

ELWIRA MACIERZYŃSKA-FRANASZCZYK*

POZYCJA PRAWNA I OBOWIĄZKI INFORMACYJNE
INTERNETOWYCH PLATFORM
POŚREDNICZĄCYCH WOBEC NABYWCÓW
USŁUG HOTELARSKICH¹

I. WSTĘP

Liczba umów o świadczenie usług hotelarskich zawieranych za pośrednictwem platform internetowych rośnie lawinowo i zdają się nie stać temu na przeszkodzie ryzyka rynkowe i kontraktowe identyfikowane przez klientów platform — dostawców i nabywców usług hotelarskich². Pośrednictwo internetowych platform hotelarskich umożliwia dostawcom usług dotarcie do szerokiego terytorialnie i liczebnie kręgu nabywców, z którego korzystają pomimo zastrzeżeń formułowanych wobec daleko idącej ingerencji platform w kształtowanie relacji kontraktowej z nabywcami usług i narzucanych przez platformy niekorzystnych dla dostawców klauzul kontraktowych³. Nabywcy usług korzystający z platform po-

* Autorka jest cywilistką, doktorem nauk prawnych, adiunktem w Katedrze Prawa Cywilnego i Prawa Pracy Akademii Leona Koźmińskiego.

¹ Artykuł stanowi rezultat badań przeprowadzonych w projekcie finansowanym przez Narodowe Centrum Nauki pt. *Made in Europe — europejskie standardy prawne jakości usług świadczonych w konkurencyjnych warunkach globalnego rynku. Modelowe rozwiązania prawa zobowiązań zorientowanego na usługi* (projekt nr UMO-2012/04/a/Hs5/00709). Opracowanie uwzględnia stan prawny oraz aktualizację źródeł internetowych na dzień 8 sierpnia 2019 r.

² Klienci platform pośredniczących często wskazują na niedostatek otrzymywanych informacji charakteryzujących usługę i wynikające z tego ryzyko nabycia usług nieodpowiadających oczekiwanym standardom — zob. badanie Flash Eurobarometer 438 — Report *The use of collaborative platforms*, 7/2016, s. 7, https://data.europa.eu/euodp/pl/data/dataset/S2112_438_ENG (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

³ Odnosnie do klauzul największego uprzywilejowania stosowanych na platformach turystycznych zob. np. M. Hunold: *Best Price Clauses: What Policy as Regards Online Platforms?*, *Journal of European Competition Law*

średniczących zwracają natomiast uwagę na niepewność co do rzeczywistej strony umowy o świadczenie usługi hotelarskiej (platforma czy bezpośredni dostawca usługi), statusu dostawcy usługi (profesjonalista czy nieprofesjonalista) oraz wpływu tych okoliczności na pozycję prawną i zakres ochrony przysługującej nabywcy usługi⁴.

Na wątpliwości w odniesieniu do ochrony prawnej nabywców usług hotelarskich wpływa także zróżnicowanie modeli działania platform oferujących usługi branży turystycznej oraz zewnętrzne podobieństwo metod działania niektórych platform do tradycyjnych biur podróży oferujących swoje usługi on-line. Odseparowanie dostawcy od nabywcy usług przez platformę oraz stopień ingerencji platformy w stosunek kontraktowy dostawcy z nabywcą sprawiają, że działanie platformy może przypominać działanie agenta, a nawet strony umowy, a nie jedynie dostawcy aplikacji lub administratora systemu⁵.

Mechanizmy działania platform skłaniają do pytania, czy stopień ingerencji platformy w stosunek kontraktowy między dostawcą i nabywcą może uzasadniać przypisanie platformie pozycji prawnej podobnej do pozycji strony umowy o świadczenie usług hotelarskich, a co za tym idzie, nałożenie na nią określonych obowiązków spoczywających co do zasady na usługodawcy. W konsekwencji, czy niedopełnienie wymaganych prawem obowiązków przez dostawcę usług, pozbawionego swobody działania, może rodzić odpowiedzialność platformy w zakresie, w jakim „zawłaszczyła” ona realizację tych obowiązków. Wskazane zagadnienia zostaną poddane ocenie w kontekście obowiązków informacyjnych względem konsumentów nabywających usługi hotelarskie za pośrednictwem platform internetowych.

& Practice 2017, Vol. 8, No. 2, s. 119–125. Częstym celem klauzul MFN stosowanych w obrocie między przedsiębiorcami jest zagwarantowanie przez jedną z kontraktujących stron, że warunki zaproponowane drugiej stronie są nie mniej konkurencyjne niż najlepsze warunki zaproponowane innym partnerom. W przypadku platform pośredniczących zaakceptowanie przez dostawcę usług hotelarskich klauzuli MFN (w postaci np. klauzuli najniższej/najlepszej ceny, najkorzystniejszej oferty, ostatniego miejsca noclegowego w danym terminie) stanowi wymóg konieczny zawarcia umowy z platformą. Zob. także M. Colangelo, V. Zeno-Zencovich: *Online platforms, competition rules and consumer protection in travel industry*, Journal of European Consumer and Market Law (dalej: EuCML) 2016, Issue 2, s. 76–77.

⁴ Zob. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów — Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się, COM (2016) 356 final, s. 2; także Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego — Nowy ład dla konsumentów, COM (2018) 183 final, 11.4.2018 r., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0183&from=EN> (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

⁵ Ch. Busch, H. Schulte-Nölke, A. Wiewiórowska-Domagalska, F. Zoll: *The Rise of Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer law?*, EuCML 2016, Vol. 1, s. 5. Zob. też D. Možina: *Retail business, platform services and information duties*, EuCML 2016, Vol. 1, s. 25.

II. SPECYFIKA DZIAŁANIA INTERNETOWYCH PLATFORM HOTELARSKICH

Zawarcie umowy o świadczenie usług hotelarskich⁶ za pośrednictwem internetowych platform pośredniczących⁷, podobnie jak skorzystanie z usług on-line tradycyjnych biur podróży, nie wymaga bezpośredniego kontaktu między stronami umowy, oszczędza czas i koszty. Model biznesowy realizowany przez internetowe platformy pośredniczące różni się jednak od modelu tradycyjnych biur podróży. Działanie biura podróży jest „aktywnie kierowane” na zaspokojenie potrzeb jednej grupy odbiorców — nabywców usług hotelarskich. Specyfika działania platformy polega na kształtowaniu, z wykorzystaniem bardzo istotnego czynnika, jakim jest efekt sieciowy, dwustronnych albo wielostronnych rynków przez kojarzenie grup podmiotów o komplementarnych interesach (dostawców i nabywców)⁸. Platformy internetowe, w odróżnieniu od biur podróży, oferują też zazwyczaj dostęp do silniej zróżnicowanej oferty profesjonalistów i nieprofesjonalistów⁹, udostępniających bazę noclegową odpłatnie, jak również nieodpłatnie na zasadzie *peer-to-peer*¹⁰.

Charakterystykę tę należy uzupełnić o powstające w obrębie platformy złożone zależności kontraktowe z udziałem dostawcy usługi, nabywcy i platformy, w których rzeczywista pozycja platformy może być źródłem niepewności. Odmienienie od tradycyjnych biur podróży on-line pośredniczących w rezerwacji usług hotelarskich, operatorzy platform zazwyczaj identyfikują swoją pozycję jako dostaw-

⁶ Na potrzeby tego opracowania „usługi hotelarskie” definiuję zgodnie z brzmieniem art. 3 pkt 8 ustawy o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych jako krótkotrwale, ogólnie dostępne wynajmowanie domów, mieszkań, pokoi, miejsc noclegowych, a także miejsc na ustawienie namiotów lub przyczep samochodowych oraz świadczenie, w obrębie obiektu, usług z tym związanych. Odnośnie do przedmiotowego i podmiotowego zakresu przytoczonej definicji zob. uwagi P. Cybuli: *Deklarowany a rzeczywisty zakres regulacji ustawy o usługach turystycznych* (w:) *Prawo sportowe i turystyczne — między regulacją a deregulacją*, pod red. M. Kalińskiego, M. Koszowskiego, Kraków 2011, s. 193–206; tenże, *Usługi turystyczne. Komentarz*, Warszawa 2012, s. 29. Odnośnie do wpływu platform pośredniczących na zmianę modeli świadczenia usług na odległość zob. R. Zillur: *A Model for the Sales and Distribution of E-services*, *Service Marketing Quarterly* 2004, s. 80.

⁷ Terminu „platforma” używam w odniesieniu podmiotowym do operatora platformy, jak i przedmiotowym do platformy jako systemu aplikacji internetowych udostępnianych użytkownikom w celu korzystania z usług operatora platformy.

⁸ D. Evans: *Competition and Regulatory Policy for Multi-sided Platforms with Applications to the Web Economy*, *Concurrences* 2008, Nr 2, s. 57–58.

⁹ Oferty podmiotów profesjonalnie świadczących usługi hotelarskie skupiają m.in. platformy: HolidayCheck, Travelonline, Trivago. Zróżnicowany status dostawców usług hotelarskich widoczny jest natomiast w ofertach dostępnych przez platformy: Booking, Airbnb, Bookanapartment, Flatigo, Wimdu, Roomorama.

¹⁰ Ekonomia *peer-to-peer* według jej pierwotnych założeń miała opisywać nieprofesjonalną wymianę dóbr i usług. Zob. np. J. Li, A. Moreno, Z. Zhang: *Agent Behavior in the Sharing Economy: Evidence from Airbnb*, *Ross School of Business Working Paper Series* 2015, No. 1298, s. 2; S. Benjaafar, G. Kong, X. Liz: *Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage and Social Welfare in the Sharing Economy*, <http://ssrn.com/abstract=2669823> (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.); Ch. Koopman, M. Mitchell, A. Thierer: *The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change*, *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law* 2015, Vol. 8, Issue 2, s. 531.

ców aplikacji lub organizatorów środowiska e-commerce¹¹, dystansując się względem relacji kontraktowej między dostawcą i nabywcą. Przedmiot umowy z dostawcą usługi hotelarskiej stanowi jednak najczęściej udostępnienie dostawcy aplikacji pozwalającej na korzystanie z elektronicznego systemu świadczenia usług za pośrednictwem platformy. Platforma nie nabywa więc od dostawcy usług i nie oferuje ich sama nabywcom, ale przyjmuje pozycję organizatora rynku. Szeroko przyjęty w praktyce model wynagrodzenia platformy uwzględnia jednak nie tylko udostępnienie dostawcy usług aplikacji, lecz także wolumen i wartość transakcyjną zawartych przez niego za jej pośrednictwem umów, co zbliża wynagrodzenie platformy do wynagrodzenia biur podróży działających w oparciu o model agencyjny. Neutralność platformy wobec relacji dostawca–nabywca w istocie nie rodzi wątpliwości w przypadku platform pełniących wyłącznie funkcję informacyjno-reklamową, udostępniających klientom informację handlową na temat usług oferowanych przez dostawców i niepośredniczących w zawarciu umowy między dostawcą i nabywcą usługi¹². Platforma pośrednicząca zazwyczaj jednak współuczestniczy w kształtowaniu, a często także w realizacji, obowiązków kontraktowych tradycyjnie spoczywających na dostawcy. Niektóre ze stosowanych przez platformy rozwiązań, w tym ograniczanie dostępu do danych nabywcy i możliwości bezpośredniego kontaktu stron przed zawarciem umowy, czy też narzucenie treści umowy o świadczenie usług, realnie ograniczają swobodę dostawcy.

Korzystanie z pośrednictwa platformy rodzi silną zależność kontraktową dostawcy od platformy, wymagającą od dostawcy przyjęcia określonych przez platformę standardów kształtowania oferty i świadczenia usług¹³. Istniejące w obrębie platformy zcentralizowane kanały komunikacji z nabywcą, wewnętrzne systemy rezerwacji noclegów, sposoby płatności, systemy rekomendacji (systemy referencyjne), reklamacji i rozwiązywania sporów tworzą łącznie zorganizowaną przestrzeń świadczenia usług e-commerce, której zasady dostawca musi zaakceptować, chcąc oferować swoje usługi za pośrednictwem platformy. Z perspektywy nabywcy usług rozwiązania te stanowią narzędzia podnoszące bezpieczeństwo świadczenia usług za pośrednictwem platformy. Dla dostawcy usług mogą one jednak rodzić swoiste bariery wejścia na rynek e-commerce¹⁴, stwarzając dogodną dla platformy pozycję nie tylko w zakresie kształtowania standardów świadczenia usług, lecz także kontroli rynku (*gatekeeper position*).

¹¹ Operatorzy platform przypisują sobie pozycję neutralną względem relacji kontraktowej; zob. np. Airbnb, <https://www.airbnb.pl/about/about-us> (dostęp: 12 września 2018 r.).

¹² Funkcje ogłoszeniowo-reklamowe pełni np. platforma HotelewPolsce, <http://www.hotelewpolisce.pl/> (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

¹³ Silna pozycja rynkowa platform skłoniła ustawodawcę europejskiego do uchwalenia rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego, Dz. Urz. UE L 186 z 11.07.2019 r., s. 57–79. Zob. preambuła rozporządzenia, motywy 2, 8, 12, 18.

¹⁴ Zob. Ecorys Analiza 2017, *professionals to professional*, s. 12; *Communication on Online platforms and the Digital Single Market*, COM (2016) 288.

III. CHARAKTER PRAWNY USŁUG HOTELARSKICH ŚWIADCZONYCH Z UDZIAŁEM PLATFORM POŚREDNICZĄCYCH

Platformy internetowe pośredniczą najczęściej w oferowaniu usług hotelarskich niezależnych od nich usługodawców. Usługa pośrednictwa internetowego platformy polega na dostarczeniu systemu aplikacji pozwalających na zorganizowanie elektronicznego rynku, na którym udostępniane są oferty usług hotelarskich oraz zawierane umowy między dostawcą i nabywcą usług¹⁵. Jeżeli usługa świadczona przez platformę jest świadczona na odległość¹⁶, drogą elektroniczną¹⁷, za wynagrodzeniem i na indywidualne żądanie odbiorcy usługi¹⁸, to stanowi ona usługę społeczeństwa informacyjnego, w rozumieniu art. 1 ust. 2 lit. b dyrektywy (UE) 2015/1535¹⁹, do której znajdują zastosowanie przepisy dyrektywy 2000/31/WE²⁰.

Sposób działania pośredniczących platform hotelarskich, w tym stopień ich kontroli i wpływu na świadczenie usług podstawowych przez dostawców usług hotelarskich²¹, może posłużyć jako kryterium przypisania platformie faktycznego świadczenia usług podstawowych²². Jeżeli platforma pośrednicząca nie ustala cen usług hotelarskich oferowanych za jej pośrednictwem, nie narzuca postanowień kontraktowych odnoszących się do sposobu świadczenia tych usług, nie przejmując na siebie ryzyka świadczenia usług podstawowych i nie zatrudnia podmiotów uczestniczących w ich świadczeniu, nie jest też właścicielem zasobów kluczowych (miejsc noclegowych), służących świadczeniu usług hotelarskich²³, stopień kontroli

¹⁵ Usługi pośrednictwa internetowego zdefiniowane zostały w art. 2 pkt 2 rozporządzenia (UE) 2019/1150.

¹⁶ Zgodnie z art. 1 ust. 1 lit. b ppkt i dyrektywy (UE) 2015/1535 jest to usługa świadczona bez równoczesnej obecności stron. Dyrektywa (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiająca procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego, Dz. Urz. UE L 241 z 2015 r., s. 1.

¹⁷ Zgodnie z art. 1 ust. 1 lit. b ppkt ii dyrektywy (UE) 2015/1535 usługa taka jest całkowicie świadczona — wysyłana i odbierana — za pomocą sprzętu elektronicznego służącego do przetwarzania i przechowywania danych.

¹⁸ Platforma świadczy swoją usługę na indywidualne zamówienie konkretnego nabywcy usługi korzystającego z pośrednictwa platformy w celu rezerwacji noclegu, który korzysta z usług platformy na podstawie zawartej z nią umowy o świadczenie usług — por. art. 1 ust. 1 lit. b ppkt iii oraz załącznik nr 1 pkt 3 dyrektywy (UE) 2015/1535.

¹⁹ Artykuł 1 ust. 1 lit. b dyrektywy (UE) 2015/1535 jest odpowiednikiem art. 1 ust. 2 dyrektywy 98/34/WE, która utraciła moc z dniem 7 października 2015 r.

²⁰ 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. Urz. WE L 178 z 2000 r., s. 1.

²¹ Zakres kontroli platform pośredniczących jest zróżnicowany. Atrakcyjność platform pośredniczących dla dostawców usług sprawia, że nie ma wysokich barier limitujących coraz szerszy wpływ platformy na prezentowane za ich pośrednictwem oferty. Dlatego ocena stopnia wpływu platformy powinna być zawsze przeprowadzana *ad casum*.

²² W przedmiocie kryteriów wpływu platformy na usługi podstawowe — zob. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się, COM (2016) 356 final, s. 6–7.

²³ Ustalenie, że platforma kontroluje świadczenie usług hotelarskich przez innych usługodawców albo ma na świadczenie ich usług istotny wpływ, pozwalałoby na uznanie platformy za podmiot świadczący usługi hotelarskie i jednocześnie usługi elektroniczne. Usługi elektroniczne platformy zachowują odrębność od usług hotelarskich.

i wpływu platformy na świadczenie usług hotelarskich nie pozwala na uznanie jej za podmiot świadczący, obok usług elektronicznych, także usługi hotelarskie²⁴.

Zdarza się, że platforma oferuje poza usługami innych usługodawców także własne usługi hotelarskie świadczone w oparciu o zasoby miejsc noclegowych należących do platformy. W sytuacji takiej tożsamość podmiotu świadczącego usługę pośrednictwa i usługę hotelarską może wpłynąć na prawną kwalifikację świadczonych przez platformę usług jako usług społeczeństwa informacyjnego objętych dyrektywą 2000/31/WE. Dyrektywa o handlu elektronicznym znajduje zastosowanie do usług, które mogą być świadczone całkowicie drogą elektroniczną, gdyż tylko w stosunku do takich usług może być zrealizowany *effet utile* dyrektywy w postaci liberalizacji usług społeczeństwa informacyjnego²⁵. Kryteriów usługi społeczeństwa informacyjnego nie spełnia więc usługa hotelarska ani gdy jest ona świadczona przez usługodawcę korzystającego z pośrednictwa platformy, ani gdy jest świadczona przez platformę.

Rozstrzygnięcia wymaga, czy usługi świadczone przez platformę drogą elektroniczną zachowują samodzielność w stosunku do powiązanych z nimi funkcjonalnie usług hotelarskich o charakterze materialnym. Usługa hotelarska w takiej konfiguracji stanowi nadal usługę podstawową zaspokajającą główny gospodarczy cel nabywcy usługi. Świadczenie usługi hotelarskiej nie ma charakteru wykonawczego ani pomocniczego w stosunku do świadczonych przez platformę usług elektronicznych. Zarazem usługa hotelarska ma charakter materialny, co wyklucza uznanie jej (samodzielnie lub w połączeniu z usługami elektronicznymi) za usługę społeczeństwa informacyjnego. Jednoczesne świadczenie przez ten sam podmiot usług elektronicznych i usług o charakterze materialnym nie oznacza *per se* braku samodzielności każdej z tych usług. Jeżeli usługi świadczone drogą elektroniczną dają się wyodrębnić od usług o charakterze materialnym na tyle, że można przypisać im niezależność gospodarczą, a zarazem mogą one być świadczone w całości drogą elektroniczną, ich funkcjonalne powiązanie z usługą materialną nie stoi na przeszkodzie uznaniu ich za samodzielne usługi społeczeństwa informacyjnego. *A contrario* usługa elektroniczna mająca charakter pomocniczy względem usług o charakterze materialnym albo powiązana z tymi usługami w stopniu pozbawiającym usługi elektroniczne gospodarczej samodzielności nie będzie stanowić samodzielnej usługi społeczeństwa informacyjnego ani usługi mieszanej. W opinii w sprawie C-434/15 *Elite Taxi* Rzecznik Generalny wyraził pogląd, że w przypadku jednoczesnego świadczenia przez ten sam podmiot usług drogą elektroniczną i usług materialnych, które stano-

²⁴ Kwestią dyskusyjną pozostaje kwestia, czy zwiększenie przez platformę stopnia kontroli nad usługami świadczonymi przez inne podmioty powinno skutkować uznaniem platformy za podmiot świadczący takie same jak te podmioty usługi podstawowe, czy raczej działanie platformy stanowi specyficzną *sui generis* usługę, przypominającą w swojej treści postać „współświadczenia” usług podstawowych bądź specyficznego rozszerzonego pośrednictwa. Pierwsze z prezentowanych zapatrywań wynika m.in. z powoływanego wyżej Komunikatu Komisji COM (2016) 356 final, s. 7.

²⁵ Por. opinia Rzecznika Generalnego M. Szpunara z 11 maja 2017 r. w sprawie C-434/15, *Elite Taxi*, pkt 31.

wią nierozzerwalną całość, usługi te można uznać za usługi społeczeństwa informacyjnego, jeśli element główny, który tak powiązanym usługom nadaje znaczenie gospodarcze, jest wykonywany drogą elektroniczną²⁶. Stanowisko to formułowane było w kontekście modelu usług świadczonych przez UBER, w których funkcjonalności aplikacji permanentnie kształtują treść świadczonych usług transportowych. Model ten odbiega jednak od omawianego modelu działania platform hotelarskich, w przypadku których trudno mówić, przede wszystkim, o tworzeniu przez usługi pośrednictwa i usługi hotelarskie nierozzerwalnej całości.

Oczywiste jest, że platforma, będąc usługodawcą usług hotelarskich, będzie samodzielnie kształtowała także zasadnicze elementy własnej usługi materialnej. Warto jednak porównać sposób świadczenia usług elektronicznych przez platformę, gdy oferuje ona usługi hotelarskie własne i innych podmiotów. Jeżeli sposób świadczenia usług elektronicznych jest w obu przypadkach taki sam, element podmiotowy nie powinien mieć wpływu na zmianę prawnej kwalifikacji usługi wykonywanej drogą elektroniczną²⁷. W przypadku, gdy rola platformy nie ogranicza się do świadczenia usługi pośrednictwa, a obejmuje także świadczenie usługi podstawowej, ale usługa elektroniczna zachowuje swoją samodzielność względem usługi podstawowej, powinna ona być niezmiennie traktowana jak usługa społeczeństwa informacyjnego. Samodzielność usługi hotelarskiej, która nie jest usługą społeczeństwa informacyjnego, sprawia, że podlegać ona będzie własnym regulacjom sektorowym, w tym przypadku regulacjom prawa turystycznego²⁸. Platforma świadczy więc w tym przypadku dwie samodzielne, chociaż funkcjonalnie powiązane, usługi, podlegające częściowo odmiennym regulacjom prawnym²⁹.

IV. GŁÓWNE ŹRÓDŁA OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH WOBEK KONSUMENTÓW W UMOWACH O USŁUGI HOTELARSKIE ZAWIERANYCH ZA POŚREDNICTWEM PLATFORM

Obowiązki informacyjne w umowach o świadczenie usług hotelarskich zawieranych drogą elektroniczną wynikają w szerokim zakresie z aktów prawa krajowego, implementujących standardy informacyjne przewidziane prawem unijnym.

²⁶ *Ibidem*, pkt 35.

²⁷ *Ibidem*, pkt 34.

²⁸ W przedmiocie stosowania regulacji sektorowych wobec usług oferowanych przez platformy współpracy zob. COM (2016) 356 final, s. 6. Także L. Woods: *Why Uber isn't Appy: the ECJ defines the difference between transport and digital services*, <http://eulawanalysis.blogspot.com/2017/12/why-uber-isnt-appy-ecj-defines.html> (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

²⁹ Wydaje się, że podobny kierunek kwalifikowania usług platformy pośredniczącej UBER dopuszcza także D. Sylwestrzak: *Klasyczne przewozy taksówkowe kontra UBER*, Gdańskie Studia Prawnicze 2018, t. XXXIX, s. 144.

Zakres ogólnej informacji handlowej wymaganej od każdego usługodawcy określa dyrektywa 2006/123/WE³⁰ dotycząca usług na rynku wewnętrznym. Zakres informacji handlowych, do podania których zobowiązany jest usługodawca świadczący usługi drogą elektroniczną, precyzuje ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną (dalej: u.ś.u.d.e.)³¹, implementująca przepisy dyrektywy 2000/31/WE (dyrektywy o handlu elektronicznym)³². Szeroki zakres informacji przedkontraktovej w umowach z konsumentami zawieranych na odległość wprowadza ustawa o prawach konsumenta (dalej: u.p.k.)³³, implementująca przepisy dyrektywy 2011/83/WE³⁴. Szczególne obowiązki informacyjne przewidziane przy świadczeniu usług hotelarskich wynikają ponadto z regulacji sektorowych poświęconych usługom turystycznym, w szczególności z ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (dalej: u.i.t.)³⁵, wdrażającej dyrektywę (UE) 2015/2302³⁶.

1. USTAWA O ŚWIADCZENIU USŁUG DROGĄ ELEKTRONICZNĄ

Usługi świadczone drogą elektroniczną przez platformę pośredniczącą podlegają ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W zakresie podmiotowym ustawa określa obowiązki usługodawcy świadczącego usługi elektroniczne osobom fizycznym, osobom prawnym i jednostkom organizacyjnym, o których mowa w art. 33¹ § 1 k.c. Usługodawcą może być osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33¹ § 1 k.c., także gdy świadczenie usług stanowi dla usługodawcy uboczną działalność zarobkową lub zawodową (art. 2 pkt 6 u.ś.u.d.e.). Definicja usług świadczonych drogą elektroniczną, ujęta w art. 6 pkt 4 u.ś.u.d.e., odpowiada definicji usług społeczeństwa informacyjnego zawartej w dyrektywie 2015/1535, to jest usług świadczonych na odległość, w całości drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie usługobiorcy. Należy zastrzec, że z zakre-

³⁰ Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym, Dz. Urz. UE L 376 z 27.12.2006 r.

³¹ T.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 123 ze zm.

³² 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. Urz. UE L 178 z 2000 r., s. 1.

³³ T.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 134 ze zm.

³⁴ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, tekst mający znaczenie dla EOG, Dz. Urz. UE L 304, s. 64.

³⁵ Dz. U. z 2019 r. poz. 548.

³⁶ Dyrektywa (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych, zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylająca dyrektywę Rady 90/314/EWG, OJ L 326, 11.12.2015, motyw 15.

su definicji nie zostały wyłączone usługi świadczone nieodpłatnie³⁷, do których ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną także znajdzie zastosowanie³⁸. Ustawę należy więc stosować w każdym przypadku do usług elektronicznych świadczonych przez platformę pośredniczącą, niezależnie od tego, czy platforma ta świadczy równocześnie usługi podstawowe — usługi hotelarskie. Usługi elektroniczne świadczone przez platformę, zarówno te polegające na pośrednictwie platformy w zawieraniu umów on-line³⁹, jak i na dostarczaniu informacji handlowych na temat usługodawców i ich usług, mieszczą się w kategorii usług społeczeństwa informacyjnego i zachowują samodzielność wobec usługi podstawowej — usługi hotelarskiej⁴⁰.

W zakresie obowiązków informacyjnych ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną nakłada na usługodawcę wymóg dostarczenia, w sposób wyraźny, jednoznaczny i bezpośrednio dostępny przez system teleinformatyczny, którym posługuje się klient (usługobiorca), informacji o usługodawcy wraz z adresem elektronicznym (art. 5 ust. 1–3 u.s.u.d.e.), szczególnych zagrożeniach związanych z korzystaniem z usług świadczonych drogą elektroniczną (art. 6 ust. 1 u.s.u.d.e.), funkcji i celu oprogramowania lub danych niebędących składnikiem treści usługi, wprowadzanych przez usługodawcę do systemu teleinformatycznego, którym posługuje się usługobiorca (art. 6 pkt 2 u.s.u.d.e.), oraz regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną, dostarczanego usługobiorcy przed zawarciem umowy i określającego charakterystykę świadczonych usług, przesłanki zawierania i rozwiązywania umów o świadczenie usług drogą elektroniczną oraz tryb postępowania reklamacyjnego związanego ze świadczeniem usług drogą elektroniczną (art. 8 ust. 1–3 u.s.u.d.e.). Wymagany ustawą obowiązek udzielenia informacji odnosi się do usług świadczonych drogą elektroniczną i świadczącego je podmiotu. Wskazany zakres informacji odnosi się do usług elektronicznych platformy i nie dotyczy usług podstawowych, nieświadczonych drogą elektroniczną. Na platformie spoczywa jednak obowiązek wskazania zakresu świadczonych usług elektronicznych. Informacja ma umożliwić usługobiorcy identyfikację podmiotu świadczącego usługę elektroniczną, a w konsekwencji ułatwić „oddzielenie” usług platformy od usług świadczonych przez inne podmioty. Informacja ta nie może wprowadzać w błąd co

³⁷ W kwestii różnic definicyjnych „usługi świadczonej drogą elektroniczną” i „usługi społeczeństwa informacyjnego” zawartej w dyrektywie o handlu elektronicznym zob. W.R. Wiewiórowski: *Wyłączenie odpowiedzialności usługodawcy świadczącego usługę drogą elektroniczną za niektóre rodzaje usług (uwagi de lege ferenda)*, Gdańskie Studia Prawnicze 2009, t. 21, s. 205.

³⁸ Ustawie podlegać będą np. usługi elektroniczne świadczone *peer-to-peer* za pośrednictwem platform ekonomicznych współdzielenia, nawet jeżeli świadczone byłyby nieodpłatnie.

³⁹ Obejmujące m.in. dostarczenie aplikacji, organizację struktury platformy i powiązanych z nią usług, w tym pośrednictwa w zawieraniu umów o usługi hotelarskie, systemów rekomendacyjnych, obsługi płatności, wewnętrznych metod rozwiązywania sporów.

⁴⁰ Zob. art. 1 ust. 1 lit. b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. (UE) 2015/1535 ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (ujednolicenie), Dz. Urz. UE L 241 z 2015 r., s. 1, definiujący usługę społeczeństwa informacyjnego jako usługę „normalnie świadczoną za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy usług”; zob. także pkt 18 preambuły dyrektywy 2000/31/WE.

do zakresu świadczonej przez platformę usługi i jej charakteru. W przypadku, gdy platforma świadczy elektroniczną usługę pośrednictwa w zawieraniu umów podstawowych, powinna w sposób wyraźny i jednoznaczny określić zakres swojej usługi i pełnioną funkcję pośrednika. Pominięcie tej informacji może wprowadzać w błąd co do rzeczywistej funkcji platformy, a tym samym rodzić wątpliwości odnośnie do strony umowy o świadczenie usług hotelarskich, szczególnie w sytuacji, gdy platforma występuje jednocześnie w podwójnej roli — jako dostawca usług elektronicznych i hotelarskich.

W ramach świadczonej usługi pośrednictwa platforma zobowiązana jest ponadto do udostępnienia usługobiorcom informacji handlowej odnoszącej się do usług hotelarskich, w świadczeniu których pośredniczy. Wymóg udostępniania informacji handlowej w sposób zapewniający przejrzystość świadczenia usług drogą elektroniczną określa art. 9 ust. 1 u.ś.u.d.e., zgodnie z którym informacja handlowa powinna być wyraźnie wyodrębniona i oznaczona w sposób niebudzący wątpliwości. Z ust. 2 tego przepisu wynika, że ma ona obejmować oznaczenie podmiotu, na zlecenie którego jest rozpowszechniana, jego adresy elektroniczne, informacje odnoszące się do przedmiotu świadczenia oraz informacje, które mogą mieć wpływ na określenie zakresu odpowiedzialności stron. Informacja handlowa prezentowana za pośrednictwem platformy musi ujawniać podmiot, którego oferta jest prezentowana na platformie, tak aby podmiot ten był wyraźnie rozpoznawalny⁴¹. W przypadku usług świadczonych za pośrednictwem platformy identyfikacja strony umowy będzie miała wpływ na określenie zakresu odpowiedzialności, co oznacza, że platforma ma obowiązek udostępniać jasną informację, kto jest stroną umowy o świadczenie usług hotelarskich. Obowiązek dostarczenia przez platformę informacji handlowej dotyczyć będzie usług każdego podmiotu korzystającego z jej pośrednictwa, niezależnie od tego, czy posiada ona status przedsiębiorcy, czy nie.

W kontekście wymogu ujawnienia podania adresu elektronicznego usługodawcy dyskusyjne mogą być praktyki platform pośredniczących, służące ochronie interesów ekonomicznych i pozycji konkurencyjnej platformy, a polegające na uniemożliwieniu bezpośredniego kontaktu stron. Jeżeli przyjmiemy, że celem wymogu ustawy jest zapewnienie bezpośredniego szybkiego kontaktu usługobiorcy z usługodawcą usługi podstawowej, udostępnienie kontaktu za pośrednictwem platformy nie realizuje tego celu w sposób zgodny z ustawą. Warto jednak zauważyć, że art. 9 u.ś.u.d.e. stanowi implementację art. 6 dyrektywy o handlu elektronicznym, który przewiduje jedynie, że osoba, w imieniu której informacja handlowa jest rozpowszechniana, ma być wyraźnie rozpoznawalna. W definicji „informacji handlowej” zawartej w art. 2 lit. f dyrektywy wskazano, że nazwa domeny lub adres poczty elektronicznej usługodawcy, umożliwiające bezpośredni dostęp do jego przedsię-

⁴¹ Por. wyrok ETS w sprawach połączonych C-236/08–C-238/08 *Google France SARL i Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA*, Zb. Orz. 2010 I-02417, pkt 86.

biorstwa, nie stanowią same w sobie informacji handlowej. Dla osiągnięcia *effet utile* dyrektywy w zakresie dostarczenia informacji handlowej wystarczy więc jasne, niebudzące wątpliwości zidentyfikowanie usługodawcy korzystającego z pośrednictwa platformy, ale już niekoniecznie zapewnienie bezpośredniego kontaktu stron umowy o usługi hotelarskie.

Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną stanowi nie tylko źródło obowiązków informacyjnych platformy, lecz także obowiązek zapewnienia bezpieczeństwa świadczonych usług elektronicznych⁴². Warto więc nadmienić, że platforma może ponosić odpowiedzialność związaną z informacjami publikowanymi na platformie przez usługodawców usług podstawowych, które są przechowywane przez platformę⁴³. Przechowując te dane, platforma świadczy usługi hostingowe⁴⁴. Dostawca usług hostingowych nie jest, co do zasady, zobowiązany do kontroli informacji, które są przechowywane lub rozpowszechniane za jego pośrednictwem (por. art. 15 u.ś.u.d.e.), ani nie ponosi odpowiedzialności za treść tych informacji. Zobowiązany jest jednak uniemożliwić dostęp do informacji, jeżeli dowiedział się o bezprawnym charakterze informacji lub związanej z nią działalności podmiotu (art. 14 ust. 1 u.ś.u.d.e.). Wyłączenie odpowiedzialności pośrednika nie będzie możliwe, jeśli charakter świadczonych przez niego usług elektronicznych i zakres nadzoru nad działaniem usługodawców nie pozwoli na określenie jego pozycji jako biernego, neutralnego dostawcy usług hostingowych⁴⁵. Istotny stopień inferencji platformy w kształtowanie oferty i procesu kontraktowania, zakresu i sposobu udzielanej nabywcom informacji i zachowanie przez platformę możliwości sprawowania nad nimi kontroli może stanowić istotne podstawy do zakwestionowania neutralnej pozycji platformy, pozbawiając ją możliwości skorzystania z wyłączenia odpowiedzialności przewidzianego w art. 14 u.ś.u.d.e.⁴⁶

2. USTAWA O PRAWACH KONSUMENTA

Ustawa o prawach konsumenta określa obowiązki przedsiębiorcy wobec konsumenta w umowach zawieranych na odległość, których definicję wprowadza art. 2 pkt 1 u.p.k. Umowy, których przedmiotem jest usługa elektroniczna świadczona

⁴² D. Lubasz (w:) *Świadczenie usług drogą elektroniczną oraz dostęp warunkowy. Komentarz do ustaw*, pod red. D. Lubasz, M. Namysłowskiej, Warszawa 2011, art. 7, pkt 3, Lex Omega (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

⁴³ Zob. E. Macierzyńska-Franaszczyk: *Duty to Remove Misleading Information Given by Suppliers* (w:) *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms. Commentary*, eds. Ch. Busch, G. Dannemann, H. Schulte-Nölke, A. Wiewiórowska-Domagalska, F. Zoll, Jagiellonian University Press 2019, s. 143–156.

⁴⁴ Zob. Ch. Wendehorst: *Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive*, EuCML 2016, Vol. 1, s. 31.

⁴⁵ Por. wyrok ETS w sprawie C-324/09, *L'Oréal SA i inni p. eBay International AG i inni*, Zb. Orz. 2011 I-0611, pkt 116.

⁴⁶ Na temat odpowiedzialności pośredników internetowych zob. J. Riordan: *The Liability of Internet Intermediaries*, Oxford 2016.

przez platformę lub zawierana za jej pośrednictwem usługa hotelarska, zawierane są bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, co stanowi jedną z przesłanek art. 2 pkt 1 u.p.k. Platforma pośrednicząca kształtuje środowisko świadczenia usług na odległość odpowiadające ustawowej definicji „zorganizowanego systemu” zawierania umów na odległość, co stanowi kolejną z przesłanek ustawowych. Korzystanie z usług elektronicznych platformy, jak również zawarcie za pośrednictwem platformy umowy o świadczenie usług hotelarskich następują za pośrednictwem tego systemu. Elementy te wypełniają łącznie definicję umów zawieranych na odległość.

W motywie 20 dyrektywy 2011/83/UE, implementowanej do prawa polskiego ustawą o prawach konsumenta, ustawodawca europejski wskazał ogólnie, że dyrektywa powinna znaleźć zastosowanie do umów zawieranych z konsumentami za pośrednictwem platform internetowych⁴⁷. Umowy na odległość mogą być zawierane w ramach systemu świadczenia usług zorganizowanego przez przedsiębiorcę dostarczającego usługę, ale także systemów oferowanych przez osoby trzecie, inne niż przedsiębiorca, na przykład przez platformy internetowe, jeżeli przedsiębiorca z nich korzysta, zawierając umowę⁴⁸. Przedsiębiorca, który korzysta w celu zawarcia umowy z konsumentem z systemu zorganizowanego przez platformę aż do chwili zawarcia umowy włącznie, zawiera umowę na odległość, nawet jeżeli świadczona usługa ma charakter materialny⁴⁹.

Zawarcie umowy o usługi hotelarskie oferowane za pośrednictwem platformy wymaga zawiązania przez nabywcę usługi dwóch stosunków kontraktowych: umowy o świadczenie usług elektronicznych z platformą oraz umowy o świadczenie usług hotelarskich z podmiotem świadczącym usługę hotelarską (którym w pewnych sytuacjach może być ta sama platforma)⁵⁰. Odrębność przedmiotowa i, z reguły, podmiotowa tych umów wymaga odrębnej oceny w kontekście obowiązków informacyjnych wynikających z ustawy o prawach konsumenta.

W odniesieniu do umów o świadczenie usług elektronicznych zawieranych przez platformę z konsumentami korzystającymi z jej pośrednictwa platforma podlega więc przepisom ustawy o prawach konsumenta i zobowiązana jest dopełnić obowiązków informacyjnych odnoszących się do niej samej i świadczonych przez nią usług elektronicznych.

W odniesieniu do usług hotelarskich nabywanych za pośrednictwem platform internetowych na wstępie komentarza wymagają przewidziane w art. 3 i 4 u.p.k.

⁴⁷ Umowa zawierana na odległość, w rozumieniu art. 2 pkt 7 dyrektywy 2011/83/UE i art. 2 pkt 1 u.p.k., to umowa między przedsiębiorcą a konsumentem zawarta w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, gdy jej strony korzystają wyłącznie ze środków porozumiewania na odległość do chwili, gdy umowa zostanie zawarta.

⁴⁸ Motyw 20 dyrektywy 2011/83/UE.

⁴⁹ Nie jest przy tym konieczne, aby świadczenie usług przez platformę internetową było wyłącznym kanałem dystrybucji usług, z którego korzysta dostawca. Korzystanie z tego sposobu zawierania umów nie może mieć jednak charakteru okazjonalnego; zob. też D. Lubasz (w:) *Ustawa o prawach konsumenta...*, *op. cit.*, art. 2, nb 10 (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

⁵⁰ Zob. rozważania zawarte w pkt III.

przedmiotowe wyłączenia stosowania ustawy. Artykuł 3 ust. 1 pkt 8 u.p.k. przewiduje, że ustawy nie stosuje się do umów o udział w imprezie turystycznej, o których mowa w ustawie z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych⁵¹. Artykuł 4 pkt 3 u.i.t. przyjmuje pod pojęciem umowy o udział w imprezie turystycznej: (1) umowę dotyczącą imprezy turystycznej jako całości albo (2) pakiet odrębnych umów obejmujących poszczególne usługi turystyczne składające się łącznie na imprezę turystyczną⁵². Samodzielne usługi turystyczne, w tym usługi hotelarskie, niepowiązane z innymi odrębnymi usługami i nieskładające się łącznie z innymi usługami turystycznymi na imprezę turystyczną, nie stanowią przedmiotu umowy o udział w imprezie turystycznej, tym samym nie podlegają wskazanemu wyłączeniu ustawy o prawach konsumenta. Umowy o usługi hotelarskie służące celom turystycznym lub wypoczynkowym, a nie zaspokajaniu potrzeb mieszkaniowych nie mieszczą się także w zakresie wyłączenia od stosowania ustawy przewidzianego w art. 4 ust. 1 u.p.k., które odnosi się do umów najmu pomieszczeń do celów mieszkalnych⁵³. Do umów o świadczenie usług hotelarskich zawieranych na odległość za pośrednictwem platformy internetowej znajdują więc zastosowanie przepisy rozdziału 3 ustawy o prawach konsumenta określające obowiązki informacyjne przedsiębiorcy wobec konsumenta wymagane na etapie przedkontraktowym oraz po zawarciu umowy.

Odnoszące się do umowy o usługi hotelarskie obowiązki informacyjne przewidziane w ustawie o prawach konsumenta⁵⁴ spoczywają, co do zasady, na usługodawcy usług hotelarskich, który ma status przedsiębiorcy. Ustawa nie znajduje bowiem zastosowania do umów niekonsumenckich zawieranych za pośrednictwem platformy. Korzystanie z pośrednictwa platformy nie zwalnia przedsiębiorcy z powinności udzielania informacji i nie nakłada, co do zasady, obowiązków informacyjnych dotyczących usług hotelarskich na platformę. Jako wyjątek od tej zasady

⁵¹ Treść pkt 8 po zmianie wprowadzonej art. 70 u.i.t. (Dz. U. z 2017 r. poz. 2361).

⁵² W obowiązującej przed 1 lipca 2018 r. ustawie o usługach turystycznych nie było definicji umowy o imprezę turystyczną. Przyjmowano jednak na jej gruncie, że jest to umowa, przez którą organizator turystyki zobowiązuje się zrealizować imprezę turystyczną, a klient zobowiązuje się zapłacić zryczałtowaną cenę — zob. np. A. Majewski: *Umowa o imprezę turystyczną zawierana przez Internet*, Przegląd Prawa Handlowego 2010, nr 6, s. 55; P. Cybula: *Usługi turystyczne...*, *op. cit.*, s. 161–162. Imprezę turystyczną, zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 2 u.u.t., stanowił pakiet co najmniej dwóch usług turystycznych wraz z noclegiem, tworzących jednolity program i objętych wspólną ceną. Pojedyncze usługi turystyczne, w tym usługi hotelarskie, nie są objęte wyłączeniem z art. 3 ust. 1 pkt 8 u.p.k. Usługi hotelarskie powiązane z inną/innymi usługami turystycznymi nie stanowiły przedmiotu umowy o imprezę turystyczną, o ile nie wypełnione zostały pozostałe elementy definicji imprezy turystycznej — zob. D. Wolski: *Wpływ ustawy o prawach konsumenta na ochronę klienta korzystającego z usług turystycznych* (w:) *Ustawa...*, *op. cit.*, s. 291. Ustawie o usługach turystycznych nie podlegały również usługi pakietowe odpowiadające swoim zakresem definicji imprezy turystycznej, ale świadczone przez przedsiębiorców niedziałających jako organizator turystyki albo pośrednik turystyczny — zob. także P. Cybula: *Usługi turystyczne...*, *op. cit.*, s. 27.

⁵³ E. Rutkowska-Tomaszewska (w:) *Ustawa...*, *op. cit.*, art. 3, pkt 6 D; B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek: *Ustawa...*, *op. cit.*, art. 4, I.1, II.9, wyd. el. Legalis (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.). Na marginesie rozważań warto zwrócić uwagę na art. 47 ust. 7 u.i.t. dopuszczający konsumenckie prawo odstąpienia od umowy o udział w imprezie turystycznej zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

⁵⁴ Obowiązki te wynikają z art. 12 ust. 1, art. 14 ust. 2, art. 17, 18, 19, 21 u.p.k.

powinna być traktowana sytuacja, gdy sposób przedstawienia oferty hotelarskiej budzi wątpliwość co do rzeczywistej strony umowy z konsumentem, rodząc mylne wrażenie zawierania umowy z platformą. Z art. 12 ust. 2 u.p.k. wynika, że jeśli platforma zawiera umowę w imieniu innego przedsiębiorcy, powinna podać nie tylko swoje dane, lecz także dane identyfikujące przedsiębiorcę, w imieniu którego działa. Postulat zachowania przejrzystości kontraktowania za pośrednictwem platform uzasadnia zarekomendowanie wprowadzenia dobrej praktyki w zakresie informowania o rzeczywistej stronie umowy w sytuacji, w której platforma nie działa w imieniu usługodawcy usług hotelarskich i nie jest stroną umowy o ich świadczenie, ale sposób przedstawienia informacji na platformie mógłby na to wskazywać. W sytuacji gdy platforma nie informuje wyraźnie o pełnionej przez siebie funkcji operatora i organizatora systemu, a brak takiej informacji może wywołać u nabywcy usług mylne przekonanie zawarcia umowy z platformą, a nie z dostawcą usług hotelarskich, nie można wykluczyć powołania się nabywcy na błąd co do treści czynności prawnej, jeżeli druga strona umowy o nim wiedziała lub mogła go z łatwością zauważyć (por. art. 84 § 1 k.c.).

Dodatkowej uwagi wymaga stosowanie przewidzianych w rozdziale 3 ustawy o prawach konsumenta obowiązków informacyjnych do usług świadczonych nieodpłatnie, w stosunku do których stosowanie ustawy o prawach konsumenta staje się kwestią dyskusyjną. Usługami nieodpłatnymi wobec nabywcy usług hotelarskich mogą być zarówno usługi cyfrowe świadczone przez platformę⁵⁵, jak i nieodpłatne usługi hotelarskie oferowane za pośrednictwem platform, na przykład na zasadzie *peer-to-peer*. Jeżeli stroną oferującą usługę hotelarską nie jest przedsiębiorca, co może mieć miejsce, umowa nie ma charakteru umowy konsumenckiej i ustawa o prawach konsumenta nie znajdzie zastosowania. Nieodpłatna usługa hotelarska może być jednak oferowana przez przedsiębiorcę jako na przykład usługa towarzysząca innym usługom odpłatnym. Wątpliwości co do stosowania ustawy o prawach konsumenta do usług nieodpłatnych wynikają z braku precyzji legislatora krajowego przy implementacji dyrektywy w sprawie praw konsumentów. Wymóg odpłatności umów o świadczenie usług wynika wprost ze sposobu zdefiniowania tych umów w art. 2 pkt 5 i 6 dyrektywy. W wytycznych Komisji Europejskiej w sprawie

⁵⁵ W kontekście odpłatności usług cyfrowych warto zwrócić uwagę na dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (OJ L 136, 22.5.2019, s. 1–27), wyznaczająca aktualny na gruncie europejskiego ustawodawstwa konsumenckiego trend w redefiniowaniu pojęcia świadczenia odpłatnego. Zgodnie z art. 2 pkt 7 dyrektywy „cena” oznacza pieniądze lub cyfrowe odwzorowanie wartości należne w zamian za dostarczanie treści lub usług cyfrowych. Cenę stanowią np. dane osobowe przekazane przez nabywcę usługi cyfrowej przetwarzane przez platformę nie tylko w celu dostarczenia usługi cyfrowej zgodnie z dyrektywą lub w celu spełnienia ciążących na niej wymogów prawnych — zob. art. 3 ust. 1 dyrektywy (UE) 2019/770. Usługa zdefiniowana na gruncie dyrektywy o treściach cyfrowych jako odpłatna powinna być konsekwentnie tak samo kwalifikowana na potrzeby ustawy o prawach konsumenta. Stanowisko to wpisuje się w zaproponowaną w projekcie „Nowego Ładu dla konsumentów” nowelizację dyrektywy 2011/83/UE polegającą na wyraźnym rozszerzeniu jej stosowania na nieodpłatne usługi cyfrowe świadczone konsumentom — zob. COM (2018) 185, art. 2.

stosowania dyrektywy 2011/83/WE podkreślono, że znajduje ona zastosowanie do odpłatnych umów sprzedaży i umów o świadczenie usług, a także do umów o dostarczanie mediów i umów o dostarczanie internetowych treści cyfrowych, które mogą być także nieodpłatne⁵⁶. Ustawodawcy krajowi mieli jednak swobodę w zakresie rozszerzenia stosowania dyrektywy na umowy nieobjęte jej zakresem⁵⁷. Dokonując implementacji dyrektywy, ustawodawca polski nie wprowadził, między innymi z racji odmiennej systematyki umów w prawie krajowym, zaproponowanej na gruncie dyrektywy definicji umowy o świadczenie usług. W przeciwieństwie do dyrektywy 2011/83/WE, ustawa o prawach konsumenta nie zastrzega jednak wyraźnego wymogu odpłatności umów, do których znajduje zastosowanie. Zarazem ani w ustawie, ani w uzasadnieniu do niej nie odniesiono się do stosowania jej do umów nieodpłatnych. W doktrynie wyrażony został pogląd, że brak ustawowego odniesienia nie wyklucza stosowania ustawy o prawach konsumenta do zawartych na odległość konsumenckich umów o nieodpłatne świadczenie usług⁵⁸. W istocie obowiązki informacyjne w umowach zawieranych na odległość wprowadzone zostały jako instrument ochrony konsumenta z racji nietypowego sposobu zawarcia umowy, a nie z uwagi na pieniężny charakter świadczenia konsumenta. Brak odpłatności za usługę nie uzasadnia, także moim zdaniem, zwolnienia przedsiębiorcy z obowiązku udzielenia konsumentowi wymaganej prawem informacji⁵⁹.

Dopełnienie względem konsumenta obowiązków informacyjnych odnoszących się do usług hotelarskich nie będzie wymagane, jeżeli platforma nie służy zawieraniu umów, czyli nie pośredniczy w zawarciu umowy, nie stwarza możliwości jej zawarcia ani nie przekierowuje aktywnie na stronę usługodawcy w celu zawarcia umowy, ale jedynie dostarcza informacje na temat dostawcy (np. jego dane kontaktowe) lub usługi⁶⁰, nie pobierając jednocześnie w zamian od osoby korzystającej z informacji żadnych danych ani ceny. Jako przykład wskazać można platformy informacyjne, których rola ogranicza się do gromadzenia i udostępniania informacji

⁵⁶ European Commission, *Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy. Final Report*, October 2018, s. 9–10, https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/ec_circular_economy_final_report_0.pdf (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.). W kwestii umów o dostarczenie treści cyfrowych zob. też B. Kaczmarek-Templin: *Specyfika umów o dostarczanie treści cyfrowych w świetle ustawy o prawach konsumenta* (w:) *Ustawa o prawach konsumenta*, pod red. D. Karczewskiej, M. Namysłowskiej, T. Skoczego, Warszawa 2015, s. 101. Z brakiem odpłatności umowy o dostarczenie treści cyfrowych nie można utożsamiać umów, w których świadczenie ze strony konsumenta stanowią dane [przyp. E.M.-F.].

⁵⁷ Dyrektywa 2011/83/WE, preambuła pkt 13.

⁵⁸ Tak też E. Rutkowska-Tomaszewska (w:) *Ustawa...*, *op. cit.*, art. 2 nb 2, 7, także 51 (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

⁵⁹ W umowach o charakterze nieodpłatnym, z racji braku obowiązku zapłaty, inny będzie zakres obowiązków informacyjnych wobec konsumenta. Informacja ta musi obejmować jednak wyraźne wskazanie, że usługa świadczona jest nieodpłatnie (nie rodzi obowiązku zapłaty za nocleg). Jeżeli usługa hotelarska powiązana jest z inną odpłatną usługą — również informację odnośnie do odpłatności za inne usługi. Co do zakresu informacji zob. D. Lubasz (w:) *Ustawa...*, *op. cit.*, pod red. D. Lubasz, M. Namysłowskiej, art. 2 nb 2, 7, także 51 (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

⁶⁰ Por. *Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dot. dyrektywy PE i Rady 2011/83/UE z dn. 25.10.2011 r. w sprawie konsumentów*, Komisja Europejska, czerwiec 2014, s. 36, https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_pl.pdf (dostęp: 8 sierpnia 2019 r.).

o usługodawcach, lub platformy reklamowe, za pośrednictwem których usługodawca usług hotelarskich realizuje wyłącznie swoje cele reklamowe⁶¹.

Specyfika działania platform pośredniczących skłania także do pytania, czy zakres ingerencji i kontroli nad procesem zawarcia umowy o usługi hotelarskie może uzasadniać przypisanie części obowiązków informacyjnych odnoszących się do umowy o usługi hotelarskie platformie, nawet jeżeli stopień ingerencji platformy nie uzasadniałby traktowania platformy jak usługodawcy usług hotelarskich⁶². Niektóre z platform pośredniczących ograniczają bezpośredni przepływ informacji między dostawcą usługi a jej odbiorcą lub przejmują obsługę przedkontraktowego etapu zawarcia umowy, co istotnie ogranicza swobodę usługodawcy. Należy przyjąć, że obowiązek zapewnienia bezpiecznego środowiska kontraktowania powinien obligować platformę do stworzenia technicznych możliwości dostarczenia przez usługodawcę świadczącego usługę podstawową informacji przedkontraktowej i zapewnienia dostępu konsumenta do tej informacji⁶³. Platforma, jako organizator środowiska zawierania umów, działa w tym zakresie na rzecz usługodawcy i jej obowiązkiem jest umożliwienie mu działania *lege artis*. Ponadto, jeżeli platforma ingeruje bądź ogranicza swobodę usługodawcy, uzasadnione powinno być także przypisanie jej współodpowiedzialności za niewykonanie wymaganych prawem obowiązków informacyjnych w zakresie, w jakim obowiązana była umożliwić mu dopełnienie wymogów ustawy⁶⁴.

3. USTAWA O IMPREZACH TURYSTYCZNYCH I POWIĄZANYCH USŁUGACH TURYSTYCZNYCH

Ustawa o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych, zgodnie z treścią art. 1 pkt 1, określa warunki oferowania, sprzedaży i realizacji imprez turystycznych oraz powiązanych usług turystycznych⁶⁵. Samodzielne usługi hotelarskie nie są objęte przedmiotowym zakresem regulacji ustawy. Handel elektroniczny stwarza jednak dogodne warunki dla przedsiębiorców oferujących usługi hotelarskie lub ułatwiających ich nabywanie do korzystania z systemów łączenia rezerwacji usług turystycznych ułatwiających nabywanie różnych usług od różnych dostawców⁶⁶. Usługi takie mogą obejmować na przykład usługi hotelarskie, transportowe, wynajem pojazdów. Za pośrednictwem udostępnionego przez przedsiębiorcę systemu umożliwiającego łączenie usług różnych dostawców i dokonywanie powiązanych albo kaskadowych rezerwacji na potrzeby tej samej podróży może

⁶¹ Motyw 20 dyrektywy 2011/83/UE.

⁶² Zob. uwagi na temat kryteriów oceny stopnia kontroli platformy w pkt III.

⁶³ Zob. też D. Možina: *Retail...*, *op. cit.*, s. 29.

⁶⁴ Por. *Wytyczne DG...*, *op. cit.*, s. 36. Zob. też pogląd Ch. Wendehorst: *Platform...*, *op. cit.*, s. 33.

⁶⁵ Por. dyrektywa (UE) 2015/2302, motyw 15.

⁶⁶ Zob. dyrektywa (UE) 2015/2302, motywy 9 i 13.

dojść do utworzenia powiązanych usług turystycznych. Zgodnie z art. 4 pkt 5 u.i.t. powiązane usługi turystyczne muszą obejmować co najmniej dwie usługi turystyczne różnych rodzajów nabyte na potrzeby tego samego wyjazdu/pobytu od różnych dostawców na podstawie odrębnych umów.

Kwestią wstępną przy ocenie stosowania ustawy o imprezach turystycznych do umów zawieranych za pośrednictwem platformy pośredniczącej jest ustalenie, czy platforma, która nie świadczy usług turystycznych (choć może świadczyć usługę hotelarską) i nie jest wskazana jako strona umowy o usługę turystyczną, może być przedsiębiorcą turystycznym ułatwiającym nabywanie usług turystycznych (art. 4 pkt 7 u.i.t.) oraz czy przy jej udziale może dojść do powstania usług powiązanych (art. 6 ust. 1 u.i.t.).

Z ujętej w art. 4 pkt 7 u.i.t. definicji wynika, że przedsiębiorcą turystycznym jest: organizator turystyki, przedsiębiorca ułatwiający nabywanie powiązanych usług turystycznych, agent turystyczny i dostawca usług turystycznych będący przedsiębiorcą albo prowadzący działalność odpłatną. W przepisie odrębnie wymieniono dostawcę usług turystycznych i przedsiębiorcę ułatwiającego nabywanie usług turystycznych, co wskazuje, że mogą to być podmioty odrębne, a działalność przedsiębiorcy ułatwiającego nabywanie usług turystycznych nie musi być połączona ze świadczeniem usług turystycznych, a więc może polegać na przykład na pośredniczeniu w oferowaniu i zawieraniu umów z wykorzystaniem platformy internetowej. Intencją ustawodawcy europejskiego, wyrażoną w preambule dyrektywy 2015/2302, było objęcie jej regulacją praktyk przedsiębiorców internetowych, pośredniczących w zawieraniu przez podróżnych odrębnych umów z dostawcami poszczególnych usług turystycznych, nawet jeżeli oni sami nie są dostawcami usług turystycznych⁶⁷. Sposób działania platformy pośredniczącej, nawet jeżeli nie jest ona stroną umowy o świadczenie usług turystycznych, a tylko pośredniczy w nabywaniu różnych, samodzielnych usług turystycznych od różnych dostawców, odpowiada specyfice działania platformy pośredniczącej, polegającej na ułatwianiu nabywania usług turystycznych od różnych usługodawców.

Platforma pośrednicząca, która ułatwia nabywanie powiązanych usług turystycznych, powinna być jednak traktowana jako przedsiębiorca turystyczny, w rozumieniu ustawy o imprezach turystycznych... Ustawa przewiduje dwa sposoby utworzenia powiązanych usług turystycznych. Pierwszy z przypadków, ujęty w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.i.t., dotyczy sytuacji, gdy przy okazji jednego kontaktu z punktem sprzedaży dochodzi do nabycia różnych usług od różnych dostawców (np. usługi hotelarskiej od jednego przedsiębiorcy turystycznego i innej usługi od innego przedsiębiorcy turystycznego), a podróżny miał możliwość dokonania wyboru i zapłaty odrębnie za każdą z tych usług. Punktem sprzedaży, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 u.i.t., może być strona internetowa (art. 4 ust 11 u.i.t.), na której dochodzi do

⁶⁷ Dyrektywa (UE) 2015/2302, motyw 13.

zawarcia umowy o usługi turystyczne. Jeżeli platforma internetowa stwarza możliwość nabycia podczas wizyty „na platformie” różnych usług turystycznych od różnych dostawców na potrzeby tej samej podróży lub wakacji, fakt zawarcia odrębnej umowy z każdym z dostawców i rozłącznych płatności nie wykluczy uznania ich za powiązane usługi turystyczne. Druga z możliwości utworzenia powiązanych usług turystycznych, o której mowa w art. 6 ust. 1 pkt 2 u.i.t., zachodzi, gdy przy/po nabyciu jednej z usług (np. usługi hotelarskiej) przedsiębiorca ułatwia w sposób ukierunkowany nabycie innej dodatkowej usługi od innego przedsiębiorcy turystycznego, a umowa o tę usługę zawarta zostanie do 24 godzin po potwierdzeniu rezerwacji pierwszej z usług. Ustawa ani dyrektywa nie zastrzegają w tym przypadku, że przedsiębiorcą ułatwiającym nabycie dodatkowej usługi ma być dostawca pierwszej usługi. Przedsiębiorcą tym może być więc platforma internetowa stosująca system kaskadowych, powiązanych rezerwacji komplementarnych usług turystycznych, polegających na ukierunkowaniu klienta po rezerwacji pierwszej usługi (np. usługi hotelarskiej) na rezerwację kolejnej usługi (np. usługi transportowej) u innego przedsiębiorcy turystycznego, na potrzeby tej samej podróży lub wakacji.

W preambule dyrektywy podkreślono konieczność odróżnienia powiązanych usług turystycznych oferowanych on-line od powiązanych stron internetowych i linków, za pośrednictwem których przedsiębiorca informuje jedynie o możliwości skorzystania z innych usług, dostępnych niezależnie od dokonania rezerwacji usługi turystycznej⁶⁸, albo kieruje klienta na stronę innej platformy specjalizującej się w usługach innego rodzaju. W sytuacji, gdy platforma oferująca usługi hotelarskie jedynie informuje o innych usługach turystycznych albo udostępnia na swojej stronie linki, ogłoszenia, reklamy dotyczące usług komplementarnych, ale usługi te zawierane są bez udziału platformy i bez powiązania z faktem zawarcia za pośrednictwem platformy umowy o usługę hotelarską, usługi te nie mogą być traktowane jako usługi powiązane, w rozumieniu ustawy. W takim przypadku platforma świadcząca usługi hotelarskie nie będzie podlegać obowiązkom informacyjnym wynikającym z ustawy o imprezach turystycznych... Ustawa znajdzie natomiast zastosowanie do usług hotelarskich stanowiących usługi powiązane oferowanych za pośrednictwem platform internetowych.

Obowiązki informacyjne wobec podróżnych⁶⁹ nabywających powiązane usługi turystyczne określone zostały w rozdziale 6 ustawy o imprezach turystycznych... Przewidziany w art. 39 u.i.t. obowiązek udzielenia informacji obciąża organizatora turystyki, agenta turystycznego, a także przedsiębiorcę ułatwiającego nabywanie powiązanych usług turystycznych. Rozdział 6 nie nakłada obowiązków informacyjnych na innych niż wskazani w art. 39 u.i.t. przedsiębiorców turystycznych, w tym dostawców samodzielnych (niepowiązanych) usług turystycznych⁷⁰.

⁶⁸ Dyrektywa (UE) 2015/2302, motyw 12.

⁶⁹ Ustawa posługuje się pojęciem podróżnego (nie pojęciem konsumenta), obejmując jego zakresem także osoby fizyczne zawierające umowę podlegającą przedmiotowej regulacji ustawy — zob. art. 4 pkt 6 u.i.t.

⁷⁰ Zob. definicję przedsiębiorcy turystycznego — art. 4 pkt 7 u.i.t.

Wśród obowiązków informacyjnych wymienionych w art. 39 ust. 2 u.i.t. zwraca uwagę obowiązek poinformowania w jasny, zrozumiały i widoczny sposób o nieponoszeniu odpowiedzialności przez przedsiębiorcę ułatwiającego nabywanie powiązanych usług za należyte wykonanie każdej z usług oraz o wyłącznej odpowiedzialności każdego z usługodawców powiązanych usług turystycznych za należyte wykonanie swojej usługi. Wykonanie tego obowiązku wymaga wyraźnego poinformowania nabywcy usługi co do pozycji prawnej platformy pośredniczącej.

V. PODSUMOWANIE

Zabezpieczenie odpowiednich standardów informacyjnych względem nabywców usług świadczonych za pośrednictwem platform internetowych wpisuje się w uniwersalny postulat bezpieczeństwa obrotu prawnego. Świadczenie usług za pośrednictwem platform internetowych ze swej istoty zmniejsza przejrzystość relacji kontraktowych powstających w obrębie platformy, które bezpośrednio lub pośrednio kształtują pozycję prawną trzech podmiotów — platformy, usługodawcy i usługobiorcy. Pogłębia to fakt różnicowania zakresu usług świadczonych przez platformy oraz stopnia ich ingerencji w stosunek kontraktowy między usługodawcą i usługobiorcą usługi podstawowej.

Zakres obowiązków informacyjnych platformy pośredniczącej wynika w głównej mierze z charakteru świadczonych przez platformę usług. Obowiązujące przepisy odnoszą się do obowiązków dostawcy usług społeczeństwa informacyjnego, obowiązków informacyjnych w umowach konsumenckich zawieranych na odległość bądź obowiązków informacyjnych nałożonych na przedsiębiorcę ułatwiającego nabywanie powiązanych usług turystycznych. Żaden z analizowanych aktów normatywnych nie przewiduje szczególnych obowiązków platformy z tytułu pośrednictwa internetowego, chyba że platforma, świadcząc usługę pośrednictwa, będzie działała w imieniu lub na rzecz usługodawcy usług turystycznych. Oczywiście można wyprowadzać dodatkowo obowiązki platformy z faktu jej ingerencji w stosunek kontraktowy, w którego powstaniu pośredniczy. Podstawy prawne przypisania takich obowiązków nie są jednak oczywiste, chociaż mogą znajdować swoje uzasadnienie z racji faktycznej roli platformy w kształtowanej przez nią relacji kontraktowej.

Celowe jest uregulowanie standardów prawnych świadczenia usług przez platformy internetowe. Zwiększenie przejrzystości platform internetowych stało się jednym z postulatów zaprezentowanego przez Komisję Europejską w kwietniu 2018 r. „Nowego ładu dla konsumentów”⁷¹. Wykorzystanym w tym celu instrumentem są obowiązki informacyjne platform pośredniczących względem konsumentów.

⁷¹ Wniosek dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r., dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2005/29/WE oraz dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego

W planowanej nowelizacji dyrektywy w sprawie praw konsumentów 2011/83/WE w nowym art. 6a dyrektywy przewidziano nałożenie dodatkowych wymagań informacyjnych w umowach zawieranych za pośrednictwem platform internetowych, w zakresie między innymi parametrów rankingu wyszukiwania ofert na platformie, wskazania, czy dostawca towarów jest przedsiębiorcą, czy nie, stosowania do zawieranej umowy unijnych praw konsumentów oraz wskazania, który z przedsiębiorców odpowiada za stosowanie tych przepisów⁷². W preambule projektu z 11 kwietnia 2018 r. wskazano, że zakres odpowiedzialności za zapewnienie przestrzegania praw konsumenta ma zależeć od umownych ustaleń między platformą a dostawcami towarów/usług. Istota wprowadzonego wymogu informacyjnego nie leży w wymuszaniu przyjmowania przez platformy odpowiedzialności za dopełnienie określonych obowiązków wobec konsumentów. Jest to jednak wymóg, który może zwiększyć świadomość usługodawców co do ich własnych obowiązków, a zarazem stanowić podstawę wymagania od platformy stworzenia środowiska pozwalającego na realizację tych obowiązków przez usługodawców.

Przejrzystości stosunków kontraktowych sprzyjać powinny możliwości kontroli postanowień w umowach między platformami a ich partnerami biznesowymi między innymi w zakresie ich jasności i jednoznaczności oraz wyznaczenie standardów prawnych w zakresie wprowadzania jednostronnych zmian w warunkach korzystania z usług platform, znajdujące swoje podstawy w rozporządzeniu (UE) 2019/1150 w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego⁷³. Zgodnie z art. 3 ust. 3 rozporządzenia warunki korzystania z usług platformy lub szczegółowe postanowienia regulujące korzystanie z ich usług niespełniające wymogów określonych w art. 3 ust. 1 rozporządzenia, jak również zmiany w warunkach korzystania z usług wprowadzone przez platformę w sposób sprzeczny z ust. 2 art. 3 są nieważne.

Wątpliwości dotyczące pozycji prawnej operatorów pośredniczących platform internetowych wywołują debaty także w środowisku naukowym. Jednym z ich rezultatów jest akademicki dyskusyjny projekt dyrektywy o platformach internetowych⁷⁴, którego celem jest zaproponowanie modelu normatywnego rozwiązania problemów prawnych specyficznie ujawniających się w ekonomii platform w obszarach obowiązków informacyjnych, systemów referencyjnych, odpowiedzialności operatora platformy⁷⁵. Być może podążenie w wyznaczonym przez projekt kierun-

egzekwowania i unowocześnienia przepisów UE dotyczących ochrony konsumenta, COM (2018) 185 final, 11.04.2018.

⁷² Art. 2 ust. 4 projektu COM (2018) 185 final.

⁷³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego, Dz. Urz. L 186 z 11.07.2019 r., s. 57–79; zob. także preambuła rozporządzenia, motyw 20.

⁷⁴ Research Group on the Law of Digital Services, *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms*, EuCML 2016, Vol. 4, s. 164 i n.

⁷⁵ Zob. Ch. Busch, G. Dannemann, H. Schulte-Nölke, A. Wiewiórowska-Domagalska, F. Zoll: *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms. Commentary*, Kraków 2019.

ku pozwoliłoby uniknąć wielu, wskazanych powyżej, wątpliwości dotyczących między innymi obowiązków platformy pośredniczącej wobec nabywców usług hotelarskich korzystających z jej pośrednictwa.

BIBLIOGRAFIA

- Benjaafar S., Kong G., Liz X.: *Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage and Social Welfare in the Sharing Economy*, Management Science 2018, Vol. 65, s. 1–74.
- Busch Ch., Schulte-Nölke H., Wiewiórowska-Domagalska A., Zoll F.: *The Rise of Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer law?*, EuCML 2016, Vol. 1, s. 3–10.
- Colangelo M., Zeno-Zencovich V.: *Online platforms, competition rules and consumer protection in travel industry*, EuCML 2016, Issue 2, s. 75–86.
- Cybula P.: *Deklarowany a rzeczywisty zakres regulacji ustawy o usługach turystycznych* (w:) *Prawo sportowe i turystyczne — między regulacją a deregulacją*, pod red. M. Kalińskiego, M. Koszowskiego, Kraków 2011, s. 193–206.
- Cybula P.: *Usługi turystyczne. Komentarz*, Warszawa 2012.
- Evans D.: *Competition and Regulatory Policy for Multi-sided Platforms with Applications to the Web Economy*, Concurrences 2008, Nr 2, s. 57–62.
- Hunold M.: *Best Price Clauses: What Policy as Regards Online Platforms?*, Journal of European Competition Law & Practice 2017, Vol. 8, No. 2, s. 119–125.
- Kaczmarek-Templin B.: *Specyfika umów o dostarczanie treści cyfrowych w świetle ustawy o prawach konsumenta* (w:) *Ustawa o prawach konsumenta*, pod red. D. Karczewskiej, M. Namysłowskiej, T. Skoczego, Warszawa 2015, s. 94–109.
- Kaczmarek-Templin B., Stec P., Szostek D.: *Ustawa o prawach konsumenta*, wyd. el. Legalis.
- Koopman Ch., Mitchell M., Thierer A.: *The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change*, The Journal of Business, Entrepreneurship & The Law 2015, Vol. 8, Issue 2, s. 530–545.
- Li J., Moreno A., Zhang Z.: *Agent Behavior in the Sharing Economy: Evidence from Airbnb*, Ross School of Business Working Paper Series 2015, No. 1298.
- Lubasz D. (w:) *Świadczenie usług drogą elektroniczną oraz dostęp warunkowy. Komentarz do ustawy*, pod red. D. Lubasz, M. Namysłowskiej, Warszawa 2011, wyd. el.
- Macierzyńska-Franaszczyk E.: *Duty to Remove Misleading Information Given by Suppliers* (w:) *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms. Commentary*, eds. Ch. Busch, G. Dannemann, H. Schulte-Nölke, A. Wiewiórowska-Domagalska, F. Zoll, Jagiellonian University Press 2019, s. 143–156.

- Majewski A.: *Umowa o imprezę turystyczną zawierana przez Internet*, Przegląd Prawa Handlowego 2010, nr 6, s. 55.
- Možina D.: *Retail business, platform services and information duties*, EuCML 2016, Vol. 1, s. 25–30.
- Research Group on the Law of Digital Services, *Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms*, EuCML 2016, Vol. 4, s. 164–169.
- Riodan J.: *The Liability of Internet Intermediaries*, Oxford 2016.
- Rutkowska-Tomaszewska E. (w:) *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz*, pod red. D. Lubasz, M. Namysłowskiej, wyd. el. LEX.
- Sylwestrzak D.: *Klasyczne przewozy taksówkowe kontra UBER*, Gdańskie Studia Prawnicze 2018, t. XXXIX, s. 135–148.
- Wendehorst Ch.: *Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive*, EuCML 2016, Vol. 1, s. 30–33.
- Wiewiórowski W.R.: *Wyłączenie odpowiedzialności usługodawcy świadczącego usługę drogą elektroniczną za niektóre rodzaje usług (uwagi de lege ferenda)*, Gdańskie Studia Prawnicze 2009, t. 21, s. 199–212.
- Wolski D.: *Wpływ ustawy o prawach konsumenta na ochronę klienta korzystającego z usług turystycznych* (w:) *Ustawa o prawach konsumenta*, pod red. D. Karczewskiej, M. Namysłowskiej, T. Skoczego, Warszawa 2015, s. 289–314.
- Woods L.: *Why Uber isn't Appy: the ECJ defines the difference between transport and digital services*, <http://eulawanalysis.blogspot.com/2017/12/why-uber-isnt-appy-ecj-defines.html>.
- Zillur R.: *A Model for the Sales and Distribution of E-services*, Service Marketing Quarterly 2004, s. 71–87.

Słowa kluczowe: platforma pośrednicząca, usługi elektroniczne, usługi hotelarskie, obowiązek informacyjny.

ELWIRA MACIERZYŃSKA-FRANASZCZYK

LEGAL STATUS OF ONLINE PLATFORMS ACTING
AS INTERMEDIARIES FOR HOTEL SERVICES
AND THEIR INFORMATION DUTIES TOWARDS CUSTOMERS

S u m m a r y

On one hand, the mode of operation of online intermediary platforms increases contract security. On the other, it restricts the contractual freedom of hotel services' providers de-

delivering their services via platform. Such restrictions may impact fulfilment of information duties towards customers. The scope of information duties related to electronic services is set out in the Act on e-services, which also constitutes the legal ground for the platform's obligation to ensure security of provided intermediary services. The Act on consumer rights provides for a wide range of information duties towards consumers in distance contracts. Although they are incumbent to hotel service providers, a significant degree of platform's interference in a contractual relationship between the provider and customer of hotel services may justify imposing on the platform an obligation to perform some information duties, which in general are attributed to the provider of hotel services. Intermediary platforms also may be subject to the information duties provided for in the the Act on package travels. An assignment of liability for delivering the customer information is in line with its duty to assure security of intermediation services. The article includes an analysis of legal grounds of attributing some of these duties to the platform provider. Determining their content and scope requires prior identification of the kind and legal nature of services provided by the platform and its interconnection with the hotel services provided via the platform.

Keywords: intermediary platform, e-services, hotel services, duty to inform.