

# Akt o usługach cyfrowych

## Fakty i mity

cz.2.



**Rozprawiamy się z kolejną grupą mitów, które narastają wokół Aktu o Usługach Cyfrowych (AUC), podsumowując jednocześnie podstawowe obowiązki nałożone na wszystkich internetowych pośredników – zarówno wielkich globalnych graczy, jak i lokalnych przedsiębiorców udostępniających platformy internetowe, którzy umożliwiają na swoich stronach internetowych jedynie umieszczanie komentarzy przez klientów.**

Jak wskazaliśmy w części pierwszej naszego cyklu, usługi pośrednie obejmują szeroki zakres działalności gospodarczej. AUC wskazuje trzy kategorie usług: (1) usługi zwykłego przekazu, (2) cachingu oraz (3) hostingu.

**Przykłady:**

1. Usługi pośrednie polegające na „zwykłym przekazie” obejmują: punkty wymiany ruchu internetowego, telefonię internetową i inne usługi łączności interpersonalnej.
2. Usługi „cachingu” oznaczają transmisję w sieci telekomunikacyjnej informacji przekazanych przez odbiorcę usługi, automatyczne, pośrednie i krótkotrwałe przechowywanie informacji w celu usprawnienia późniejszej transmisji informacji na żądanie innych odbiorców.
3. Usługi „hostingu” obejmują: przetwarzanie w chmurze, web hosting, odpłatne usługi odsyłania czy usługi umożliwiające wymianę informacji i treści online, w tym przechowywanie i udostępnianie plików.

Usługi pośrednie, czyli usługi świadczone przez ISP (intermediate service providers) mogą być więc świadczone oddzielnie, jako część innego rodzaju usługi pośredniej, lub równocześnie z innymi usługami pośrednimi. To, czy dana usługa jest usługą zwykłego przekazu, cachingu czy hostingu, zależy wyłącznie od jej funkcji technicznych, które mogą ewoluować w czasie, i powinno to być oceniane indywidualnie (pkt. 29 preambuły Rozporządzenia).

Już dziś zachęcamy do śledzenia naszego newslettera. W następnych odstępach faktów i mitów na temat usług cyfrowych odniesiemy się do poszczególnych kategorii obowiązków nałożonych na konkretne kategorie podmiotów.

## Mit 1.

### **Skoro siedziba mojej spółki mieści się w Polsce, to nie muszę tworzyć elektronicznie dostępnych punktów kontaktowych dla organów.**

Akt o usługach cyfrowych nałożył na wszystkich pośredników obowiązek stworzenia elektronicznie dostępnych punktów do kontaktu z organami. Punkty te to adresy, które umożliwią właściwym organom, krajowemu koordynatorowi ds. usług cyfrowych, Komisji Europejskiej oraz Radzie Usług Cyfrowych nawiązywanie kontaktu z przedsiębiorcami. Wymóg ten odnosi się zarówno do podmiotów mających siedzibę w Unii Europejskiej, jak i podmiotów, które wyznaczają na terytorium UE swojego przedstawiciela prawnego.

Co istotne, dane o punkcie kontaktowym muszą zawierać informację o językach komunikacji. Oprócz języka szeroko rozumianego przez jak największą liczbę obywateli Unii, muszą one obejmować co najmniej jeden z języków urzędowych państwa członkowskiego, w którym pośrednik ma swoją siedzibę, lub w którym siedzibę bądź miejsce zamieszkania ma przedstawiciel prawny.

Przepisy wymagają także, aby punkty kontaktowe dla organów oraz użytkowników nie opierały się wyłącznie na metodach automatycznej komunikacji i botach wyposażonych w sztuczną inteligencję, ale by kontakt z operatorem możliwy był pod wskazanym przez przedsiębiorcę numerem telefonu i adresem poczty elektronicznej.

## Mit 2.

### **Na platformie internetowej mojego sklepu jest wirtualny doradca klienta. Nie muszę więc ustanawiać punktu kontaktowego dla odbiorców usługi.**

Wraz z rozwojem usług cyfrowych coraz popularniejsze stają się różnego rodzaju automatyczne metody asystowania klientom w dokonywaniu zakupów. Większość problemów jest powtarzalna i wirtualny doradca doskonale sobie może poradzić, szczególnie jeżeli algorytmy obsługujące klientów wzbogacone są o elementy sztucznej inteligencji.

Po wejściu w życie przepisów Aktu o usługach cyfrowych umożliwienie klientom korzystania z metod automatycznej komunikacji już nie wystarcza. Obowiązkiem jest udostępnić punkt kontaktowy, poprzez który możliwa będzie komunikacja z człowiekiem. Wprawdzie już wcześniej przepisy nakładały obowiązek podania danych kontaktowych i ustanowienia punktów kontaktowych, jednak w świetle dotychczasowych przepisów wystarczającym było ustanowienie wirtualnego doradcy klienta. Obecnie konieczne jest, aby pod wskazanym przez przedsiębiorcę numerem telefonu i adresem poczty elektronicznej możliwy był kontakt z operatorem

### Mit 3.

**Prowadzę sklep internetowy z fanpage'em moich produktów w Stanach Zjednoczonych. Klienci zamieszczają recenzje produktów, które często są moderowane i usuwane. Ze względów językowych obsługuję klientów jedynie z wybranych państw Unii Europejskiej. W związku z tym, że Europa stanowi jedynie część mojej działalności, nie planuję tworzenia infrastruktury obsługi klientów np. spółki córki w Europie, a tym samym nie mam obowiązku powoływania przedstawiciela prawnego w UE.**

W przypadku podmiotów nieposiadających siedziby w Unii Europejskiej a świadczących usługi w Unii lub ukierunkowujących swoją działalność na pozyskiwanie klientów z co najmniej jednego państwa UE, nałożony został obowiązek wyznaczenia przedstawiciela prawnego na terytorium Unii Europejskiej.

Wyznaczenie przedstawiciela prawnego na terytorium UE nie jest równoznaczne z posiadaniem siedziby w UE. Akt o usługach cyfrowych wymaga bowiem, aby pośrednicy nieposiadający siedziby w UE a prowadzący tutaj swoją aktywność i posiadający istotne powiązanie z rynkiem UE upoważnili swoich prawnych przedstawicieli do tego, aby organy właściwe, Komisja Europejska oraz Rada Usług Cyfrowych mogły zwracać się do nich – zamiast do takiego dostawcy. Przedstawiciel prawny musi posiadać niezbędne uprawnienia oraz wystarczające zasoby, aby zagwarantować skuteczną i terminową współpracę z krajowymi i unijnymi przedstawicielami.

### Mit 4.

**Mam siedzibę w Zjednoczonych Emiratach Arabskich i nie zamierzam otwierać filii w Unii Europejskiej, mimo że moja platforma zakupowa obsługuje zamówienia z angielsko-, niemiecko- i francuskojęzycznych krajów UE. Nie będę też wyznaczać przedstawiciela prawnego w UE. Dzięki temu macki unijnych organów tak łatwo mnie nie osiągną.**

Nie ma potrzeby otwierania filii w krajach unijnych tylko dlatego, że obsługuje się poprzez swoją platformę zakupową unijnych konsumentów. Tak jak wskazaliśmy powyżej, istnieje obowiązek wyznaczenia prawnego przedstawiciela na terytorium UE. Wymóg ten odnosi się do wszystkich podmiotów nieposiadających siedziby w Unii Europejskiej, a świadczących usługi w Unii lub ukierunkowujących swoją działalność na pozyskiwanie klientów z co najmniej jednego państwa UE.

W przypadku niewyznaczenia przedstawiciela organy prawne – zarówno unijne, jak i krajowe – mogą dochodzić roszczeń wobec podmiotu świadczącego usługi we wszystkich państwach unijnych. W interesie dostawców usług spoza Unii jest więc wyznaczenie prawnego przedstawiciela w wybranym przez siebie kraju.

## Mit 5.

**Sposób dokonywania zakupów w moim sklepie internetowym jest bardzo prosty i klienci nigdy się składali żadnych skarg. Udostępniam również regulamin sklepu internetowego, w którym zawarte są zasady moderacji komentarzy użytkowników. Nie muszę więc przygotowywać i udostępniać żadnych dodatkowych dokumentów, w tym warunków korzystania z usług.**

Bez względu na to, jak proste i intuicyjne są procedury zawierania umów za pośrednictwem platformy, przepisy nakazują przedsiębiorcy udostępnienie klientom zrozumiałych warunków korzystania z usług, zawierających informację na temat stosowanych polityk, procedur, środków i narzędzi wykorzystywanych na potrzeby moderowania treści, w tym na temat algorytmicznego podejmowania decyzji i przeglądu dokonywanego przez człowieka, a także na temat regulaminu wewnętrznego systemu rozpatrywania skarg.

W każdym przypadku należy dokonać rewizji dokumentacji i sprawdzić, czy procedury są prawidłowo opisane, w szczególności jeżeli stosowane są metody automatycznego usuwania lub blokowania treści zamieszczanych przez użytkowników.

## Mit 6.

**Sposób dokonywania zakupów w moim sklepie internetowym jest bardzo prosty i klienci nigdy się składali żadnych skarg. Udostępniam również regulamin sklepu internetowego, w którym zawarte są zasady moderacji komentarzy użytkowników. Nie muszę więc przygotowywać i udostępniać żadnych dodatkowych dokumentów, w tym warunków korzystania z usług. Na stronie internetowej mojej platformy zakupowej jest adres kontaktowy, dlatego klienci, którzy będą zainteresowani uzyskaniem regulaminu świadczenia usług lub zasad moderowania treści, mogą się w tej sprawie do mnie zwrócić.**

Tak jak wskazaliśmy powyżej, przepisy Aktu o usługach cyfrowych nakazują udostępnienie warunków korzystania z usług. Nie wystarczy, aby takie dokumenty jak: polityki, procedury, opis środków i narzędzi moderowania treści czy regulamin rozpatrywania skarg były udostępniane na żądanie klienta.

Przepisy wymagają, aby co do formy żądane informacje były przekazane w sposób prosty i zrozumiały, podany do publicznej wiadomości w formacie nadającym się do automatycznego odczytu. W przypadku usług kierowanych do małoletnich lub z których korzystają małoletni – sposób wyjaśnienia musi być zrozumiały dla tej kategorii odbiorców. VLOPs i VLOSE dostarczają ponadto streszczenie warunków nadających się do maszynowego odczytu we wszystkich językach urzędowych państw w których świadczą usługi.

## Mit 7.

**Raz w roku składam sprawozdanie finansowe do sądu rejestrowego. Nie muszę więc składać żadnych dodatkowych sprawozdań.**

Akt o usługach cyfrowych wprowadza nowe obowiązki sprawozdawcze. Co najmniej raz w roku intermediate service providers (ISP) – z wyjątkiem mikro i małych przedsiębiorców – mają obowiązek podać do publicznej wiadomości sprawozdania dotyczące moderowania treści. W przypadku pośredników sprawozdania muszą zawierać m.in.: liczbę nakazów usunięcia treści i medianę czasu reakcji oraz szczegółowe informacje na temat usuniętych i zablokowanych treści wraz z ich kwalifikacją. Przepisy zawierają także szczegółowe wytyczne sprawozdawcze dla poszczególnych kategorii pośredników np.: dostawców hostingu, platform umożliwiających zawieranie umów z konsumentami, bardzo dużych platform internetowych czy bardzo dużych wyszukiwarek internetowych.

## Mit 8.

**Prowadzę platformę internetową i udostępniam jedynie przestrzeń wirtualną. Nie modyfikuję treści i nie prowadzę monitoringu, więc nie mam obowiązków w zakresie blokowania.**

To prawda, że przepisy AUC nie nakładają ogólnego obowiązku monitorowania informacji, które pośrednicy przekazują lub przechowują, ani aktywnego ustalania faktów lub okoliczności wskazujących na nielegalną działalność. Przepisy „zachęcają” jednak pośredników internetowych, a w przypadku dużych podmiotów wprowadzają obowiązki do prowadzenia z własnej inicjatywy dobrowolnych czynności sprawdzających lub podejmowania innych środków w celu wykrycia, identyfikacji lub usunięcia nielegalnych treści, lub uniemożliwienia do nich dostępu. Co ważne, wdrożenie takich procedur nie generuje domniemania świadomości „bycia w posiadaniu” nielegalnych treści. ISP ma obowiązek podjęcia działań w stosunku do nielegalnych treści bez zbędnej zwłoki po otrzymaniu nakazu wydanego przez krajowe organy sądowe lub administracyjne.

## Podsumowanie podstawowych obowiązków

nałożonych na pośredników internetowych – bez względu na kategorię:

- ustanowienie elektronicznie dostępnych punktów kontaktowych dla organów kontrolnych;
- ustanowienie elektronicznie dostępnych punktów kontaktowych dla odbiorców usługi;
- powołanie przedstawicieli prawnych dla pośredników niemających siedziby w UE, ale świadczących usługi na rzecz odbiorców w UE i mających istotne powiązanie z rynkiem UE;

- udostępnienie zrozumiałych warunków korzystania z usług;
- nowe obowiązki sprawozdawcze;
- obowiązek podejmowania działań po uzyskaniu oficjalnych nakazów od krajowych organów sądowych i administracyjnych.

## Jak prawidłowo przygotować się do nowych regulacji?

Pomimo że w Polsce prace nad kształtem regulacji wdrożeniowych jeszcze trwają, już teraz warto przeanalizować, na ile nowe regulacje unijne będą miały zastosowanie do prowadzonej przez Państwa działalności gospodarczej.

Konieczne może być:

- sprawdzenie, czy Akt o usługach cyfrowych odnosi się do zakresu Państwa działalności;
- przeanalizowanie, na ile unijne przepisy zakwalifikują Państwa działalność jako powiązaną z rynkiem UE;
- określenie, w którym państwie UE wyznaczenie przedstawiciela prawnego będzie najbardziej „korzystne”;
- ustalenie transparentnych zasad zliczania dla celów sprawozdawczych liczby miesięcznych użytkowników Państwa usług;
- prawidłowe zakwalifikowanie danego podmiotu z punktu widzenia zakresu nałożonych obowiązków.

## Możemy pomóc

Chętnie spotkamy się, by porozmawiać o Państwa potrzebach w zakresie dostosowania działalności Państwa firmy do nowych wymogów.

**Zapraszamy do kontaktu ▶▶**

Zapowiedź:

Wkrótce nakładem wydawnictwa C.H. Beck. ukaże się komentarz do Aktu o Usługach Cyfrowych i krajowych regulacji wdrożeniowych pod współredakcją autorki tego alertu – mec. dr hab. Justyny Kurek-Sobieraj, prof. AszWoj.

Skontaktuj się z nami



**dr hab. Justyna Kurek-Sobieraj**  
Adwokat / Senior Associate  
justyna.kurek@laszczuk.pl



**Agnieszka Zwierzyńska**  
Adwokat / Senior Managing Associate  
agnieszka.zwierzynska@laszczuk.pl

Zapisz się na newsletter >>

