



# Akt o usługach cyfrowych

## Fakty i mity

**cz. 3.**

Rozprawiamy się z kolejną grupą mitów, które narastają wokół Aktu o usługach cyfrowych (AUC), podsumowując jednocześnie podstawowe obowiązki nałożone na kolejną kategorię pośredników – platformy internetowe. Przypominamy również, że obowiązki te dotyczą jedynie tych stron internetowych, które przechowują i „zarządzają” treścią publikowaną przez użytkowników. Jeżeli strona nie umożliwia użytkownikom zamieszczania ogłoszeń bądź innych treści (np. komentarzy lub recenzji produktów), nie będzie objęta poniższymi obowiązkami.

## Czym jest platforma internetowa?

DSA definiuje platformę internetową jako usługę hostingu, która na żądanie odbiorcy usługi przechowuje i rozpowszechnia publicznie informacje, chyba że takie działanie jest nieznaczną lub wyłącznie poboczną cechą innej usługi lub nieznaczną funkcją głównej usługi i ze względów obiektywnych i technicznych nie można z niej skorzystać bez takiej innej usługi, a włączenie takiej cechy lub funkcji w taką inną usługę nie jest sposobem na obejście stosowania niniejszego rozporządzenia (art. 3 pkt. i DSA).

Platforma internetowa jest to więc serwis umożliwiający wzajemne interakcje pomiędzy użytkownikami Internetu, które służyć mogą np. wymianie bądź sprzedaży usług, treści czy produktów. W słowniku języka polskiego PWN wskazuje się m.in. na platformy audio-wideo (np. Spotify czy Netflix), platformy oparte na ekonomii współdzielenia usług (np. BlaBlaCar), platformy dla graczy (np. Steam), platformy o charakterze społecznym (np. Wikipedia).

Zanim przejdziemy do omówienia kolejnej porcji mitów dotyczących obowiązków nałożonych na pośredników będących platformami internetowymi...

## Dwa ważne wyłączenia

1. Aby uniknąć nakładania zbyt szerokiego zakresu obowiązków na podmioty, w przypadku których pośredniczenie w przekazywaniu cudzych treści stanowi jedynie poboczną czynność, **decyzją unijnego prawodawcy obowiązki zdefiniowane dla platform nie zostały nałożone na dostawców hostingu, w przypadku których publiczne**

**rozpowszechnianie jest zaledwie nieznaczną i wyłącznie poboczną cechą świadczonej usługi.** Na przykład taką cechą może stanowić sekcja gazety internetowej przeznaczona na komentarze, w przypadku której jest oczywiste, że ma ona charakter poboczny w stosunku do głównej usługi, jaką jest publikowanie wiadomości, za które odpowiedzialność redakcyjną ponosi wydawca.

2. Drugim ważnym wyjątkiem jest **wyłączenie obowiązków w przypadku mikro i małych przedsiębiorstw oraz podmiotów kwalifikujących się do tej kategorii w ciągu 12 miesięcy od utraty statusu, chyba że podmioty te uzyskałyby status bardzo dużych platform internetowych (VLOP).** Na zasadzie odstępstwa obowiązki stosują się bowiem do VLOPów, nawet jeżeli mają status mikro lub małego przedsiębiorstwa.

## Mit 1.

**Zgodnie z przyjętymi zasadami moderacji na naszej platformie internetowej publikowane są jedynie takie komentarze, które w sposób obiektywny nie naruszają prawa. Każda skarga, która wpłynie do administratora, powoduje, że komentarz jest automatycznie usuwany bez weryfikacji, czy zgłoszenie było prawidłowe czy nie. Z uwagi na tak rygorystyczne zasady moderacji nie musimy wdrażać nowych standardów kontroli i wewnętrznego systemu rozpoznawania skarg.**

Akt o usługach cyfrowych nałożył na wszystkie podmioty prowadzące platformy internetowe, na których możliwe jest publikowanie treści pochodzących od użytkowników, obowiązek wprowadzenia wewnętrznego systemu rozpatrywania skarg. Zablokowanie lub ograniczenie widoczności postu może bowiem być przejawem zbyt pochopnego działania i stanowić nadmierną ingerencję ze strony administratora. Dlatego przepisy wymagają, aby zagwarantować użytkownikom prawo do odwołania się od decyzji w ciągu sześciu miesięcy od momentu, w którym zorientowali się, że ich komentarz został zablokowany bądź ograniczona została jego dostępność lub widoczność. System musi być bezpłatny i dostępny online. Ma umożliwić odbiorcom usług lub osobom zgłaszającym nielegalne treści odwołanie się od decyzji dotyczących: usunięcia, uniemożliwienia dostępu lub ograniczenia widoczności informacji; zawieszenia lub zakończenia (w pełni lub częściowo) świadczenia usługi na rzecz odbiorcy; zawieszenia lub zamknięcia konta odbiorcy; a także zawieszenia, zakończenia lub innego ograniczenia monetyzacji informacji przekazanych przez odbiorców. Wewnętrzny system rozstrzygania sporów to pierwszy krok procedury odwoławczej uregulowanej w Akcie o usługach cyfrowych. Co ważne, system wewnętrznego rozstrzygania sporów ma umożliwić dostawcy platformy weryfikację pierwotnej decyzji, dlatego też procedura ta nie może opierać się na jakichkolwiek automatycznych metodach decyzyjnych.

## Mit 2.

**Każdy, kto kwestionuje usunięcie przez naszą redakcję swojego wpisu, może złożyć pozew do sądu powszechnego. W regulaminie serwisu społecznościowego wprowadziliśmy taki zapis. Jako przedsiębiorca nie mamy przekonania do postępowania przed sądami polubownymi.**



Użytkownicy Internetu zawsze mogą skorzystać z drogi postępowania sądowego, aby odwołać się od decyzji o zablokowaniu ich treści lub konta. Akt o usługach cyfrowych wprowadził ponadto obowiązek umożliwienia użytkownikom odwołania się na drogę postępowania polubownego, prowadzonego przez niezależne certyfikowane organy pozasądowego rozstrzygania sporów. Odbiorca usługi może więc wybrać drogę odwoławczą – przed sądem powszechnym lub polubownym organem sądowym. Przepisy DSA wymagają, aby odbiorca usługi miał możliwość odwołania się od decyzji dostawcy platformy, zapadłej w ramach wewnętrznej procedury odwoławczej, do dowolnego organu rozstrzygania sporów działającego online. Lista takich organów publikowana będzie przez krajowego koordynatora ds. usług cyfrowych, który jednocześnie będzie pełnił rolę krajowego organu certyfikującego. Zgodnie z projektowanymi obecnie przepisami w Polsce będzie to najprawdopodobniej Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

### Mit 3.

**Moderator naszej platformy internetowej rozpatruje wszelkie skargi i uwagi po kolei, nikogo nie faworyzując. Nie planujemy więc wprowadzać dodatkowej procedury współpracy z zaufanymi podmiotami sygnalizującymi.**

Akt o usługach cyfrowych nałożył obowiązek wdrożenia przez providerów platform internetowych procedur priorytetowej współpracy z zaufanymi podmiotami sygnalizującymi. Dostawcy muszą więc wprowadzić środki techniczne i organizacyjne zapewniające priorytetowe traktowanie zgłoszeń, które będą pochodziły od zaufanych podmiotów sygnalizujących. Status takiego podmiotu przyznawany będzie przez krajowego koordynatora ds. usług cyfrowych. Zgodnie z projektowanymi obecnie przepisami w Polsce będzie to najprawdopodobniej Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

### Mit 4.

**W naszej ocenie liczba aktywnych użytkowników naszego serwisu stanowi tajemnicę przedsiębiorcy. Nie będziemy więc nikogo informować o tym, ilu mamy aktywnych użytkowników.**

Akt o usługach cyfrowych wprowadził dodatkowo obowiązek systematycznego ustalania przez platformy internetowe liczby aktywnych użytkowników usług. Co najmniej raz na sześć miesięcy każdy dostawca platformy internetowej ma obowiązek publikowania w publicznie dostępnej sekcji swojego interfejsu internetowego informacji na temat średniej liczby aktywnych miesięcznie odbiorców usługi w Unii, obliczonej jako średnia liczba w okresie poprzednich sześciu miesięcy. To jedno z większych wyzwań, przed którymi stają przedsiębiorcy z uwagi na to, że część użytkowników korzysta z usługi jednocześnie za pośrednictwem różnych urzędów. Metodyka określania ustalana jest w aktach delegowanych KE. Ustalenie liczby aktywnych użytkowników ma o tyle istotne znaczenie, że w przypadku przekroczenia progu 45 mln użytkowników dany podmiot zgłaszany jest, za pośrednictwem koordynatora ds. usług cyfrowych, Komisji Europejskiej i zostaje zakwalifikowany jako VLOP, czyli bardzo duża platforma internetowa. W takim przypadku nałożone zostają na niego szczególne obowiązki.

## Mit 5.

**Nasza platforma internetowa funkcjonuje w wielu krajach na świecie, a interfejs jest elementem identyfikacji marki i został zatwierdzony w globalnej polityce korporacyjnej nowego koncernu. Nie będziemy więc ingerować w interfejs i tworzyć go dla spółek w UE zgodnie z zasadami „user friendly”.**

Obowiązek udostępnienia przyjaznego interfejsu stanowi jedno z kluczowych założeń budowania przyjaznego użytkownikom środowiska internetowego. Dostawca platformy internetowej ma obowiązek tak projektować i organizować platformę, aby nie wprowadzała w błąd użytkowników i nie manipulowała ich decyzjami. Akt o usługach cyfrowych zawiera ponadto dyspozycję do ewentualnego wydania przez Komisję Europejską wytycznych do konkretnych praktyk, w szczególności: większego eksponowania niektórych wyborów (np. zgód marketingowych), gdy odbiorca usługi jest proszony o podjęcie decyzji; wielokrotnego żądania od odbiorcy dokonania wyboru, gdy wyboru takiego już dokonał, w szczególności przez pokazywanie wyskakujących okienek, które zakłócają środowisko użytkownika oraz sprawiania, że procedura zrezygnowania z usługi jest trudniejsza niż procedura jej subskrypcji.

## Mit 6.

**Korzystam z usług domu mediowego, który negocjuje przestrzeń reklamową dla mojej platformy. Nie wiem, jakie reklamy wyświetlamy. Nie widzę więc potrzeby prowadzenia jakiegokolwiek identyfikowalności reklam.**

Akt o usługach cyfrowych zobowiązuje dostawców platform do zapewniania mechanizmów identyfikacji przekazu reklamowego obejmującego możliwość identyfikacji każdej indywidualnie prezentowanej reklamy. Mechanizm ten musi umożliwić przede wszystkim odróżnienie przekazu reklamowego od przekazu redakcyjnego. Możliwe musi być stwierdzenie, w imieniu jakiego podmiotu prezentowana jest reklama. W przypadku gdy inny podmiot opłacił przekaz reklamowy, a innego podmiotu dotyczy reklama – także oba te podmioty muszą być identyfikowalne. Ponadto, użytkownik platformy musi mieć zagwarantowaną możliwość znalezienia istotnych informacji, pozyskanych bezpośrednio i łatwo z reklamy, na temat głównych parametrów wykorzystanych do określenia odbiorcy, któremu reklama jest prezentowana, a w stosownych przypadkach – sposobu zmiany tych parametrów. Aby wypełnić te nowe obowiązki, dostawcy platformy internetowej muszą zapewnić odbiorcom funkcję umożliwiającą składanie oświadczenia, czy przekazywane przez nich treści są informacjami handlowymi lub zawierają informacje handlowe. Użytkownicy muszą mieć możliwość w łatwy sposób odróżnić treść reklamową, zawierającą przykładowo product placement od treści redakcyjnej.

## Mit 7.

**Jako platforma internetowa nie mam możliwości identyfikowania użytkowników i muszę opierać się na ich oświadczeniach. Przypuszczam, że część użytkowników wchodzących**

**do serwisu podaje nieprawdę, deklarując, że ukończyli osiemnaście lat. W związku z tym nie jestem w stanie stwierdzić, czy użytkownikami są osoby dorosłe czy małoletnie. Bazuję jednak na oświadczeniach i nie planuję stosowania żadnego dodatkowego systemu ochrony osób małoletnich.**

W przypadku platform internetowych dostępnych dla małoletnich dostawcy platformy mają obowiązek wprowadzenia środków zapewniających wysoki poziom prywatności, bezpieczeństwa i ochrony małoletnich. Interfejsy platformy nie mogą prezentować reklam opartych na profilowaniu w rozumieniu w art. 4 pkt 4 RODO z wykorzystaniem danych osobowych odbiorcy usługi, jeżeli wiedzą z wystarczającą pewnością, że odbiorcą usługi jest osoba małoletnia. Co istotne, Akt o usługach cyfrowych nie zobowiązuje dostawcy platformy do przetwarzania dodatkowych danych osobowych tylko celem sprawdzenia, czy odbiorca usługi jest małoletni.

## Mit 8.

**Moja platforma internetowa stosuje oparte na AI systemy pozycjonowania i profilowania informacji przekazywanych użytkownikom. Zasady te chronione są tajemnicą przedsiębiorcy. Nie będziemy więc udostępniać żadnych systemów rekomendacji.**

System rekomendacji produktów (recommendation systems) stanowi narzędzie wykorzystujące algorytmy do przewidywania i sugerowania użytkownikom produktów, usług, informacji lub treści, które mogą ich zainteresować. Akt o usługach cyfrowych wprowadził obowiązek stosowania przejrzystych systemów rekomendacji. W przypadku wykorzystywania takich mechanizmów dostawcy platform mają obowiązek określenia w swoich warunkach korzystania z usług głównych parametrów stosowanych w ich systemach rekomendacji, a także pouczenia użytkowników w zakresie zmiany opcji. W głównych parametrach wyjaśnia się m.in., dlaczego niektóre informacje są sugerowane odbiorcy usługi, w tym kryteria, które są najistotniejsze przy określaniu informacji, a także powody ewentualnego względnego znaczenia tych parametrów. Jeżeli dana platforma stosuje kilka opcji dla systemów rekomendacji, dostawcy platform internetowych mają obowiązek udostępnienia użytkownikom funkcji umożliwiającej wybór i zmianę preferowanej opcji w dowolnym momencie. Funkcja ta musi być bezpośrednio i łatwo dostępna w określonej sekcji interfejsu platformy internetowej, w której informacje są szeregowane.

## Podsumowanie podstawowych obowiązków

Platformy internetowe – z wyjątkiem mikro i małych przedsiębiorców i platform tylko ubocznie świadczących usługi pośrednie) – poza stosowaniem obowiązków omówionych przez nas w [newsletterze nr 2](#), czyli dotyczących wszystkich pośredników internetowych, powinny:

- **wdrożyć szczególne, priorytetowe procedury współpracy z zaufanymi podmiotami sygnalizującymi**
- **wprowadzić wewnętrzny system rozpoznawania skarg**
- **zorganizować procedurę odwoławczą z wykorzystaniem ODR**

- **prowadzić systematyczne ustalanie liczby aktywnych użytkowników**
- **projektować interfejs platformy w sposób „przyjazny dla użytkownika”**
- **prowadzić monitoring i sprawozdawczość w zakresie identyfikowalności reklam**
- **wdrożyć system ochrony małoletnich w Internecie**
- **stosować przejrzysty system rekomendacji**

## 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. ukaze 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 >>

