obowiązek, spoczywający na odpowiednich podmiotach gospodarczych, podjęcia działań naprawczych w celu doprowadzenia do zgodności produktów z wymogami, jeżeli uważają one lub mają powody, by uważać, że produkt nie jest zgodny z mającymi zastosowanie wymogami unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego. Ponadto zgodnie z prawodawstwem sektorowym dostosowanym do wzorcowego art. R31 decyzji nr 768/2008/WE podmiot gospodarczy jest zobowiązany dopilnować, by w odniesieniu do wszystkich odnośnych produktów, które ten podmiot udostępnił na rynku w całej Unii, zostały podjęte wszystkie właściwe działania naprawcze.

⁽¹⁰³⁾ <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/17108/attachments/1/translations/en/renditions/native>

⁽¹⁰⁴⁾ Podstawa prawna dla tego rodzaju wzajemnej pomocy została określona w art. 24 ust. 2 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹⁰⁵⁾ Art. 19 ust. 3 rozporządzenia (WE) nr 765/2008, prawodawstwo sektorowe zgodne z wzorcowym art. R31 ust. 4 decyzji nr 768/2008/WE.

⁽¹⁰⁶⁾ Pozostaje to bez uszczerbku dla możliwości wprowadzenia równoległe środków w stosunku do dystrybutorów mających siedzibę w kraju A, by zwrócić się do firm fizycznie obecnych na terytorium tego kraju.

⁽¹⁰⁷⁾ <https://webgate.ec.europa.eu/icsms/>.

⁽¹⁰⁸⁾ Na podstawie art. 12 dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów oraz art. 22 rozporządzenia (WE) nr 765/2008 i na podstawie unijnej procedury ochronnej w przepisach sektorowych lub przepisach dostosowanych do wzorcowego art. R31 ust. 6 i 8 decyzji 768/2008/WE.

Komisja ułatwia tę współpracę poprzez udostępnienie wykazu właściwych organów danego państwa członkowskiego w przypadku, gdy potrzebna jest współpraca transgraniczna ⁽¹⁰⁹⁾.

5.1.3. Jeżeli siedziba podmiotu gospodarczego znajduje się poza UE

Jeżeli podmiot gospodarczy ma siedzibę poza UE, władze państwa członkowskiego mają pewne możliwości wyegzekwowania od niego określonych działań. Te podmioty gospodarcze powinny zostać poinformowane, że produkty oferowane na sprzedaż w internecie konsumentom z UE muszą być zgodne z wymogami UE. Powinny one również zostać poinformowane o swoich obowiązkach i zostać wezwane do skorygowania wszelkich rodzajów niezgodności z przepisami. Jeżeli jest to konieczne, państwa członkowskie mogą blokować strony internetowe oferujące produkty niebezpieczne lub niezgodne z przepisami. Do wprowadzenia konkretnych środków służących temu celowi uprawniają państwa członkowskie w szczególności przepisy zawarte w art. 8 ust. 1 lit. d) i e) dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów. Podobnie zgodnie z art. 16 ust. 2 rozporządzenia (WE) nr 765/2008 organy nadzoru rynku są upoważnione do wprowadzenia środków niezbędnych do wycofania produktów z rynku, wprowadzenia w odniesieniu do nich zakazu lub ograniczenia.

Współpraca z organami z innych jurysdykcji może zapewnić niezbędne narzędzia do rozwiązywania tego rodzaju spraw. W związku z tym zachęca się państwa członkowskie do kontynuowania współpracy z właściwymi organami w państwach trzecich. Zachęca się je również do informowania Komisji o tego rodzaju współpracy. Jest to szczególnie ważne w przypadku kwestii, które mogą wymagać skoordynowanego działania na poziomie UE, aby ułatwić współpracę w dochodzeniach związanych z bezpieczeństwem i zgodnością produktów oferowanych na sprzedaż w internecie konsumentom lub innym użytkownikom końcowym w UE. W zgłoszeniach o produktach niebezpiecznych przekazywanych za pośrednictwem systemu wczesnego ostrzegania RAPEX państwa członkowskie powinny wskazać, czy produkt jest sprzedawany w internecie z państwa trzeciego, oraz w którym sklepie internetowym lub na której platformie internetowej.

Istnieją już ramy współpracy międzynarodowej w zakresie bezpieczeństwa konkretnych produktów w formie systemu RAPEX-Chiny ustanowionego przez służby Komisji Europejskiej oraz chiński Główny Urząd Kontroli Jakości, Inspekcji i Kwarantanny (AQSIQ) ⁽¹¹⁰⁾.

Jeżeli produkty oferowane na sprzedaż w internecie trafiają do Unii Europejskiej z krajów trzecich, należy zorganizować współpracę między organami nadzoru rynku a służbami celnymi w celu kontroli i zatrzymywania produktów na granicy ⁽¹¹¹⁾ ⁽¹¹²⁾. Ma to pierwszorzędne znaczenie, jeżeli przesyłka dociera bezpośrednio spoza UE do klienta w UE, a w UE nie istnieje żaden odpowiedzialny podmiot gospodarczy.

5.2. Działania naprawcze charakterystyczne dla produktów sprzedawanych w internecie

W przypadku produktów oferowanych na sprzedaż w internecie prawo krajowe może w niektórych przypadkach upoważniać organy nadzoru rynku do zwrócenia się o podjęcie przez usługodawców będących pośrednikami w internecie (na przykład dostawców usług hostingowych, jak np. platformy internetowe) konkretnych działań naprawczych w celu usunięcia informacji dotyczących niezgodnych z wymogami i niebezpiecznych produktów oferowanych za pośrednictwem ich strony internetowej lub zablokowania dostępu do tych informacji. Dotyczy to również sytuacji, w której sprzedawca ma swoją siedzibę poza UE. Jest to tzw. mechanizm zgłaszania i usuwania nielegalnych treści ⁽¹¹³⁾.

Chociaż w dyrektywie o handlu elektronicznym procedura ta nie została ustanowiona jako taka, dyrektywa może być postrzegana jako jej podstawa, jeśli chodzi o warunki korzystania ze zwolnienia z odpowiedzialności określone w art. 14 ust. 1 tej dyrektywy w odniesieniu do wiedzy i świadomości oraz dalszego usuwania informacji lub blokowania dostępu do nich. Organy nadzoru rynku powinny uzyskać uprawnienia i zasoby potrzebne do bezpośredniego

⁽¹⁰⁹⁾ <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/12802/attachments/1/translations/en/renditions/native>,
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/12803/attachments/1/translations/en/renditions/native>,
http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/index_en.htm

⁽¹¹⁰⁾ System RAPEX-Chiny umożliwia regularne i szybkie przesyłanie danych na temat niebezpiecznych produktów konsumpcyjnych innych niż żywność między UE i chińską administracją odpowiedzialną za bezpieczeństwo produktów. Komisja przekazuje chińskim władzom informacje na temat niebezpiecznych produktów konsumpcyjnych pochodzących z Chin, które zostały zgłoszone przez państwa członkowskie za pomocą systemu szybkiej informacji o niebezpiecznych produktach nieżywnościowych (RAPEX). Władze chińskie badają te zgłoszenia i, o ile to możliwe, wprowadzają w odniesieniu do tych produktów środki, które mogą zapobiec eksportowi tych produktów do UE lub bardziej go ograniczyć.

⁽¹¹¹⁾ Art. 27 rozporządzenia (WE) nr 765/2008.

⁽¹¹²⁾ Dalsze informacje na temat współpracy z organami celnymi można znaleźć w zawiadomieniu Komisji C(2016) 1958 final, „Niebieski przewodnik – wdrażanie unijnych przepisów dotyczących produktów 2016” i w wytycznych w sprawie kontroli przywozu w zakresie bezpieczeństwa i zgodności produktów, dostępnych na stronie internetowej: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/common/publications/info_docs/customs/product_safety/guidelines_en.pdf

⁽¹¹³⁾ Zob. komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „Platformy internetowe i jednolity rynek cyfrowy. Szanse i wyzwania dla Europy” z dnia 25.5.2016 r., COM(2016) 288, dostępny na stronie: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52016DC0288>.

stosowania procedur w ramach mechanizmu zgłaszania i usuwania nielegalnych treści lub do nawiązania współpracy z organami krajowymi odpowiedzialnymi za wdrażanie dyrektywy o handlu elektronicznym⁽¹¹⁴⁾.

W zakresie, w jakim pośrednik zamierza korzystać ze zwolnienia od odpowiedzialności określonego w art. 14 ust. 1 dyrektywy o handlu elektronicznym, pośrednik internetowy jest zobowiązany niezwłocznie po otrzymaniu powiadomienia podjąć działania w celu usunięcia lub zablokowania nielegalnych informacji, na przykład dotyczących produktu niebezpiecznego lub niezgodnego z przepisami⁽¹¹⁵⁾. W tym celu organy, które wysyłają powiadomienie, będą musiały przedstawić informacje dostateczne do tego, by pośrednik był w stanie rzeczywiście zidentyfikować bezprawne informacje, o które chodzi.

Ponadto choć art. 15 ust. 1 dyrektywy o handlu elektronicznym zakazuje wprowadzania ogólnego obowiązku monitorowania lub aktywnego uczestniczenia w ustalaniu okoliczności faktycznych, artykuł ten stanowi, że państwa członkowskie mogą ustanowić obowiązek, zgodnie z którym pośrednicy mają niezwłocznie powiadamiać właściwe organy o domniemyanych bezprawnych działaniach podjętych przez usługobiorców lub przekazywanych przez nich bezprawnych informacjach. Pośrednicy mogą być również zobowiązani do przekazywania właściwym organom, na ich żądanie, informacji umożliwiających ustalenie tożsamości ich usługobiorców, z którymi zawarli umowy o przechowywaniu danych.

Aby pomóc pośrednikom skutecznie reagować i usuwać ze swoich stron internetowych informacje o produktach niebezpiecznych lub niespełniających wymogów, zaleca się, aby władze państw członkowskich utrzymywały z głównymi pośrednikami, którzy świadczą usługi hostingu w odniesieniu do produktów sprzedawanych przez internet, ścisłe kontakty, umożliwiające szybkie reagowanie.

Oprócz mechanizmu zgłaszania i usuwania nielegalnych treści ustanowionego w prawie krajowym niektóre unijne organy nadzoru rynku mogą również blokować i usuwać niektóre strony internetowe na podstawie odpowiednich krajowych ram prawnych.

Jeśli natomiast chodzi o charakterystyczne cechy zarządzania bezpieczeństwem produktów w handlu elektronicznym, należy zauważyć, że zakupy przez internet mają tę zaletę, że łatwiej jest ustalić tożsamość konsumentów i innych użytkowników końcowych, ponieważ ci muszą podać swoje dane przy zakupach przez internet. Oznacza to, że jeżeli potrzebne będą działania naprawcze, takie jak wycofanie produktu od konsumentów, łatwiej będzie skontaktować się z kupującymi⁽¹¹⁶⁾.

CZĘŚĆ C. ROZPOWSZECHNIANIE WŚRÓD KONSUMENTÓW I PRZEDSIĘBIORCÓW INFORMACJI NA TEMAT BEZPIECZEŃSTWA I ZGODNOŚCI Z WYMOGAMI PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH W INTERNECIE

W tej części zaprezentowano najlepsze praktyki w zakresie podnoszenia świadomości konsumentów i przedsiębiorstw na temat wyzwań związanych z niebezpiecznymi i niezgodnymi z wymogami produktami sprzedawanymi w internecie. Jest ona przeznaczona dla organów państw członkowskich.

1. Rozpowszechnianie informacji wśród konsumentów

Jednym ze sposobów zapobiegania sytuacjom, w których konsumenci są narażeni na zagrożenia dla zdrowia, bezpieczeństwa oraz inne rodzaje niebezpieczeństw związane z produktami kupowanymi przez internet, jest uwrażliwianie ich na problemy związane z zakupami przez internet oraz wzmocnienie ich pozycji, tak aby mogli podejmować świadome decyzje.

Zaleca się, aby właściwe organy zapewniały konsumentom wyższy poziom ochrony poprzez uzupełnienie swojej działalności z zakresu nadzoru i egzekwowania prawa działaniami informacyjnymi skierowanymi do konsumentów.

Władze mogłyby opracować zestaw narzędzi komunikacyjnych i informacyjnych przeznaczony do komunikowania się z konsumentami w oparciu o założenie, że ogólnie rzecz biorąc, konsumenci zakładają, że produkty oferowane w sprzedaży przez internet są bezpieczne i zgodne z odpowiednimi przepisami. Konsumenci nie od razu zdają sobie sprawę z zagrożeń związanych z dokonywaniem zakupów przez internet⁽¹¹⁷⁾.

W tym rozdziale poruszono dwa aspekty istotne z punktu widzenia rozpowszechniania informacji wśród konsumentów: jakie informacje są użyteczne dla konsumentów i w jaki sposób organy państw członkowskich mogłyby dostarczać konsumentom informacje. Propozycje te można wykorzystać w ewentualnych kampaniach informacyjnych skierowanych do konsumentów.

⁽¹¹⁴⁾ Dalsze szczegóły na temat tych obowiązków zamieszczono w dokumencie roboczym służb Komisji zatytułowanym „Usługi online, w tym handel elektroniczny, na jednolitym rynku”, s. 30, http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/docs/communication2012/SEC2011_1641_en.pdf

⁽¹¹⁵⁾ „Powiadomienia o działalności lub informacjach, którym zarzuca się bezprawność, mogą okazać się niewystarczająco precyzyjne i poparte dowodami, [ale stanowią] co do zasady element, który sąd krajowy winien uwzględnić przy ocenie, czy w świetle przekazanych w ten sposób operatorowi informacji faktycznie wiedział on o stanie faktycznym lub okolicznościach, na podstawie których przedsiębiorca wykazujący należyta staranność powinien stwierdzić bezprawność.” – wyrok w sprawie C-324/09 L'Oréal SA i in. przeciwko eBay International AG i in., pkt 122.

⁽¹¹⁶⁾ Należy wziąć pod uwagę wymogi dotyczące ochrony danych.

⁽¹¹⁷⁾ Zob. np.: *The consumer perspective regarding product safety for online purchases* (Jak bezpiecznie kupować produkty przez internet – punkt widzenia konsumenta), NVWA 2016, w OECD (2016), „Online Product Safety: Trends and Challenges” (Jak bezpiecznie kupować produkty przez internet – tendencje i problemy), OECD Digital Economy Papers, nr 261, OECD Publishing, Paryż. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/5jlnb5q93jlt-en>.

1.1. **Co powinni wiedzieć konsumenci?**

Z punktu widzenia bezpieczeństwa produktów i zgodności z przepisami organy państw członkowskich mogą podjąć działania mające na celu zapewnienie, by konsumenci byli informowani o co najmniej następujących podstawowych elementach dotyczących sprzedaży produktów konsumpcyjnych przez internet:

- produkty konsumpcyjne (zarówno te oferowane na sprzedaż w internecie, jak i te sprzedawane w tradycyjnych sklepach) podlegają licznym wymogom prawnym w celu zagwarantowania, by produkty te nie powodowały zagrożeń dla zdrowia, bezpieczeństwa ani innych rodzajów zagrożeń z punktu widzenia konsumenta,
- konsumentów dokonujących zakupów w internecie należy zachęcać do tego, aby sprawdzali, czy na stronie podane są wszystkie wymagane informacje o produkcie, na przykład ostrzeżenia i informacje umożliwiające ustalenie tożsamości (takie jak adres i dane kontaktowe producenta, a także, w stosownych przypadkach, importera) ⁽¹¹⁸⁾,
- organy nadzoru rynku w państwach członkowskich UE są odpowiedzialne, w ramach swych kompetencji w zakresie monitorowania rynku, za zadbanie o to, by produkty wystawiane na sprzedaż były bezpieczne i zgodne z mającymi zastosowanie wymogami,
- w celu zminimalizowania ryzyka związanego z zakupem produktów niebezpiecznych przez internet, konsumenci mogą:
 - sprawdzić, czy produkt, który zamierzają zakupić, był objęty środkami ograniczającymi, takimi jak wycofanie od konsumentów ⁽¹¹⁹⁾, na przykład na stronie internetowej RAPEX, w portalu Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) dotyczącym produktów wycofanych ⁽¹²⁰⁾ lub w jakichkolwiek innych wykazach krajowych dotyczących produktów wycofanych,
 - sprawdzić, czy informacje uzyskane od internetowego sprzedawcy są zgodne z informacjami przedstawionymi na stronie internetowej producenta ⁽¹²¹⁾,
 - skontaktować się ze sprzedawcą lub właścicielem strony internetowej, aby dowiedzieć się, czy produkt jest zgodny z odpowiednimi wymogami unijnymi,
- konsumenci powinni uzyskać informacje na temat ewentualnych narzędzi, które można wykorzystywać do składania skarg i zgłaszania do odpowiednich organów problemów dotyczących bezpieczeństwa lub innych kwestii dotyczących niezgodności z przepisami produktów zakupionych przez internet. Powinni oni również zostać poinformowani o ich prawach jako konsumentów, jeżeli produkt zostanie wycofany z rynku.

W odniesieniu do kategorii produktów, w przypadku których istnieje większe prawdopodobieństwo wystąpienia poważnych zagrożeń, wypadków i urazów, można by dostarczać dalsze szczegółowe informacje dotyczące poszczególnych sektorów ⁽¹²²⁾.

1.2. **W jaki sposób państwa członkowskie powinny informować konsumentów o tym, jakie aspekty bezpieczeństwa produktu należy wziąć pod uwagę przy zakupach przez internet?**

W tej części opisano konkretne narzędzia służące do informowania konsumentów oraz najlepsze praktyki, które są już stosowane przez niektóre państwa członkowskie w celu zapewnienia konsumentom informacji dotyczących bezpieczeństwa produktów w internecie.

1.2.1. *Strony internetowe organów nadzoru*

Na stronach internetowych organów nadzoru można by zamieszczać zwięzłe i aktualne informacje na temat przepisów w dziedzinie bezpieczeństwa produktów, praw konsumentów oraz praw i obowiązków podmiotów gospodarczych. Strony te mogłyby zapewnić wyraźnie określoną przestrzeń, w której konsumenci mogliby wprowadzać skargi dotyczące bezpieczeństwa produktów sprzedawanych przez internet lub ich niezgodności z przepisami.

⁽¹¹⁸⁾ W tym kontekście zob. również wytyczne Komisji dotyczące wykonania/stosowania dyrektywy 2005/29/WE z dnia 25 maja 2016 r. w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych, SWD(2016) 163 final, dostępne na stronie: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_pl.pdf, w szczególności tekst na stronie 75 na temat ostrzeżeń dotyczących bezpieczeństwa konkretnego produktu. Zob. również np. art. 11 ust. 2 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/48/WE z dnia 18 czerwca 2009 r. w sprawie bezpieczeństwa zabawek (Dz.U. L 170 z 30.6.2009, s. 1).

⁽¹¹⁹⁾ http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/main/index.cfm?event=main.search

⁽¹²⁰⁾ <http://globalrecalls.oecd.org/>

⁽¹²¹⁾ Sprzedawcy internetowi i producenci to nie zawsze te same podmioty. Sprzedawcy internetowi mogą kupować towary od producenta, a następnie sprzedawać je na specjalnej stronie internetowej (lub przez pośrednika/dostawcę usług hostingowych). Jednak możliwa jest również sytuacja, w której producent wytwarza produkty i sam je sprzedaje w swoim własnym sklepie internetowym.

⁽¹²²⁾ Zob. np.: <http://www.electricalsafetyfirst.org.uk/mediafile/100129855/Buying-Electrical-Goods-Online-A5-Leaflet-2014.pdf>

1.2.2. Informacje w mediach i kampanie informacyjne

Organy nadzoru mogłyby korzystać z mediów i internetu do rozpowszechniania informacji najważniejszych dla konsumentów. Środki masowego przekazu wykorzystywane, by trafić do szerokiej grupy odbiorców, mogą obejmować popularne programy telewizyjne, specjalistyczne strony internetowe, prasę drukowaną, w tym czasopisma dla konsumentów.

Bardzo często, kiedy kwestie związane z bezpieczeństwem produktów trafiają na pierwsze strony gazet, dziennikarze kontaktują się z organami nadzoru, prosząc o komentarze i wywiady. Mogłoby to stanowić okazję do podkreślenia najważniejszych kwestii, na jakie powinni zwracać uwagę konsumenci przy zakupach przez internet⁽¹²³⁾.

Zachęca się organy nadzoru rynku do organizowania kampanii informacyjnych, w tym w mediach społecznościowych, poświęconych bezpieczeństwu produktów sprzedawanych przez internet i ich zgodności z wymogami. Do kampanii można by włączyć informacje na temat kwestii bezpieczeństwa, na które należy zwracać uwagę, robiąc zakupy w internecie.

1.2.3. Systemy rozpatrywania skarg konsumentów

Systemy zgłaszania skarg konsumentów są istotne z punktu widzenia organów nadzoru rynku. Zwracają one bowiem uwagę na produkty niebezpieczne i niezgodne z wymogami, a także na obawy i potrzeby konsumentów⁽¹²⁴⁾. Skargi są dobrym źródłem informacji ułatwiającym planowanie działań nadzorczych i informacyjnych. Organy krajowe mogłyby dostarczać konsumentom przejrzyste informacje również na temat tego, a) kiedy należy wnieść skargę, b) jak złożyć skargę i c) który organ jest odpowiedzialny za rozpatrzenie skargi.

Państwa członkowskie mogłyby zapewnić, by systemy rozpatrywania skarg konsumentów w odniesieniu do niebezpiecznych i niespełniających wymogów produktów sprzedawanych przez internet były dostępne w internecie, biorąc pod uwagę zalecenie Komisji w sprawie stosowania zharmonizowanej metodologii klasyfikacji i zgłaszania skarg i zapytań konsumentów z UE⁽¹²⁵⁾.

2. Rozpowszechnianie informacji wśród przedsiębiorstw

Choć to podmioty gospodarcze mają obowiązek przestrzegania przepisów unijnych, rozpowszechnianie wśród firm informacji o tym, jakie wymagania muszą spełnić, pomaga w zapewnieniu konsumentom bezpiecznych i zgodnych z przepisami produktów. Dostępność informacji na temat mających zastosowanie przepisów z reguły przyczynia się do zwiększenia bezpieczeństwa produktów dostępnych na rynku, ponieważ wpływa ona na to, że podmioty gospodarcze częściej dobrowolnie przestrzegają przepisów. Przestrzeganie przepisów przynosi podmiotom gospodarczym wiele korzyści; przyczynia się do efektywnego wykorzystania zasobów, co zmniejsza koszty środków naprawczych i pozwala chronić dobre imię.

Rozpowszechnianie informacji wśród przedsiębiorców zwykle rozpoczyna się od zapewnienia im łatwego dostępu do podstawowych informacji na temat obowiązujących wymogów i tego, w jaki sposób dostosować się do wymogów. Aby działania informacyjne były jak najskuteczniejsze, można rozpowszechniać informacje dotyczące poszczególnych sektorów lub produktów. W tym kontekście można dostosować tradycyjne kampanie informacyjne czy warsztaty poświęcone bezpieczeństwu produktów i ich zgodności z wymogami do potrzeb komunikowania przez internet⁽¹²⁶⁾.

Innym sposobem dotarcia do przedsiębiorstw jest opracowanie przeznaczonych dla nich szczegółowych wytycznych. Takie wytyczne mogłyby zawierać wszelkie przydatne informacje na temat tego, w jaki sposób sprzedawać bezpieczne i zgodne z wymogami produkty przez internet w określonej dziedzinie, jakie wymogi należy spełnić i jakie obowiązki spoczywają na podmiotach prowadzących działalność w internecie. W wytycznych mogłyby również znaleźć się informacje na temat kar i sankcji, jakie grożą operatorom internetowym za naruszenie obowiązujących przepisów⁽¹²⁷⁾.

⁽¹²³⁾ Praktyki dotyczące wykorzystywania mediów do rozpowszechniania informacji wśród konsumentów stosowane w państwach członkowskich, opisane w sprawie nr 12 przedstawionej w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

⁽¹²⁴⁾ Praktyki stosowane w państwach członkowskich: sprawa nr 9 przedstawiona w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

⁽¹²⁵⁾ C(2010)3021 http://ec.europa.eu/consumers/archive/strategy/docs/consumer-complaint-recommendation_pl.pdf

⁽¹²⁶⁾ Praktyki stosowane w państwach członkowskich: sprawa nr 16 przedstawiona w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

⁽¹²⁷⁾ Praktyki: sprawa nr 17 przedstawiona w dokumencie „Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online” – <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> i <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

Ponieważ produkt konsumpcyjny dostępny na rynku unijnym może również pochodzić spoza UE, ważne jest dotarcie do przedsiębiorstw prowadzących działalność z zagranicy, np. do sklepów internetowych zlokalizowanych poza UE. Jedną z metod mogłoby być udostępnienie informacji opracowanych z myślą o przedsiębiorstwach z UE przedsiębiorstwom zlokalizowanym poza UE. Można by je rozpowszechniać np. podczas targów handlowych oraz za pośrednictwem izb handlowych, ośrodków promocji handlu oraz władz lokalnych, które mogą przekazywać informacje podmiotom gospodarczym z państw trzecich.

W rozpowszechnianiu ważnych informacji i przekazywaniu ich firmom oferujących swoje produkty unijnym konsumentom na swoich platformach może być przydatna współpraca z platformami internetowymi.

W idealnym przypadku, w celu zagwarantowania, że informacje dotrą do właściwych przedsiębiorstw, w najważniejszych krajach partnerskich i we współpracy z władzami lokalnymi można by przeprowadzić warsztaty koordynowane lub organizowane na poziomie UE. Przydatne mogłyby być również specjalistyczne szkolenia dla importerów.
