



PORADNIK

ZMIANA REGULAMINU Z KLASĄ

KANCELARIA WYNIMKO & PARTNERZY

PROLOG

Prowadzenie działalności gospodarczej ma to do siebie, że wiąże się z koniecznością ciągłego monitorowania zmian w prawie, których z roku na rok przybywa.

Każdy regulamin sklepu internetowego jest dokumentem dynamicznym, przez co każda ingerencja w jego treść stanowi zmianę warunków umowy łączącej administratora z użytkownikiem.

Niniejszy poradnik ma jeden prosty cel jakim jest pomoc w odnalezieniu się w gąszczu przepisów, które utrudniają tak prozaiczną czynność jak zmiana regulaminu sklepu. Jednocześnie chcemy, aby regulaminy sklepów chroniły zarówno przedsiębiorców jak i klientów czyli konsumentów.

Dbłość o aktualny i zgodny z prawem regulamin to nie jest tylko przejaw profesjonalizmu, ale przede wszystkim realne bezpieczeństwo finansowe Twojej firmy. Prezes UOKiK posiada bowiem bardzo skuteczne narzędzia do dyscyplinowania przedsiębiorców, którzy stosują nieuczciwe praktyki.

Jeśli Urząd uzna, że Twój regulamin zawiera klauzule niedozwolone lub jego brak narusza zbiorowe interesy konsumentów, może nałożyć na Twoją firmę karę finansową w wysokości nawet do **10% przychodów** za poprzedni rok obrotowy.

1.

CHARAKTER PRAWNY ZMIANY WZORCA UMOWNEGO

Bez wątplenia kluczowym elementem prawidłowego przeprowadzenia procesu aktualizacji regulaminu sklepu jest precyzyjne rozróżnienie charakteru i typu zobowiązań łączących strony.

W obrocie elektronicznym mamy tak naprawdę do czynienia z dwoma rodzajami stosunków prawnych, czyli ze:

1. zobowiązaniami jednorazowymi

(np.: umowa sprzedaży),

2. zobowiązaniami ciągłymi

(np.: szeroko rozumiane subskrypcje).

Ważne: posiadanie "konta klienta" lub "newslettera" to już usługa ciągła, co nakłada na sprzedawcę surowsze wymogi przy zmianie regulaminu.

ZGODNIE Z ZASADĄ „LEX RETRO NON AGIT”, ZMIANA REGULAMINU NIE MOŻE ODNOŚĆ SKUTKU WOBEC UMÓW SPRZEDAŻY ZAWARTYCH PRZED WEJŚCIEM W ŻYCIE NOWELIZACJI.

Powyżej wskazana paremia, która jest jedną z podstawowych zasad prawa wskazuje nam na to, że zamówienia złożone pod rządami "starego" regulaminu, realizowane są na zasadach w nim określonych. Tym samym ingerencja w treść już zawartego stosunku

zobowiązaniowego byłaby bezsprzecznie rażącym naruszeniem interesów klienta.

Odmiennie sytuacja kształtuje się w przypadku usług ciągłych. Tutaj ustawodawca dopuszcza zmianę wzorca w trakcie trwania umowy, pod warunkiem dochowania rygorów określonych w art. 384 i następnych Kodeksu cywilnego.

2.

KLAUZULA MODYFIKACYJNA I PRZYCZYNY ZMIAN

Legalność procesu nowelizacji regulaminu uzależniona jest od istnienia w pierwotnej treści dokumentu precyzyjnie określonej

klauzuli modyfikacyjnej. Orzecznictwo jest tu bezlitosne i jednoznacznie neguje prawo przedsiębiorcy do „arbitralnej” zmiany warunków umowy.

Zapisy typu *„Usługodawca zastrzega sobie prawo do zmiany regulaminu w dowolnym terminie”* uznawane są za klauzule abuzywne, czyli niedozwolone, w konsekwencji czego nie wywołują skutków prawnych.

Katalog ważnych przyczyn uprawniających do zmiany regulaminu to:

1. Zmiany powszechnie obowiązującego prawa, wpływające na treść świadczonych usług;
2. Konieczność dostosowania dokumentacji do orzeczeń sądowych lub decyzji administracyjnych;

3. Zmiany technologiczne lub funkcjonalne serwisu;
4. zmiana danych adresowych;
5. dodanie nowej metody płatności;
6. wprowadzenie newslettera lub zmiana operatora logistycznego.

Zaistnienie jednej z wyszczególnionych powyżej przesłanek legitymizuje rozpoczęcie procedury aktualizacyjnej.

3.

PROCEDURA NOTYFIKACYJNA A SKUTECZNOŚĆ DORĘCZENIA

Niestety, ale samo opublikowanie nowej treści regulaminu na stronie internetowej

sklepu nie wywołuje skutków prawnych względem zarejestrowanych użytkowników.

Aby zmiana wiązała drugą stronę, musi ona zostać o niej powiadomiona w sposób umożliwiający zapoznanie się z nowym wzorcem przed jego wejściem w życie.

Wymagane jest przy tym zachowanie formy dokumentowej, co w praktyce oznacza konieczność wysyłki wiadomości e-mail do bazy użytkowników. Wiadomość ta powinna zawierać przede wszystkim:

1. Informację o fakcie zmiany regulaminu;
2. Wskazanie daty wejścia zmian w życie;
3. Zestawienie wprowadzonych zmian lub pełną treść nowego dokumentu;
4. Pouczenie o prawie do wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji nowych warunków.

Zastosowanie trybu milczącej akceptacji jest dopuszczalne, o ile dotychczasowy regulamin to przewidywał. Mimo wszystko jednak w przypadku istotnych modyfikacji zalecamy wymuszenie aktywnego działania użytkownika. Można to zrobić m.in.: poprzez zobowiązanie go do akceptacji regulaminu poprzez tzw. „Checkboxa”.

4.

OBOWIĄZKI ARCHIWIZACYJNE

Obowiązek archiwizacji, choć technicznie wymagający, jest niezbędny dla zachowania transparentności.

Obowiązkiem administratora, wynikającym z konieczności zachowania transparentności,

jest utrzymywanie przez pewien okres dostępu do wersji archiwalnych regulaminów. Każdy musi mieć możliwość weryfikacji brzmienia umowy, która obowiązywała w chwili dokonywania przez niego czynności prawnej.

Częstą praktyką, którą rekomendujemy jest stworzenie specjalnej dedykowanej podstrony zawierającej historyczne wersje dokumentów wraz z datami ich obowiązywania.

5.

NOWE OBOWIĄZKI

W latach 2024 i 2025 dynamicznie zmieniające się otoczenie prawne stało się najczęstszą przyczyną, dla której właściciele

e-commerce muszą aktualizować swoje regulaminy.

Dwa kluczowe akty prawne, które obecnie dyktują standardy rynkowe, to dyrektywa Omnibus oraz rozporządzenie GPSR. Ich wdrożenie w dokumentacji sklepu jest niezbędne, aby działać przejrzysto i unikać dotkliwych kar.

Unijna dyrektywa Omnibus, to (zdaniem ustawodawcy) rewolucja w informowaniu o promocjach. Jeśli obniżasz cenę produktu, masz obowiązek podać informację o najniższej cenie danych towarów, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Rozporządzenie „GPSR” natomiast skupia się na zapewnieniu najwyższego poziomu ochrony konsumentów poprzez zaostrzenie zasad bezpieczeństwa danych produktów

wprowadzanych do obrotu. W praktyce oznacza to, że w regulaminie i na stronach produktowych muszą pojawić się dodatkowe informacje dotyczące producentów oraz instrukcje bezpieczeństwa dla towarów objętych konkretnymi normami.

6.

AKCEPTACJA REGULAMINU

Samo wysłanie wiadomości e-mail z informacją o nowym regulaminie to dopiero połowa sukcesu. Choć jest to standardowa procedura notyfikacyjna, w przypadku klientów posiadających konto w serwisie, warto pójść o krok dalej, aby zapewnić swojej firmie pełne bezpieczeństwo prawne.

Wielu przedsiębiorców popełnia błąd, opierając się na tzw. „milczącej akceptacji”, zakładając, że jeśli klient nie zrezygnuje z usług w ciągu 14 dni, to automatycznie zgadza się na nowe warunki. Jest to działanie kontrowersyjne i ryzykowne. Najlepszą i najbardziej rekomendowaną praktyką jest wymuszenie tzw. „aktywnego kroku” (ang. active step) ze strony użytkownika.

Jak to wdrożyć technicznie?

1. Najskuteczniejszym rozwiązaniem jest wyświetlenie klientowi okna (pop-upu lub nakładki) z treścią nowego regulaminu przy jego pierwszym logowaniu do konta po wejściu zmian w życie.
2. Klient powinien zostać poproszony o ponowne wyrażenie zgody na aktualny regulamin. Niezbędne jest przy tym

zastosowanie checkboxa, **który nie może być domyślnie zaznaczony.**

3. Jeśli użytkownik nie zaakceptuje nowych warunków, system powinien uniemożliwić mu dalsze korzystanie z funkcjonalności konta.

4. Twój system informatyczny powinien przede wszystkim zapisać twardy dowód w bazie danych, potwierdzający, że klient świadomie zapoznał się i zaakceptował nową wersję dokumentu.

Pamiętaj, że w razie ewentualnego sporu przed UOKiK to na Tobie jako sprzedawcy spoczywa obowiązek wykazania, że klient otrzymał treść zmian i wyraził na nie zgodę.

PODSUMOWANIE

Na koniec, przedstawiamy krótką checklistę „procedury” zmiany regulaminu czyli to co trzeba zrobić przed tą często „drobną” zmianą

- Analiza dotychczasowego regulaminu pod kątem istnienia klauzuli modyfikacyjnej oraz precyzyjnego zdefiniowania „ważnych przyczyn” zmiany.
- Przygotowanie nowej treści dokumentu ze szczególnym uwzględnieniem przepisów przejściowych, gwarantujących ochronę praw nabytych przez klientów.
- Wyznaczenie daty publikacji oraz daty wejścia w życie zmian, z zachowaniem wymaganego odstępu (rekomendowane minimum 14 dni).
- Opracowanie treści komunikatu do użytkowników posiadających konta, zawierającego nowy wzorzec lub wykaz zmian oraz pouczenie o prawie do wypowiedzenia umowy.
- Dystrybucja korespondencji do użytkowników oraz publikacja nowego regulaminu na stronie sklepu z wyraźnym oznaczeniem daty jego obowiązywania.
- Przeniesienie dotychczasowego regulaminu do dedykowanej sekcji archiwalnej z oznaczeniem okresu, w jakim dokument ten obowiązywał.
- Wdrożenie mechanizmów technicznych wymuszających ponowną akceptację regulaminu przy logowaniu lub składaniu nowego zamówienia.

Najgorszą rzeczą jaką można zrobić, jest skopiowanie cudzego regulaminu, który

został stworzony według potrzeb innego podmiotu

**JEŻELI MIMO WSZYSTKO MAJĄ
PAŃSTWO OBAWY PRZED
WPROWADZENIEM ZMIAN W
REGULAMINIE, ZAPRASZAMY DO
KONTAKTU.**