



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Warszawa, 28 stycznia 2025 r.

DOZIK-5.053.1.2025.MW

Pan

(epuap)

Szanowny Panie,

w odpowiedzi na petycję dotyczącą zaproponowania rozwiązań prawnych zakazujących stosowania przez przedsiębiorców mechanizmu automatycznego przedłużenia umów zawieranych w internecie, przedstawiam następujące stanowisko w sprawie.

Obowiązujące w Polsce zasady, jakie mają zastosowanie do świadczenia konsumentom usług w modelu subskrypcyjnym, czyli zakładającym automatyczne przedłużanie umów i cykliczne opłaty, są ukształtowane w ramach wyznaczonych przez harmonizację dokonaną w prawie Unii Europejskiej. Relewantne w tym zakresie są przede wszystkim przepisy dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów, dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz dyrektywy Rady 93/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich. Przepisy te nie zakazują świadczenia usług w modelu subskrypcyjnym ale zakładają, że konsument powinien być jasno i w sposób zrozumiały poinformowany o tym, że zawiera umowę, która zakłada cykliczne odnawianie i powiązane z tym opłaty, oraz powinien móc taką umowę rozwiązać.

Dyrektywa 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów określa wymogi dla przedsiębiorców oferujących m.in. usługi świadczone w modelu subskrypcyjnym, zobowiązując ich do zapewnienia przejrzystego i zrozumiałego przekazywania informacji umownych zarówno przed, jak i przez cały okres obowiązywania umowy. W art. 5 i art. 6, które implementuje art. 8 i art. 12 ustawy o prawach konsumenta, wprowadza się wymóg jasnego i zrozumiałego poinformowania konsumenta - jeszcze przed zawarciem umowy - że umowa ta będzie podlegała automatycznemu przedłużeniu.

Dyrektywa 2005/29 uznaje za niedopuszczalne zatajanie i podawanie w sposób niejasny, niezrozumiały, dwuznaczny lub z opóźnieniem przekazywanie informacji, jeżeli prowadzi to do podjęcia przez konsumentów decyzji dotyczących transakcji, których inaczej by nie podjęli. Komisja Europejska w wyjaśnieniach dotyczących dyrektywy 2005/29 wskazała, że w kontekście subskrypcji szczególne znaczenie ma zakres art. 9 lit. d) tego aktu prawnego, który zakazuje przedsiębiorcom nakładania nieproporcjonalnych barier pozaumownych, które są szkodliwe dla konsumentów chcących korzystać z przysługujących im na podstawie umowy praw, w tym prawa do wypowiedzenia umowy lub zmiany produktu lub

przedsiębiorcy. Przepisy te są wdrożone w art. 8 ust. 3 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Warunki umów odnoszące się do przedłużenia okresu umowy nie mogą też naruszać zakazu stosowania niedozwolonych postanowień wzorców umowy określonego w art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 385¹ par. 1 Kodeksu cywilnego. Zgodnie z tymi przepisami przedsiębiorcy nie mogą stosować warunków umów, które kształtują prawa i obowiązki konsumentów w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. W przypadku naruszenia tego zakazu postanowienie wzorca umowy nie wiąże konsumenta.

Ponadto, motyw 63 preambuły oraz art. 6 ust. 6 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 nakazuje przedsiębiorcom świadczącym podstawowe usługi platformowe umożliwienie konsumentowi łatwej zmiany między usługami i subskrypcjami oferowanymi przez usługodawców, a tym samym zapewnienie, iż zrezygnowanie z usługi zakupionej online nie będzie bardziej skomplikowane niż założenie konta lub subskrybowania takiej samej usługi.

Analiza obowiązujących przepisów wskazuje, że istnieje szereg rozwiązań, które chronią konsumentów przed stosowaniem nieuczciwego subskrypcyjnego modelu przedłużania umów naruszającego interesy konsumentów. Przepisy te nie zakładają zakazania takiego modelu świadczenia usługi ale wymagają prawidłowego poinformowania konsumenta i umożliwienia mu rezygnacji z usług. O ile z modelem subskrypcyjnym zawierania umów mogą wiązać się ryzyka, to jednak pełne, bezwarunkowe zakazanie tego rodzaju metody przedłużania umów oddziaływałoby również na przedsiębiorców, którzy świadczą te usługi zgodnie z żądaniem usługobiorców.

Ponadto, należy wskazać, że kwestia pułapek subskrypcyjnych i wzmocnienia ochrony konsumentów wobec trudności jakie potencjalnie mogą się pojawiać w związku z zawieraniem umów w modelu subskrypcyjnym jest obecnie przedmiotem analiz i dyskusji na forum UE. Tego problemu dotyczyło m. in. opublikowane w październiku 2024 r. badanie Komisji Europejskiej wspierające ocenę adekwatności unijnego prawa konsumenckiego w zakresie uczciwości cyfrowej oraz sprawozdanie ze stosowania dyrektywy modernizacyjnej UE 2019/2161. W świetle opublikowanych dokumentów można oczekiwać, że KE wystąpi z projektem przepisów, które znowelizują obowiązujące dyrektywy poprzez wzmocnienie praw konsumentów, wynikających z tych aktów. W momencie wystąpienia z takim projektem Polska będzie uczestniczyć w pracach nad jego przyjęciem i wykorzysta dotychczasowe doświadczenia, w tym również informacje przekazane w Pańskiej petycji, aby wypracować rozwiązania, które pozwolą jak najlepiej chronić konsumentów.

Z poważaniem,

*Tomasz Chróstny
Prezes*

*Urzędu Ochrony Konkurencji i
Konsumentów*

/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/