

Spis treści

Wykaz skrótów	11
Wprowadzenie	14
 Rozdział I	
Jednolity rynek cyfrowy i ochrona użytkowników – ramy prawne	16
1.1. Pojęcie jednolitego rynku cyfrowego – wprowadzenie	16
1.2. Pakiet o usługach cyfrowych a priorytety legislacyjne dla „Cyfrowej Europy” ..	17
1.3. Od dyrektywy w sprawie handlu elektronicznego do Aktu o usługach cyfrowych	19
1.3.1. Swoboda przepływu usług społeczeństwa informacyjnego	19
1.3.2. Wyłączenia odpowiedzialności w dyrektywie o handlu elektronicznym ..	20
1.3.3. Regulacja działalności platform internetowych – droga do DSA	22
1.4. Unijna polityka ochrony konsumentów wobec transformacji cyfrowej	23
1.5. Od prawa konkurencji do Aktu o rynkach cyfrowych	29
1.5.1. Relacja między prawem konkurencji UE a Aktem o rynkach cyfrowych .	29
1.5.2. Ogólna charakterystyka rynków cyfrowych oraz cele DMA	31
1.6. Podsumowanie	32
 Rozdział II	
Moderowanie treści i prawa użytkowników w Akcie o usługach cyfrowych – wzmacniane czy zaniedbane?	34
2.1. Wprowadzenie	34
2.2. Wzmocnienie pozycji użytkowników w zakresie moderowania treści	36
2.2.1. Zachęcanie do moderowania na platformach	37
2.2.2. „Prawo” do zgłaszania treści	40
2.3. Transparentność moderowania dla użytkowników: prawo do bycia poinformo- wanym	43
2.4. Podsumowanie	50
 Rozdział III	
Zasada ochrony praw konsumentów w Akcie o usługach cyfrowych – mapowanie korzyści dla konsumentów	53
3.1. DSA a unijne prawo konsumenckie	53
3.2. Konsument jako podmiot w DSA	55

3.3. Konsument jako podmiot w DSA na platformach B2C	58
3.3.1. Wyjątek konsumencki przy odpowiedzialności za usługi hostingu	58
3.3.2. Należyta staranność platform B2C wobec konsumentów	60
3.4. Wybrane przepisy DSA z perspektywy konsumenckiej	64
3.4.1. Warunki korzystania z usług	65
3.4.2. Reklama internetowa	67
3.4.3. Ochrona małoletnich	68
3.5. Podsumowanie	70

Rozdział IV

Uprawnienia przyznane uczestnikom rynków cyfrowych przez Akt o rynkach cyfrowych

72

4.1. Wprowadzenie	72
4.2. Kluczowe podobieństwa i różnice między DMA a prawem konkurencji	72
4.3. Akt o rynkach cyfrowych jako źródło uprawnień użytkowników platform	75
4.3.1. Bezpośredni skutek prawa konkurencji UE	75
4.3.2. Bezpośredni skutek DMA	76
4.4. Beneficjenci Aktu o rynkach cyfrowych	78
4.4.1. Wprowadzenie	78
4.4.2. Użytkownicy biznesowi	80
4.4.3. Użytkownicy końcowi	82
4.5. Uprawnienia zawarte w DMA	83
4.5.1. Obowiązki strażników dostępu	83
4.5.2. Prawa przyznane wspólnie użytkownikom biznesowym i końcowym	84
4.5.2.1. Korzystanie oraz dostęp do danych użytkowników	84
4.5.2.2. Interoperacyjność oraz podobne uprawnienia	86
4.5.2.3. Interoperacyjność usług łączności interpersonalnej niewykorzystujących numerów	87
4.5.2.4. Dostęp do treści między platformami, kierowanie użytkowników oraz wiązanie usług	88
4.5.2.5. Klauzule najwyższego uprzywilejowania	89
4.5.2.6. Skuteczność i rezygnacja z usługi platformowej	89
4.5.3. Uprawnienia użytkowników biznesowych	89
4.5.3.1. Self-preferencing	89
4.5.3.2. Dostęp do sklepów z aplikacjami na warunkach FRAND	90
4.5.3.3. Reklamy internetowe	91
4.6. Podsumowanie	91

Rozdział V

Dochodzenie praw i sądowa ochrona użytkowników na rynku cyfrowym

92

5.1. Wprowadzenie	92
5.2. Egzekwowanie DMA przez organy publiczne	93
5.2.1. Wprowadzenie	93
5.2.2. Szczególne elementy podejścia <i>ex ante</i>	95

5.2.3. Niewypełnianie obowiązków	97
5.3. Egzekwowanie DSA na drodze publicznoprawnej	98
5.3.1. Właściwe organy krajowe i koordynatorzy do spraw usług cyfrowych	98
5.3.2. Uprawnienia w zakresie egzekwowania. Sankcje	100
5.3.3. Egzekwowanie w odniesieniu do VLOP/VLOSE	102
5.3.4. Spory użytkowników z platformami – rola DSC	104
5.4. Egzekwowanie DSA na drodze prywatnoprawnej	108
5.5. Egzekwowanie przez podmioty prywatne uprawnień wynikających z DMA	112
5.5.1. Kontekst systemowy	112
5.5.2. Uprawnienia podlegające egzekwowaniu przez podmioty prywatne	114
5.6. Podsumowanie	115
Konkluzje	117
Wykaz źródeł	223

Contents

Abbreviations	11
Introduction	123
 Chapter I	
Digital Single Market and the regulatory framework for rights of users	125
1.1. The concept of the Digital Single Market – Introduction	125
1.2. Digital Services Package as part of shaping Digital Europe legislative initiatives	126
1.3. From e-commerce to the DSA	127
1.3.1. Freedom to provide information society services	127
1.3.2. Liability exemptions in the ECD	129
1.3.3. Regulating online platforms – the road to the DSA	130
1.4. EU Consumer Protection Policy towards Digital Transformation	132
1.5. From Competition Law to the Digital Markets Act	137
1.5.1. Interplay between EU competition law and the Digital Markets Act	137
1.5.2. Overall characteristics of digital markets and DMA's goals	138
1.6. Conclusions	140
 Chapter II	
Content moderation and rights of users in the Digital Services Act – protected or neglected?	141
2.1. Introduction	141
2.2. User empowerment in content moderation	143
2.2.1. Incentives for moderation	144
5.2.2. “Right” to report	146
2.3. Transparency of content moderation for users: right to be informed	149
2.4. Conclusions	156
 Chapter III	
The principle of consumer protection under the Digital Services Act – mapping consumer benefits	159
3.1. The Digital Services Act and EU consumer law	159
3.2. Consumers in the Digital Services Act	161
3.3. Provisions of the DSA dedicated to consumer protection on B2C platforms	164

3.3.1. Consumer exception within the liability for hosting services	164
3.3.2. Due diligence of B2C platforms towards consumers	166
3.4. Selected DSA provisions from the consumer perspective	170
3.4.1. Terms and conditions of the services	170
3.4.2. Online advertising	172
3.4.3. Protection of minors	173
3.5. Conclusions	175

Chapter IV

Rights granted upon digital markets participants by the Digital Markets Act

4.1. Introduction	177
4.2. Key similarities and differences between the DMA and competition law	177
4.3. The Digital Markets Act as a source of platform users' rights	180
4.3.1. Direct effect of EU competition law	180
4.3.2. Direct effect of the DMA	180
4.4. Beneficiaries of the Digital Markets Act	182
4.4.1. Introduction	182
4.4.2. Business users	184
4.4.3. End users	185
4.5. Rights included in the DMA	186
4.5.1. Gatekeepers' obligations	186
4.5.2. Rights enjoyed by both business as well as end users	187
4.5.2.1. Use and access to users' data	187
4.5.2.2. Interoperability and similar rights	189
4.5.2.3. NI-ICS interoperability	190
4.5.2.4. Cross-platform access to content, anti-steering and tying	191
4.5.2.5. Most Favoured Nation	192
4.5.2.6. Effectiveness and termination	192
4.5.3. Business users' rights	192
4.5.3.1. Self-preferencing	192
4.5.3.2. Access to application stores on FRAND conditions	193
4.5.3.3. Online advertising	194
4.6. Conclusions	194

Chapter V

Enforcement and judicial protection of users in the digital market

5.1. Introduction	195
5.2. Public enforcement of the Digital Markets Act	196
5.2.1. Introduction	196
5.2.2. Specific elements of <i>ex-ante</i> enforcement	197
5.2.3. Non-compliance proceedings and decisions	199
5.3. Public enforcement of the Digital Services Act	200
5.3.1. Competent authorities and Digital Services Coordinators	200
5.3.2. Supervision and enforcement powers	202

5.3.3. Enforcement over VLOPs and VLOSEs	204
5.3.4. Users' disputes with online platforms and the role of DSCs	206
5.4. Private enforcement of the Digital Services Act	210
5.5. Private enforcement of the Digital Markets Act	213
5.5.1. Systemic background	213
5.5.2. What rights can be enforced and how	215
5.6. Conclusions	216
Conclusions	218
Sources	223