

USTAWA O PRAWACH KONSUMENTA

Komentarz

redakcja naukowa Dominik Lubasz, Monika Namysłowska

Witold Chomiczewski, Jakub Janeta, Dominik Lubasz
Elwira Macierzyńska-Franaszczyk, Wiktor P. Matysiak
Monika Namysłowska, Edyta Rutkowska-Tomaszewska

KOMENTARZE

WYDANIE **2**

USTAWA O PRAWACH KONSUMENTA

Komentarz

redakcja naukowa Dominik Lubasz, Monika Namysłowska

Witold Chomiczewski, Jakub Janeta, Dominik Lubasz
Elwira Macierzyńska-Franaszczyk, Wiktor P. Matysiak
Monika Namysłowska, Edyta Rutkowska-Tomaszewska

KOMENTARZE

WYDANIE 2

Stan prawny na 28 lutego 2025 r.

Wydawczyni
Monika Pawłowska

Redaktorka prowadząca
Katarzyna Gierłowska

Opracowanie redakcyjne
JustLuk

Projekt okładek serii
Wojtek Janikowski, Przemek Dębowski

Komentarze do poszczególnych części napisali:

Witold Chomiczewski – art. 1 pkt 3, art. 2 pkt 8–9, art. 3a, art. 7aa, art. 7ab, art. 12a,
art. 17a, art. 27–38, art. 54

Jakub Janeta – art. 43b, art. 43d–43e

Jakub Janeta, Wiktor P. Matysiak – art. 43a

Dominik Lubasz – art. 1 pkt 4a–4b, art. 2 – uwagi ogólne, art. 2 pkt 1–4, pkt 5, pkt 6–7, art. 3,
art. 4 ust. 1, art. 4a, art. 10–11, art. 13–17, art. 18–24, art. 26, art. 51

Dominik Lubasz, Monika Namysłowska – wprowadzenie, art. 1 – uwagi wstępne, art. 1 pkt 1–2,
art. 8, art. 12, art. 25

Elwira Macierzyńska-Franaszczyk – art. 2 pkt 5a–5h, art. 43h–43q

Wiktor P. Matysiak – art. 2 pkt 4a–4b, art. 6, art. 43c, art. 43f–43g

Monika Namysłowska – art. 5, art. 7, art. 9

Edyta Rutkowska-Tomaszewska – art. 1 pkt 4, art. 4 ust. 2, art. 7a, art. 39–43

prawolubni

Ta książka jest wspólnym dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, byś przestrzegał przysługujących
im praw. Książkę możesz udostępnić osobom bliskim lub osobiście znanym, ale nie publikuj
jej w internecie. Jeśli cytujesz fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz,
czyje to dzieło. A jeśli musisz skopiować część, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujmy prawo i własność
Więcej na www.legalnakultura.pl
Polska Izba Książki

© Copyright by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2025

ISBN 978-83-8390-322-4

2. wydanie

Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.
Dział Praw Autorskich
01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33
tel. +48 728 313 462; e-mail: PL-ksiazki@wolterskluwer.com
księgarnia internetowa www.profinfo.pl

Spis treści

Wykaz skrótów	15
Wprowadzenie	21
Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 1796)	27
Rozdział 1. Przepisy ogólne	29
Art. 1. [Przedmiot ustawy]	29
Uwagi wstępne	29
Obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem (art. 1 pkt 1)	31
Zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 1 pkt 2)	31
Zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 1 pkt 3)	32
Zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych (art. 1 pkt 4)	33
Zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy zobowiązującej do przeniesienia własności towaru na konsumenta (art. 1 pkt 4a)	35
Zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 1 pkt 4b)	36
Art. 2. [Definicje ustawowe]	36
Uwagi ogólne	37
Umowa zawarta na odległość (art. 2 pkt 1)	39
Umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 2 pkt 2)	45
Lokal przedsiębiorstwa (art. 2 pkt 3)	50
Trwały nośnik (art. 2 pkt 4)	53
Towar – rzecz ruchomą, a także wodę, gaz i energię elektryczną, w przypadku gdy są oferowane do sprzedaży w określonej objętości lub ilości (art. 2 pkt 4a)	59

Trwałość – zdolność towaru do zachowania jego funkcji i właściwości w toku zwykłego korzystania (art. 2 pkt 4b)	61
Treść cyfrowa (art. 2 pkt 5)	62
Usługa cyfrowa (art. 2 pkt 5a)	66
Towar z elementami cyfrowymi (art. 2 pkt 5b)	73
Środowisko cyfrowe (art. 2 pkt 5c)	78
Integracja (art. 2 pkt 5d)	81
Kompatybilność (art. 2 pkt 5e)	83
Funkcjonalność (art. 2 pkt 5f)	87
Interoperacyjność (art. 2 pkt 5g)	89
Cena (art. 2 pkt 5h)	91
Aukcja publiczna (art. 2 pkt 6)	96
Dane osobowe (art. 2 pkt 7)	99
Internetowa platforma handlowa (art. 2 pkt 8)	103
Dostawca internetowej platformy handlowej (art. 2 pkt 9)	104
Art. 3. [Umowy wyłączone spod regulacji ustawy]	106
Art. 3a. [Umowy dotyczące usług zdrowotnych wyłączone spod regulacji ustawy]	120
Art. 4. [Umowy częściowo wyłączone spod regulacji ustawy]	123
Art. 4a. [Sposób wykonania przez administratora obowiązku informacyjnego dotyczącego przetwarzania danych osobowych w zakresie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość oraz innych umów]	139
Sposób wykonania przez administratora obowiązku informacyjnego dotyczącego przetwarzania danych osobowych	139
Art. 5. [Spełnienie świadczenia niezamówionego przez konsumenta]	142
Art. 6. [Umowa o przeniesienie własności rzeczy oraz o wykonanie usługi; umowa o przeniesienie własności towaru z elementami cyfrowymi]	146
Art. 7. [Prokonsumencki charakter praw przyznawanych przez ustawę] . . .	148
Art. 7a. [Termin odpowiedzi na reklamację]	149
Art. 7aa. [Ochrona konsumencka osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą]	165
Art. 7ab. [Zakaz zawierania umów dotyczących usług finansowych podczas pokazu lub wycieczki]	168
Rozdział 2. Obowiązki przedsiębiorcy w umowach, innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość	171
Art. 8. [Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy]	171
Informacje ogólne	171
Artykuł 8 <i>ab initio</i>	173
Główne cechy świadczenia (art. 8 pkt 1)	178
Dane identyfikujące (art. 8 pkt 2)	179
Łączna cena lub wynagrodzenie (art. 8 pkt 3)	181

Sposób i termin spełnienia świadczenia oraz procedura rozpatrywania reklamacji (art. 8 pkt 4)	182
Odpowiedzialność za zgodność świadczenia z umową (art. 8 pkt 5)	183
Treść usług posprzedażnych i gwarancji (art. 8 pkt 6)	184
Czas trwania umowy (art. 8 pkt 7)	185
Funkcjonalność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych (art. 8 pkt 8)	185
Kompatybilność i interoperacyjność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych (art. 8 pkt 9)	187
Art. 9. [Wyłączenie obowiązków informacyjnych w zakresie drobnych umów życia codziennego]	188
Art. 10. [Płatności dodatkowe]	190
Art. 11. [Zakaz obciążania konsumenta wyższymi opłatami za połączenia telefoniczne]	193
Rozdział 3. Obowiązki przedsiębiorcy w umowach zawieranych poza lokałem przedsiębiorstwa lub na odległość	196
Art. 12. [Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy przy umowach zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa]	196
Informacje ogólne	197
Artykuł 12 ust. 1 <i>ab initio</i>	197
Główne cechy świadczenia (art. 12 ust. 1 pkt 1)	205
Dane identyfikujące (art. 12 ust. 1 pkt 2)	206
Adres przedsiębiorstwa, adres poczty elektronicznej oraz numer telefonu (art. 12 ust. 1 pkt 3)	207
Środek komunikacji on-line, jeżeli taki środek przedsiębiorca dodatkowo udostępnia (art. 12 ust. 1 pkt 3a)	208
Adres, pod którym konsument może składać reklamacje (art. 12 ust. 1 pkt 4)	209
Łączna cena lub wynagrodzenie (art. 12 ust. 1 pkt 5)	210
Indywidualne dostosowanie ceny na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji (art. 12 ust. 1 pkt 5a)	212
Koszty korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy (art. 12 ust. 1 pkt 6)	214
Sposób i termin zapłaty (art. 12 ust. 1 pkt 7)	215
Sposób i termin spełnienia świadczenia oraz stosowana procedura rozpatrywania reklamacji (art. 12 ust. 1 pkt 8)	216
Sposób i termin wykonania prawa odstąpienia od umowy oraz wzór formularza odstąpienia od umowy (art. 12 ust. 1 pkt 9) . . .	217
Koszt zwrotu towaru w przypadku odstąpienia od umowy (art. 12 ust. 1 pkt 10)	218
Obowiązek zapłaty przez konsumenta poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów w przypadku odstąpienia od umowy (art. 12 ust. 1 pkt 11)	219

Brak prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 38 lub okoliczności, w których konsument traci prawo odstąpienia od umowy (art. 12 ust. 1 pkt 12)	220
Przewidziana przez prawo odpowiedzialność przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową (art. 12 ust. 1 pkt 13)	220
Istnienie i treść gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposób ich realizacji (art. 12 ust. 1 pkt 14)	221
Kodeks dobrych praktyk (art. 12 ust. 1 pkt 15)	221
Czas trwania umowy lub sposób i przesłanki wypowiedzenia (art. 12 ust. 1 pkt 16)	222
Minimalny czas trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy (art. 12 ust. 1 pkt 17)	223
Kaucja lub inne gwarancje finansowe (art. 12 ust. 1 pkt 18)	223
Funkcjonalności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz mające zastosowanie techniczne środki ich ochrony (art. 12 ust. 1 pkt 19)	224
Kompatybilność i interoperacyjność towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych (art. 12 ust. 1 pkt 20)	225
Pozasądowe sposoby rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasady dostępu do tych procedur (art. 12 ust. 1 pkt 21)	226
Artykuł 12 ust. 2	226
Artykuł 12 ust. 3	227
Art. 12a. [Obowiązki informacyjne dostawcy internetowej platformy handlowej wobec konsumenta]	227
Art. 13. [Wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy]	230
Art. 14. [Sformułowanie informacji w sposób czytelny. Przekazanie informacji na trwałym nośniku]	235
Art. 15. [Wydanie konsumentowi dokumentu umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub potwierdzenia jej zawarcia]	237
Art. 16. [Umowy zawierane w celu naprawy lub konserwacji]	241
Art. 17. [Przekazanie informacji bezpośrednio przed złożeniem zamówienia przez konsumenta]	243
Art. 17a. [Zakaz przyjmowania płatności przed upływem terminu do odstąpienia od umowy w przypadku jej zawarcia podczas wycieczki, nieumówionej wizyty przedsiębiorcy lub pokazu]	250
Art. 18. [Informacje o ograniczeniach dotyczących dostarczania oraz o akceptowanych sposobach płatności przy zamówieniach on-line]	252
Art. 19. [Ograniczenie zakresu przekazywanych informacji w związku ze specyfiką środka porozumiewania się na odległość]	257
Art. 20. [Obowiązki przedsiębiorcy kontaktującego się z konsumentem przez telefon]	260
Art. 21. [Przekazanie potwierdzenia zawarcia umowy na odległość]	264
Art. 22. [Informacje przedkontraktowe jako integralna część umowy]	269

Art. 23.	[Konsekwencje niedopełnienia obowiązków informacyjnych dotyczących opłat dodatkowych lub innych kosztów]	272
Art. 24.	[Ciężar dowodu spełnienia obowiązków informacyjnych]	275
Art. 25.	[Dodatkowe przepisy stosowane do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość]	276
Art. 26.	[Pierwszeństwo stosowania ustawy o prawach konsumenta]	277
 Rozdział 4. Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa		
Art. 27.	[Termin do odstąpienia od umowy]	283
Art. 28.	[Początek biegu terminu do odstąpienia od umowy]	289
Art. 29.	[Przedłużenie terminu do odstąpienia od umowy]	297
Art. 30.	[Złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy]	300
Art. 31.	[Skutki odstąpienia od umowy]	309
Art. 32.	[Zwrot przedmiotu świadczenia oraz płatności]	311
Art. 32a.	[Zakaz wykorzystywania treści wytworzonych lub dostarczonych przez konsumenta w przypadku odstąpienia od umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej]	320
Art. 33.	[Płatności zwracane w przypadku wyboru przez konsumenta innego niż najtańszy sposób dostawy]	326
Art. 34.	[Zwrot towaru przez konsumenta; obowiązek zaprzestania korzystania z treści cyfrowej lub usługi cyfrowej]	329
Art. 35.	[Obowiązek zapłaty za świadczenia spełnione do momentu odstąpienia od umowy]	337
Art. 36.	[Koszty usług spełnionych przed odstąpieniem od umowy nie ponoszone przez konsumenta]	340
Art. 37.	[Wygaśnięcie umów dodatkowych]	344
Art. 38.	[Wyjątki od prawa do odstąpienia od umowy]	347
Art. 38a.	(uchylony)	364
 Rozdział 5. Umowy dotyczące usług finansowych zawierane na odległość . . .		
Art. 39.	[Przedkontraktowe obowiązki informacyjne w zakresie umów o usługi finansowe zawieranych na odległość]	365
Art. 40.	[Odstąpienie od umowy o usługę finansową zawartą na odległość] . . .	401
Art. 41.	[Skutki niezastosowania się przedsiębiorcy do obowiązków informacyjnych]	412
Art. 42.	[Wypowiedzenie umowy zawartej na czas nieoznaczony]	418
Art. 43.	[Ograniczenie stosowania przepisów]	423
 Rozdział 5a. Umowy zobowiązujące do przeniesienia własności towaru na konsumenta		
Art. 43a.	[Odpowiedzialność za brak zgodności towaru z umową]	436
Art. 43b.	[Afirmatywna zgodność towaru z umową]	438
	Uwagi wprowadzające	438
	Zakres temporalny – norma kolizyjna	438

	Afirmatywne ujęcie zgodności towaru z umową – rys historyczny	439
	Zgodność towaru z umową	440
	Zgodność towaru z umową w ujęciu subiektywnym	441
	Zgodność towaru z umową w ujęciu obiektywnym	444
	Obiektywna zgodność z umową towarów z elementami cyfrowymi . . .	449
	Przesłanki obiektywnej zgodności z umową towarów z elementami cyfrowymi – odesłanie	451
	Brak zgodności towaru z umową wynikający z niewłaściwego zamontowania (instalacji)	454
Art. 43c.	[Zakres czasowy odpowiedzialności sprzedawcy]	456
Art. 43d.	[Uprawnienia konsumenta w przypadku braku zgodności z umową]	458
	Uwagi wprowadzające – hierarchiczny (sekwencyjny) model uprawnień na wypadek niezgodności towaru z umową	459
	Uprawnienie konsumenta do żądania wymiany lub naprawy rzeczy (tzw. uprawnienia pierwszej sekwencji / pierwszego poziomu)	461
	Uprawnienie przedsiębiorcy do modyfikacji wybranego przez konsumenta sposobu doprowadzenia towaru do zgodności z umową	462
	Uprawnienie przedsiębiorcy do odmowy doprowadzenia towaru do zgodności z umową	463
	Niemożliwość oraz nadmierność kosztów naprawy lub wymiany towaru	463
	Niemożliwość naprawy lub wymiany towaru	463
	Nadmierność kosztów naprawy lub wymiany towaru i przesłanki jej oceny	464
	Zasady naprawy lub wymiany towaru przez przedsiębiorcę	465
	Czas naprawy lub wymiany towaru	466
	Obowiązek naprawy lub wymiany towaru bez nadmiernych niedogodności dla konsumenta	467
	Koszty wymiany i naprawy towaru	467
	Udostępnienie towaru przez konsumenta	467
	Obowiązki przedsiębiorcy w przypadku braku zgodności z umową towarów podlegających montażowi	468
	Wynagrodzenie za użytkowanie towaru poprzedzające wymianę . . .	470
Art. 43e.	[Obniżenie ceny; odstąpienie od umowy]	470
	Środki drugiej sekwencji według dyrektywy 2019/771 oraz przesłanki skorzystania z tych środków przez konsumenta	471
	Uprawnienia drugiej sekwencji na gruncie ustawy o prawach konsumenta	472
Art. 43f.	[Prawo powstrzymania się z zapłatą ceny]	480
Art. 43g.	[Gwarancja udzielona na rzecz konsumenta]	482

Rozdział 5b. Umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej	484
Art. 43h. [Stosowanie przepisów rozdziału do nośników treści cyfrowej; umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej oraz o inne świadczenia]	484
Przedmiotowa rozłączność zakresów stosowania rozdziałów 5a i 5b ustawy o prawach konsumenta	484
Zakres stosowania przepisów rozdziału 5b do materialnych nośników treści cyfrowej	486
Zakres stosowania przepisów rozdziału 5b do towarów z elementami cyfrowymi	491
Zakres stosowania przepisów rozdziału 5b do umów mieszanych/pakietowych	492
Zakres stosowania przepisów rozdziału 5b do umów pakietowych wskazanych w art. 305 ust. 1 p.k.e.	493
Art. 43i. [Ograniczenie stosowania przepisów rozdziału]	494
Zakres stosowania przepisów rozdziału 5b	494
Wyłączenia w zakresie usług telekomunikacyjnych (art. 43i pkt 1)	496
Wyłączenia w zakresie umów dotyczących oprogramowania oferowanego na podstawie wolnej i otwartej licencji (art. 43i pkt 2)	498
Wyłączenia w zakresie treści cyfrowych dostarczanych przez podmioty sektora publicznego (art. 43i pkt 3)	500
Art. 43j. [Sposób wykonania obowiązku dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej; uprawnienia konsumenta w przypadku niedostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej]	502
Przedmiot regulacji	502
Dostarczenie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 43j ust. 1–3) . . .	504
Uprawnienia przysługujące konsumentowi w przypadku niedostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 43j ust. 4–5)	512
Ciężar dowodu dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 43j ust. 6)	522
Skutki odstąpienia przez konsumenta od umowy z powodu niedostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 43j ust. 7)	523
Wyłączenie stosowania art. 43 w przypadku dostarczania treści cyfrowej na materialnym nośniku (art. 43j ust. 8)	524
Art. 43k. [Zgodność treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową]	525
Zgodność treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową	526
Subiektywne wymogi zgodności z umową (art. 43k ust. 1)	529
Obiektywne wymogi zgodności z umową (w zakresie art. 43k ust. 2)	537
Aktualizacje treści cyfrowej lub usługi cyfrowej niezbędne do zachowania zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową (art. 43k ust. 3 i 4 u.p.k.)	550

Kwalifikowane odstępstwo od obiektywnych wymogów zgodności z umową (art. 43k ust. 5)	557
Zgodność z umową treści cyfrowej lub usługi cyfrowej dostarczanej w sposób ciągły (art. 43k ust. 6)	559
Wymóg dostarczenia treści cyfrowej lub usługi cyfrowej w najnowszej wersji (art. 43k ust. 7)	561
Brak zgodności z umową będący skutkiem niewłaściwej integracji (art. 43k ust. 8)	562
Art. 43l. [Czasowe granice odpowiedzialności przedsiębiorcy za brak zgodności z umową treści cyfrowej lub usługi cyfrowej]	564
Art. 43m. [Uprawnienia konsumenta w przypadku braku zgodności z umową]	572
Art. 43n. [Obniżenie ceny; odstąpienie od umowy]	586
Art. 43o. [Zakaz wykorzystywania wytworzonych lub dostarczonych przez konsumenta treści po odstąpieniu od umowy]	596
Cel i zakres regulacji art. 43o	597
Obowiązki przedsiębiorcy w zakresie dalszego wykorzystania treści dostarczonych lub wytworzonych przez konsumenta (art. 43o ust. 1)	598
Obowiązki przedsiębiorcy w zakresie udostępnienia treści dostarczonych lub wytworzonych przez konsumenta (art. 43o ust. 2)	602
Obowiązek konsumenta zwrotu nośnika (art. 43o ust. 3)	607
Brak obowiązku zapłaty ceny za okres braku zgodności z umową (art. 43o ust. 4)	611
Proporcjonalny zwrot zapłaconej przez konsumenta ceny (art. 43o ust. 5)	612
Termin i sposób wykonania przez przedsiębiorcę obowiązku zwrotu ceny konsumentowi (art. 43o ust. 6–7)	617
Art. 43p. [Przesłanki dopuszczalności zmiany przez przedsiębiorcę treści cyfrowej lub usługi cyfrowej]	619
Zmiany treści cyfrowej lub usługi cyfrowej	620
Zmiany treści cyfrowej lub usługi cyfrowej inne niż konieczne do zachowania zgodności z umową	621
Zakaz obciążania konsumenta kosztami zmiany treści cyfrowej lub usługi cyfrowej	628
Obowiązek poinformowania konsumenta o zmianie	629
Art. 43q. [Obowiązek poinformowania konsumenta o zmianie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej; uprawnienie konsumenta do wypowiedzenia umowy]	631
Zmiany o istotnym i negatywnym wpływie na korzystanie z treści (usługi) cyfrowej lub dostęp do nich	631
Uprawnienie konsumenta do wypowiedzenia umowy i jego skutki	634
Wyłączenie uprawnienia do wypowiedzenia umowy przez konsumenta	637

Rozdział 6. Przepisy zmieniające	638
Art. 44–50. (pominięto)	638
 Rozdział 7. Przepisy przejściowe i końcowe	639
Art. 51. [Przepisy stosowane do umów zawartych przed dniem wejścia w życie ustawy]	639
Art. 52. [Przepis derogacyjny]	640
Art. 53. [Zmiany do ustawy – Prawo prywatne międzynarodowe]	640
Art. 54. [Zmiany do ustawy o kredycie konsumenckim].	640
Art. 55. [Wejście w życie ustawy]	640
 Załączniki	641
Literatura	643
Autorzy	661

Wykaz skrótów

Akty prawne

- BGB – Bürgerliches Gesetzbuch (niemiecki kodeks cywilny) z 2.02.2002 r. (BGBl. I S. 42, 2909; 2003 I S. 738 ze zm.)
- dyrektywa 85/577/EWG – dyrektywa Rady z 20.12.1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (Dz.Urz. WE L 372, s. 31) – akt nieobowiązujący
- dyrektywa 97/7/WE – dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 20.05.1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość (Dz.Urz. WE L 144, s. 19, ze zm.) – akt nieobowiązujący
- dyrektywa 1999/44/WE – dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 25.05.1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.Urz. WE L 171, s. 12, ze zm.) – akt nieobowiązujący
- dyrektywa 2000/31/WE – dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 8.06.2000 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, s. 1, ze zm.)
- dyrektywa 2002/65/WE – dyrektywa 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 23.09.2002 r. dotycząca sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość oraz zmieniająca dyrektywę Rady 90/619/EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE (Dz.Urz. WE L 271, s. 16, ze zm.)
- dyrektywa 2002/92/WE – dyrektywa 2002/92/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 9.12.2002 r. w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego (Dz.Urz. WE L 9 z 2003 r., s. 3, ze zm.) – akt nieobowiązujący
- dyrektywa 2005/29/WE – dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11.05.2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.Urz. UE L 149, s. 22, ze zm.)
- dyrektywa 2006/123/WE,
dyrektywa usługowa – dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 12.12.2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym (Dz.Urz. UE L 376, s. 36)

- p>dyrektywa 2007/64/WE – dyrektywa 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 13.11.2007 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego zmieniająca dyrektywy 97/7/WE, 2002/65/WE, 2005/60/WE i 2006/48/WE i uchylająca dyrektywę 97/5/WE (Dz.Urz. UE L 319, s. 1, ze zm.) – akt nieobowiązujący
- dyrektywa 2008/48/WE – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z 23.04.2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę Rady 87/102/EWG (Dz.Urz. UE L 133, s. 66, ze zm.)
- dyrektywa 2011/83/UE – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25.10.2011 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 (Dz.Urz. UE L 304, s. 64, ze zm.)
- dyrektywa 2014/65/UE – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE z 15.05.2014 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych oraz zmieniająca dyrektywę 2002/92/WE i dyrektywę 2011/61/UE (Dz.Urz. UE L 173, s. 349, ze zm.)
- dyrektywa 2018/1972 /
EKŁE – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1972 z 11.12.2018 r. ustanawiająca Europejski kodeks łączności elektronicznej (EKŁE) (Dz.Urz. UE L 321, s. 36, ze zm.)
- dyrektywa 2019/770 /
dyrektywa cyfrowa – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z 20.05.2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Dz.Urz. UE L 136, s. 1)
- dyrektywa 2019/771 /
dyrektywa towarowa – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z 20.05.2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (Dz.Urz. UE L 136, s. 28, ze zm.)
- dyrektywa 2019/2161 /
dyrektywa Omnibus – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z 27.11.2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (Dz.Urz. UE L 328, s. 7)
- dyrektywa 2023/2225 /
dyrektywa CCD2 – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2023/2225 z 18.10.2023 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę 2008/48/WE (Dz.Urz. UE L 2225)
- dyrektywa 2023/2673 – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2023/2673 z 22.11.2023 r. zmieniająca dyrektywę 2011/83/UE w odniesieniu do umów o usługi finansowe zawieranych na odległość oraz uchylająca dyrektywę 2002/65/WE (Dz.Urz. UE L 2673)
- k.c. – ustawa z 23.04.1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2024 r. poz. 1061 ze zm.)
- Konstytucja RP – Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2.04.1997 r. (Dz.U. Nr 78, poz. 483 ze zm.)
- k.p.c. – ustawa z 17.11.1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 1568 ze zm.)
- k.s.h. – ustawa z 15.09.2000 r. – Kodeks spółek handlowych (Dz.U. z 2024 r. poz. 18 ze zm.)
- k.w. – ustawa z 20.05.1971 r. – Kodeks wykroczeń (Dz.U. z 2023 r. poz. 2119 ze zm.)

nowelizacja z 4.11.2022 r.	–	ustawa z 4.11.2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta, ustawy – Kodeks cywilny oraz ustawy – Prawo prywatne międzynarodowe (Dz.U. poz. 2337)
nowelizacja z 1.12.2022 r.	–	ustawa z 1.12.2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. poz. 2581)
p.k.e.	–	ustawa z 12.07.2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej (Dz.U. poz. 1221)
pr. bank.	–	ustawa z 29.08.1997 r. – Prawo bankowe (Dz.U. z 2024 r. poz. 1646 ze zm.)
rozporządzenie 2016/679 (RODO)	–	rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.Urz. UE L 119, s. 1)
rozporządzenie nr 1182/71/EWG	–	rozporządzenie Rady (EWG, EURATOM) nr 1182/71 z 3.06.1971 r. określające zasady mające zastosowanie do okresów, dat i terminów (Dz.Urz. WE L 124, s. 1, ze zm.)
TFUE	–	Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana: Dz.Urz. UE C 202 z 2016 r., s. 47)
u.d.u.	–	ustawa z 15.12.2017 r. o dystrybucji ubezpieczeń (Dz.U. z 2024 r. poz. 1214 ze zm.)
u.d.u.r.	–	ustawa z 11.09.2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Dz.U. z 2024 r. poz. 838 ze zm.)
u.f.i.	–	ustawa z 27.05.2004 r. o funduszach inwestycyjnych i zarządzaniu alternatywnymi funduszami inwestycyjnymi (Dz.U. z 2024 r. poz. 1034 ze zm.)
u.i.c.	–	ustawa z 9.05.2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2023 r. poz. 168)
u.k.k.	–	ustawa z 12.05.2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2024 r. poz. 1497 ze zm.)
u.k.p.l.	–	ustawa z 14.04.2023 r. o konsumenckiej pożyczce lombardowej (Dz.U. z 2024 r. poz. 1111)
u.n.r.f.	–	ustawa z 21.07.2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym (Dz.U. z 2024 r. poz. 135 ze zm.)
u.o.d.	–	ustawa z 11.08.2021 r. o otwartych danych i ponownym wykorzystywaniu informacji sektora publicznego (Dz.U. z 2023 r. poz. 1524)
u.o.i.f.	–	ustawa z 29.07.2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dz.U. z 2024 r. poz. 722 ze zm.)
u.o.k.k.	–	ustawa z 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2024 r. poz. 1616)
u.o.n.p.k.	–	ustawa z 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2012 r. poz. 1225) – akt nieobowiązujący
u.p.k.	–	ustawa z 30.05.2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2024 r. poz. 1796)
u.p.n.p.r.	–	ustawa z 23.08.2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845)
u.r.r.	–	ustawa z 5.08.2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego, o Rzeczniku Finansowym i o Funduszu Edukacji Finansowej (Dz.U. z 2024 r. poz. 1109 ze zm.)

- u.s.k. – ustawa z 27.07.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) – akt nieobowiązujący
- ustawa o KRS – ustawa z 20.08.1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym (Dz.U. z 2024 r. poz. 979 ze zm.)
- u.ś.u.d.e. – ustawa z 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. z 2024 r. poz. 1513 ze zm.)
- u.u.p. – ustawa z 19.08.2011 r. o usługach płatniczych (Dz.U. z 2024 r. poz. 30 ze zm.)

Czasopisma i publikatory

- AUW PPIA – Acta Universitatis Wratislaviensis Przegląd Prawa i Administracji
- Biul. SN – Biuletyn Sądu Najwyższego
- CMLRev. – Common Market Law Review
- EPS – Europejski Przegląd Sądowy
- ERCL – European Review of Contract Law
- ERPL – European Review of Private Law
- EuCML – EuCML. Journal of European Consumer and Market Law
- GPR – Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht
- GSP – Gdańskie Studia Prawnicze
- GSP-Prz. Orz. – Gdańskie Studia Prawnicze – Przegląd Orzecznictwa
- GWR – Gesellschafts- und Wirtschaftsrecht
- iKAR – internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny
- JIPITEC – Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law
- KPP – Kwartalnik Prawa Prywatnego
- MMR – MultiMedia und Recht
- MPB – Monitor Prawa Bankowego
- M. Praw. – Monitor Prawniczy
- NJW – Neue Juristische Wochenschrift
- NP – Nowe Prawo
- OSA – Orzecznictwo Sądów Apelacyjnych
- OSN – Orzecznictwo Sądu Najwyższego
- OSNC – Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Cywilna
- OSNCP – Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Cywilna/Pracy
- OSP – Orzecznictwo Sądów Polskich
- PB – Prawo Bankowe
- PiP – Państwo i Prawo
- PiZS – Praca i Zabezpieczenie Społeczne
- PPH – Przegląd Prawa Handlowego
- Pr. Spółek – Prawo Spółek
- PS – Przegląd Sądowy
- PUG – Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego
- SPP – Studia Prawa Prywatnego

TPP	–	Transformacje Prawa Prywatnego
Unif. Law Rev.	–	Uniform Law Review
ZEuP	–	Zeitschrift für Europäisches Privatrecht
ZP BAS	–	Zeszyty Prawnicze Biura Analiz Sejmowych Kancelarii Sejmu

Organy i urzędy

SA	–	sąd apelacyjny
SN	–	Sąd Najwyższy
TK	–	Trybunał Konstytucyjny
TSUE	–	Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej
UKE	–	Urząd Komunikacji Elektronicznej
UOKiK	–	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
WSA	–	wojewódzki sąd administracyjny

Inne

uzasadnienie projektu nowelizacji z 4.11.2022 r.	–	uzasadnienie projektu ustawy z 4.11.2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta, ustawy – Kodeks cywilny oraz ustawy – Prawo prywatne międzynarodowe (IX kadencja, druk sejm. nr 2425)
uzasadnienie projektu u.p.k.	–	uzasadnienie projektu ustawy o prawach konsumenta (VII kadencja, druk sejm. nr 2076)

Wprowadzenie

Dominik Lubasz, Monika Namysłowska

1. Ustawa z 30.05.2014 r. o prawach konsumenta weszła w życie 25.12.2014 r. Jej uchwalenie wynikało z konieczności implementacji do polskiego systemu prawnego dyrektywy 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów. Dyrektywa ta, regulując wybrane aspekty umów zawieranych między przedsiębiorcą a konsumentem, wpisuje się w jeden z celów polityki Unii Europejskiej, jakim jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów.
2. Wbrew swojemu tytułowi, sugerującemu kompleksową regulację praw konsumentów, a także mimo pierwotnych planów rewizji aż ośmiu dyrektyw¹ i objęcia czterech z nich projektem dyrektywy² – dyrektywa 2011/83/UE łączy w jeden akt prawny prawa konsumentów wynikające tylko z dyrektywy 85/577/EWG dotyczącej umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz dyrektywy 97/7/WE w sprawie umów zawieranych na odległość.

Połączenie niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych na odległość i zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wynikało głównie z chęci aktualizacji i uproszczenia odpowiednich przepisów (motyw 2 dyrektywy 2011/83/UE). I tak, dyrektywa wskazuje informacje, które przedsiębiorca musi przekazać konsumentowi w przypadku umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 6 dyrektywy 2011/83/UE). Zamknięty katalog wymaganych informacji jest wspólny

¹ Zob. Zielona księga w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta z 8.02.2007 r., COM (2006) 744 final, załącznik II.

² Na temat projektu dyrektywy zob. np. E. Bagińska, *Zmiany regulacji umów zawieranych w okolicznościach nietypowych na tle projektu dyrektywy o prawach konsumenta*, EPS 2009/5, s. 4 i n.; E. Hondius, *The Proposal for a European Directive on Consumer Rights: A Step Forward*, ERPL 2010/1, s. 103 i n.; H.-W. Micklitz, N. Reich, *Der Kommissionsvorschlag vom 8.10.2008 für eine Richtlinie über „Rechte der Verbraucher“, oder: „der Beginn des Endes einer Ära“*, „Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht“ 2009/9, s. 279 i n.; H.-W. Micklitz, N. Reich, *Crónica de una muerte anunciada: The Commission Proposal for a „Directive on Consumer Rights“*, CMLRev. 2009/2, s. 471 i n.; M. Namysłowska, *Ewolucja ochrony konsumentów w świetle projektu dyrektywy o prawach konsumenta*, PPH 2009/10, s. 8 i n.; P. Rott, E. Terryn, *The Proposal for a Directive on Consumer Rights: No Single Set of Rules*, ZEuP 2009/3, s. 456 i n.; J. Smits, *Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights*, ERPL 2010/1, s. 5 i n.; Ch. Twigg-Flesner, D. Metcalfe, *The proposed Consumer Rights Directive – less haste, more thought?*, ERCL 2009/3, s. 368 i n.

dla obu powyższych typów umów. Poza wymogiem przekazania konsumentowi informacji przed zawarciem umowy, który był znany z wcześniejszych regulacji, dyrektywa w sprawie praw konsumentów wprowadza wiele nowych, jak np. konieczność poinformowania konsumenta o funkcjonalności i interoperacyjności treści cyfrowych. Odrębnie uregulowano natomiast wymogi formalne dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 7 dyrektywy 2011/83/UE) i umów zawieranych na odległość (art. 8 dyrektywy 2011/83/UE). Co ważne, wymagane informacje stają się częścią umowy (art. 6 ust. 5 dyrektywy 2011/83/UE), a poza obowiązkami przedumownymi dyrektywa zawiera również obowiązki przedsiębiorcy po zawarciu umowy, jak np. dostarczenie konsumentowi egzemplarza zawartej umowy lub potwierdzenia zawarcia umowy (art. 7 ust. 2 dyrektywy 2011/83/UE). Wyłącznie dla umów zawieranych w sytuacjach nietypowych przewidziano rozbudowaną regulację prawa odstąpienia od umowy (art. 9–16 dyrektywy 2011/83/UE), łącznie ze wzorem formularza odstąpienia od umowy (załącznik I B do dyrektywy 2011/83/UE).

Dyrektywa 2011/83/UE nie ogranicza się tylko do rewizji i połączenia dyrektywy 85/577/EEG dotyczącej umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa i dyrektywy 97/7/WE dotyczącej umów zawieranych na odległość. Nowością legislacyjną w prawie UE jest wprowadzenie katalogu informacji dla konsumentów dotyczących umów innych niż zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 5 dyrektywy 2011/83/UE).

Ponadto dyrektywa w sprawie praw konsumentów ustanawia regulacje dotyczące dodatkowych aspektów, np. umów sprzedaży (rozdział IV dyrektywy 2011/83/UE), określając m.in. kwestie dotyczące dostarczenia towaru (art. 18 dyrektywy 2011/83/UE), opłat za wykorzystanie przez konsumenta telefonu w sprawie zawartej umowy (art. 21 dyrektywy 2011/83/UE) i niezamówionego świadczenia (art. 27 dyrektywy 2011/83/UE).

Państwom członkowskim zostało pozostawione opracowanie przepisów dotyczących sankcji mających zastosowanie w przypadku naruszenia regulacji krajowych przyjętych zgodnie z dyrektywą (art. 24 dyrektywy 2011/83/UE) oraz podjęcie odpowiednich i skutecznych środków zapewniających przestrzeganie dyrektywy (art. 23 dyrektywy 2011/83/UE).

3. Przyjęcie w dyrektywie modelu harmonizacji maksymalnej ma znaczenie dla implementacji dyrektywy 2011/83/UE i stosowania ustawy o prawach konsumenta. Państwa członkowskie nie mogą bowiem utrzymywać ani wprowadzać do swoich porządków prawnych przepisów odbiegających od tych, które zostały ustanowione w dyrektywie, w tym przepisów surowszych lub łagodniejszych w celu zapewnienia innego poziomu ochrony konsumentów (art. 4 dyrektywy 2011/83/UE). Wybór pełnej harmonizacji w zakresie informacji dla konsumentów oraz prawa odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa miał na celu przyczynienie się do wysokiego poziomu ochrony konsumentów, a także lepszego funkcjonowania rynku wewnętrznego w stosunkach między przedsiębiorstwami a konsumentami. Dyrektywy 85/577/EEG i 97/7/WE, zastąpione dyrektywą w sprawie praw konsumentów, przewidywały bowiem harmonizację minimalną, która spowodowała różnice w przepisach krajowych państw członkowskich, co zostało uznane za powód zwiększenia kosztów przestrzegania przepisów ponoszonych przez przedsiębiorców prowadzących transgraniczną działalność gospodarczą i podważało zaufanie konsumenta do rynku wewnętrznego (motywy 5–6 dy-

rektywy 2011/83/UE). Nie wszystkie przepisy dyrektywy są jednak objęte maksymalną harmonizacją. W obszarach, które nie były wcześniej przedmiotem harmonizacji, wprowadzono harmonizację minimalną. Dlatego państwa członkowskie mogą przyjąć lub utrzymać w mocy dodatkowe wymogi informacyjne przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych w sytuacjach typowych (art. 5 ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE). Jednocześnie dyrektywa 2011/83/UE przewiduje wiele opcji, jak np. możliwość rezygnacji z obowiązków informacyjnych wobec umów zawieranych w sytuacjach typowych w przypadku transakcji w bieżących sprawach życia codziennego, które są wykonywane natychmiast po zawarciu umowy (art. 5 ust. 3 dyrektywy 2011/83/UE), oraz możliwość wprowadzenia przepisów dotyczących wymogów językowych odnoszących się do informacji umownych (art. 6 ust. 7 dyrektywy 2011/83/UE).

4. Implementacja dyrektywy 2011/83/UE była zadaniem trudnym ze względu na konieczność transpozycji aktu prawnego, który mając złożony zakres stosowania i posługując się nierzadko niejasnymi terminami, łączy dotychczasowe rozwiązania z nową regulacją wybranych aspektów umów zawieranych z konsumentami. Ustawodawca polski zdecydował się na implementację dyrektywy 2011/83/UE do odrębnego aktu prawnego, jakim jest ustawa o prawach konsumenta. Ustawa przejmując postanowienia dyrektywy zasadniczo w czterech rozdziałach. Rozdział 1 „Przepisy ogólne” zawiera m.in. definicje wybranych pojęć użytych w ustawie, wyłączenia spod zakresu stosowania ustawy oraz regulację dotyczącą spełnienia świadczenia niezamówionego przez konsumenta (art. 5). Kolejne dwa rozdziały zostały zatytułowane: „Obowiązki przedsiębiorcy w umowach innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość” (rozdział 2) i „Obowiązki przedsiębiorcy w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość” (rozdział 3). Przepisy dotyczące umów zawieranych w sytuacjach typowych skupiają się na obowiązku informacyjnym, natomiast rozdział 3 obejmuje poza katalogiem wymaganych informacji wiele wymogów formalnych dotyczących umów zawieranych w sytuacjach nietypowych. W rozdziale 4 unormowano szczegółowo prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Rozdział 5 komentowanej ustawy obejmuje rozdział 2a uchylonej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, poświęcony zawieraniem z konsumentem na odległość umowom dotyczącym usług finansowych. Tym samym rozdział 5 ustawy stanowi ponowną transpozycję dyrektywy 2002/65/WE o sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość. W rozdziale 5a „Umowy zobowiązujące do przeniesienia własności towaru na konsumenta”, dodanym do komentowanej ustawy nowelizacją z 4.11.2022 r., która weszła w życie 1.01.2023 r., dokonywana jest implementacja dyrektywy 2019/771 w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, a równocześnie dekodyfikacja sprzedaży konsumenckiej i odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową przez odpowiednią zmianę Kodeksu cywilnego, tj. art. 556 i n. k.c., która uprzednio wdrażała do polskiego porządku prawnego uchylaną dyrektywę 1999/44/WE o sprzedaży konsumenckiej. Rozdział 5b obejmuje regulację umów o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej i stanowi implementację dyrektywy 2019/770 w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych. Został wprowadzony do ustawy o prawach konsumenta nowelizacją z 4.11.2022 r.

Ustawodawca polski skorzystał z opcji regulacyjnych przewidzianych przez dyrektywę 2011/83/UE. Zgodnie z jej art. 3 ust. 4 państwa członkowskie mogą podjąć decyzję o niestosowaniu dyrektywy lub nieutrzymywaniu lub niewprowadzaniu odpowiednich przepisów krajowych w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, na podstawie których wysokość płatności, której ma dokonać konsument, nie przekracza 50 euro. Polski ustawodawca zdecydował się na niestosowanie ustawy do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, jeżeli konsument jest zobowiązany do zapłaty kwoty nieprzekraczającej 50 zł (art. 3 ust. 1 pkt 10). Dyrektywa zezwala na utrzymanie w mocy lub wprowadzenie do prawa krajowego przez państwa członkowskie wymogów językowych odnoszących się do informacji umownych, tak aby zapewnić, by informacje te były łatwo zrozumiałe dla konsumenta (art. 6 ust. 7 dyrektywy 2011/83/UE). Przepisami nakładającymi obowiązek użycia języka polskiego w obrocie z udziałem konsumentów są art. 7 i 7a ustawy z 7.10.1999 r. o języku polskim (Dz.U. z 2024 r. poz. 1556) oraz art. 546¹ § 1 k.c.³ Polska podjęła decyzję o stosowaniu art. 7 ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE, wprowadzającego w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wymogi formalne, w sytuacji gdy konsument wyraźnie zażądał świadczenia usług przez przedsiębiorcę w celu naprawy lub konserwacji, w przypadku których przedsiębiorca i konsument natychmiast wykonują swoje zobowiązania umowne, oraz gdy płatność, której ma dokonać konsument, nie przekracza 200 euro. W implementującym ten przepis art. 16 wprowadzono kwotę 600 zł. Korzystając z opcji regulacyjnej, w art. 8 ust. 6 dyrektywy 2011/83/UE wprowadzono również – w przypadku kontaktowania się z konsumentem przez telefon w celu zawarcia umowy na odległość – obowiązek potwierdzenia treści proponowanej umowy na trwałym nośniku (art. 20 ust. 2). Co do umów zawieranych w sytuacjach typowych, których harmonizacja ma wyłącznie charakter minimalny, ustawa nie wprowadza obowiązków informacyjnych ponad obowiązki przewidziane w art. 5 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE, a wymogi informacyjne z art. 8 nie są stosowane do drobnych umów życia codziennego wykonywanych natychmiast po ich zawarciu (art. 9).

Mimo że ustawa o prawach konsumenta stanowi podstawowy akt implementujący dyrektywę 2011/83/UE, to pojedyncze przepisy dyrektywy zostały wdrożone do Kodeksu cywilnego, jak np. zasady dotyczące dostawy – z art. 18 ust. 1 i 2 dyrektywy 2011/83/UE (art. 543¹ k.c., wprowadzony przez art. 44 pkt 7 u.p.k.), zakaz pobierania od konsumentów, w związku ze stosowaniem określonych sposobów płatności, opłat wyższych od kosztów poniesionych przez przedsiębiorców – z art. 19 dyrektywy 2011/83/UE (art. 383¹ k.c., wprowadzony przez art. 44 pkt 2 u.p.k.) i regulacja przejścia ryzyka – z art. 20 dyrektywy 2011/83/UE (art. 548 § 3 k.c., dodany przez art. 44 pkt 10 u.p.k.).

Ponadto ustawa o prawach konsumenta została wykorzystana do nowelizacji istniejących aktów prawnych, niewynikających z konieczności transpozycji dyrektywy 2011/83/UE. Najbardziej obszerne zmiany pierwotnie wynikały z ponownej implementacji dyrektywy 1999/44/WE przez uchylenie ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i retranspozycję dyrektywy 1999/44/WE do Kodeksu cywilnego (art. 44).

³ Informacja dla Komisji Europejskiej dotycząca transpozycji dyrektywy 2011/83/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z 25.06.2011 r. w sprawie praw konsumentów (dalej „dyrektywy” lub „dyrektywy 2011/83/UE”), http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/pl_regulatory_choices_original.pdf (dostęp: 16.04.2015 r.).

Ostatecznie, w związku z uchyleniem dyrektywy 1999/44/WE przez wspomnianą dyrektywę 2019/771 oraz transpozycję tej drugiej do polskiego porządku prawnego nowelizacją z 4.11.2022 r. z dniem 1.01.2023 r., wykreślono z Kodeksu cywilnego zmiany wprowadzone na mocy art. 44 u.p.k. dotyczące sprzedaży konsumenckiej i odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową i regulacja ta ponownie znalazła się poza Kodeksem cywilnym, w rozdziale 5a ustawy o prawach konsumenta.

Błędna implementacja dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych została natomiast poprawiona przez zmianę art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r. (art. 49 u.p.k.). Tym samym wpływ ustawy o prawach konsumenta na polski system prawny wykracza istotnie poza znaczenie dyrektywy 2011/83/UE.

5. Zakres zmian wprowadzonych ustawą o prawach konsumenta jest szeroki, mimo że część uregulowań była znana wcześniej. Sytuację konsumenta poprawiają dodatkowo m.in. informacje, które muszą być mu udzielone przed zawarciem umowy, zakaz pobierania ukrytych opłat, wydłużenie do 14 dni terminu na odstąpienie od umów zawieranych na odległość i zakaz wprowadzania na stronach internetowych zaznaczonych z góry pól wyboru.
6. W 2022 r. dokonano dwóch kluczowych nowelizacji ustawy o prawach konsumenta. Pierwsza z nich to wspomniana już nowelizacja z 4.11.2022 r., która weszła w życie 1.01.2023 r. Na jej mocy dodano rozdziały 5a i 5b, wdrażające do polskiego porządku prawnego przepisy, odpowiednio, dyrektywy 2019/771 i dyrektywy 2019/770. Drugiej zmiany dokonano nowelizacją z 1.12.2022 r., modyfikującą art. 2, 3, 4, 4a, 8, 12, 15, 16, 19, 21, 27, 29, 34, 36 i 38 oraz dodającą art. 3a, 7ab, 12a 17a, 32a, których zmiany były przede wszystkim związane ze zmianą dyrektywy 2011/83/UE na mocy dyrektywy 2019/2161, tzw. dyrektywy Omnibus.

Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta¹

(tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 1796)

¹ Niniejsza ustawa w zakresie swojej regulacji wdraża:

- 1) dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25.10.2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającą dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającą dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.Urz. UE L 304 z 22.11.2011, s. 64 ze zm.), ostatnio zmienioną dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z 27.11.2019 r. (Dz.Urz. UE L 328 z 18.12.2019, s. 7);
- 2) dyrektywę 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 23.09.2002 r. dotyczącą sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość oraz zmieniającą dyrektywę Rady 90/619/EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE (Dz.Urz. UE L 271 z 09.10.2002, s. 16 ze zm.), ostatnio zmienioną dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2366 z 25.11.2015 r. (Dz.Urz. UE L 337 z 23.12.2015, s. 35 ze zm.);
- 3) dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z 20.05.2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Dz.Urz. UE L 136 z 22.05.2019, s. 1 oraz Dz.Urz. UE L 305 z 26.11.2019, s. 60);
- 4) dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z 20.05.2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniającą rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylającą dyrektywę 1999/44/WE (Dz.Urz. UE L 136 z 22.05.2019, s. 28 oraz Dz.Urz. UE L 305 z 26.11.2019, s. 63).

Rozdział 1. Przepisy ogólne

Art. 1. [Przedmiot ustawy]

Ustawa określa prawa przysługujące konsumentowi, w szczególności:

- 1) obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem;
- 2) zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa;
- 3) zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa;
- 4) zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych.
- 4a) zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy zobowiązującej do przeniesienia własności towaru na konsumenta;
- 4b) zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej.

Dominik Lubasz, Monika Namysłowska

Uwagi wstępne

1. Artykuł 1 wyznacza **zakres zastosowania** ustawy o prawach konsumenta. Zgodnie z komentowanym przepisem ustawa określa prawa przysługujące konsumentowi, w szczególności wskazuje obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem (art. 1 pkt 1), a także zasady i tryb: zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 1 pkt 2), wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 1 pkt 3), zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych (art. 1 pkt 4), wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy zobowiązującej do przeniesienia własności towaru na konsumenta (art. 1 pkt 4a) oraz wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 1 pkt 4b).
2. Sformułowanie art. 1 jest nieprecyzyjne. Po pierwsze, prawa konsumenta zdają się być odpowiednikiem obowiązków przedsiębiorcy, co jest istotnym uproszczeniem¹. Po drugie, brzmienie art. 1 nie znajduje bezpośredniego odzwierciedlenia w rozdziałach ustawy i jedynie pkt 3 i 4 korelują – odpowiednio – z zakresem rozdziałów 4 i 5. Natomiast niejasne

¹ Zob. też B. Lackoroński, *Ekspertyza dotycząca projektu ustawy o prawach konsumenta*, ZP BAS 2014/1, s. 243–244.

pozostają relacja art. 1 pkt 1–4b oraz stosunek tych przepisów do uregulowań rozdziałów 1–3 (zob. pkt 3–5 komentarza do niniejszego artykułu).

3. Dla określenia zakresu przedmiotowego zastosowania ustawy o prawach konsumenta rozstrzygające znaczenie mają także sformułowane w art. 3 i 4 **wyłączenia** obejmujące wiele umów wyjętych spod reżimu komentowanej ustawy.
4. **Zakres podmiotowy** ustawy o prawach konsumenta wyznaczony jest przez pojęcie **konsumenta**, zdefiniowane jednak poza ustawą, a mianowicie w art. 22¹ k.c. w brzmieniu nadanym przez art. 44 pkt 1 u.p.k., jako osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, i związanej z tym weryfikacji zaistnienia stosunku B2C (*business-to-consumer*). Oznaczony w ten sposób zakres podmiotowy ustawy koresponduje z art. 1 dyrektywy 2011/83/UE, w którym wskazano, że dyrektywa ma zastosowanie **do każdej umowy zawartej między przedsiębiorcą a konsumentem** na warunkach i w zakresie określonych w jej przepisach.
5. Ustawa w istotny sposób **modyfikowała wiele aktów prawnych**. Najważniejsze zmiany dotyczyły:
 - Kodeksu cywilnego, w szczególności w zakresie dotyczącym regulacji rękojmi i gwarancji, ostatecznie w części dotyczącej sprzedaży konsumenckiej i odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową uchyloną z dniem 1.01.2023 r. i zastąpioną regulacją rozdziału 5a ustawy o prawach konsumenta, na mocy nowelizacji z 4.11.2022 r.;
 - Kodeksu wykroczeń – w kwestii sankcji za naruszenie obowiązków informacyjnych obciążających przedsiębiorcę w myśl ustawy o prawach konsumenta;
 - ustawy z 16.07.2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2024 r. poz. 34 ze zm.) – w art. 172, przez rozszerzenie zakazu wykorzystywania bez zgody abonenta lub użytkownika końcowego automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego o telekomunikacyjne urządzenie końcowe (przepis uchylono z dniem 10.11.2024 r., Dz.U. poz. 1222);
 - ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez jednoznaczne wskazanie, że nieuczciwe praktyki rynkowe w postaci praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd, agresywnej praktyki rynkowej oraz stosowania sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w klauzuli generalnej.
6. Komentowana ustawa zawiera **dwa załączniki**, które są istotne z punktu widzenia jej regulacji. Załącznik nr 1, wskazany w art. 13, to wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy, przy wykorzystaniu którego przedsiębiorca może udzielać informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 9–11. Załącznik nr 2 obejmuje oświadczenie o odstąpieniu od umowy, o którym traktuje art. 30. Ostateczną treść tym załącznikom nadano nowelizacją w 2024 r. (Dz.U. poz. 1222).

Dominik Lubasz, Monika Namysłowska

Obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem (art. 1 pkt 1)

7. Według art. 1 pkt 1 ustawa określa **obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem**. Brzmienie przepisu nawiązuje do sformułowania użytego w tytule rozdziału 2 i rozdziału 3, które regulują, odpowiednio, obowiązki przedsiębiorcy w umowach innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość oraz w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. W art. 1 pkt 1 obowiązki przedsiębiorcy zostały ujęte zatem jako kategoria zbiorcza obowiązków dotyczących umów zawieranych w sytuacjach typowych i nietypowych.
8. Wśród obowiązków przedsiębiorcy zawierającego z konsumentem **umowę w sytuacjach typowych** na pierwszy plan w ustawie wysuwają się przedumowne obowiązki informacyjne (art. 8). W przypadku zawierania umów innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość przedsiębiorca musi również uzyskać zgodę konsumenta na dodatkową płatność (art. 10) oraz nie może pobierać od konsumenta za połączenie głosowe opłat wyższych niż opłata za zwykłe połączenie głosowe, zgodnie z pakietem taryfowym dostawcy usług, z którego korzysta konsument (art. 11). Według art. 25 przepisy art. 10 i 11 znajdują także zastosowanie do umów poza lokalem przedsiębiorstwa albo na odległość.
9. Obowiązki przedsiębiorcy zawierającego z konsumentem **umowę poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość** to przede wszystkim ujęte jednolicie obowiązki informacyjne zawarte w – wynikającym z art. 12 – katalogu 23 kategorii informacji, do przekazania których zobowiązany jest przedsiębiorca. Kolejne przepisy rozdziału 3 ustawy m.in. regulują wykorzystywanie wzoru pouczenia o odstąpieniu od umowy, stanowiącego załącznik nr 1 do ustawy (art. 13), określają sposób udzielania informacji, o których mowa w art. 12, osobno dla umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość (art. 14), przesądzają, że informacje wskazane w art. 12 ust. 1 stanowią integralną część umowy zawieranej na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 22), oraz przewidują sankcję za naruszenie niektórych obowiązków informacyjnych (art. 23), jak również określają rozkład ciężaru dowodu (art. 24).

Dominik Lubasz, Monika Namysłowska

Zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 1 pkt 2)

10. Brak koherencji między art. 1 a systematyką ustawy utrudnia kwalifikację przedmiotową regulacji i jednoznaczne przyporządkowanie poszczególnych przepisów do zakresu, o którym mowa w art. 1 pkt 1, tj. obowiązków przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem, i w art. 1 pkt 2, czyli zasad i trybu zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa. Z technicznego punktu widzenia art. 1 pkt 1 i 2 mają bowiem częściowo wspólny zakres, a poszczególne przepisy zarówno rozdziału 2, jak

i rozdziału 3 ustawy dotyczą obu tych zagadnień łącznie. Upraszczając, w pewnym zakresie do przepisów dotyczących zasad i trybu zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa zaliczyć można art. 15 i 21, dotyczące potwierdzania zawartej umowy odpowiednio poza lokalem i na odległość, art. 17 – zwłaszcza ust. 2 i 3, zawierające regulację składania zamówienia drogą elektroniczną, i art. 20, traktujący o kontraktowaniu z wykorzystaniem telefonu.

Witold Chomiczewski

Zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 1 pkt 3)

11. Ustawa o prawach konsumenta określa również zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi **prawa odstąpienia** od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Tej problematyce poświęcony został jej rozdział 4 „Prawo odstąpienia od umowy”, który obejmuje art. 27–38. Przepisy te stanowią implementację art. 9–16 dyrektywy 2011/83/UE. Dnia 1.01.2023 r. weszła w życie ich nowelizacja z 1.12.2022 r., która stanowiła implementację brzmienia tej dyrektywy nadanego jej na podstawie dyrektywy 2019/2161.
12. Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa jest podstawowym uprawnieniem konsumenta. Celem tego uprawnienia jest zabezpieczenie słabszej strony umowy przed negatywnymi konsekwencjami braku bezpośredniego kontaktu z kupowaną rzeczą i sprzedawcą, co cechuje umowy zawierane na odległość, lub przed zaskoczeniem propozycją zakupu, charakteryzującym umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa. Dzięki przyznaniu konsumentowi prawa odstąpienia uzyskuje on **czas do namysłu i weryfikacji**, czy zakupione towar lub usługa rzeczywiście są mu potrzebne lub odpowiadają wyobrażeniu o przedmiocie umowy, które wyrobił sobie na podstawie chociażby zdjęć i opisów zamieszczonych na stronie sklepu internetowego. Termin, w którym prawo odstąpienia od umowy może zostać wykonane, jest nazywany okresem **cooling-off**².
13. Ustawodawca, odmiennie niż w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów, zdecydował się na **jednolitą regulację** prawa odstąpienia w odniesieniu do umowy zawartej zarówno na odległość, jak i poza lokalem przedsiębiorstwa.
14. Nowe przepisy poświęcone prawu odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa są **bardziej szczegółowe** niż uregulowania poprzedniej ustawy. Duży nacisk został położony na określenie obowiązków stron w ramach ustawowego stosunku zobowiązaniowego, który powstaje między konsumentem a przedsiębiorcą po wykonaniu prawa odstąpienia.

² E. Łętowska, *Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2001, s. 32; M. Olczyk, *Rozliczenia między stronami po odstąpieniu przez konsumenta od umowy w terminie do namysłu na tle dyrektywy 2011/83/UE*, EPS 2013/3, s. 25.

Zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych (art. 1 pkt 4)

15. W związku z uchynieniem przez ustawę o prawach konsumenta, ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, w rozdziale 5 ustawy o prawach konsumenta dokonano **ponownej transpozycji dyrektywy 2002/65/WE**³. Uchwalona nowa dyrektywa 2023/2673 dotycząca usług finansowych na odległość, częściowo koryguje przepisy dyrektywy 2011/83/UE i jednocześnie z dniem 19.06.2026 r. uchyli dyrektywę 2002/65/WE (art. 3 dyrektywy 2023/2673). Dyrektywa 2023/2673 weszła w życie 18.12.2023 r. (art. 4 dyrektywy 2023/2673), a państwa członkowskie mają obowiązek uchwalenia przepisów implementujących ją do 19.12.2025 r. i stosować jej przepisy od 19.06.2026 r. (art. 2 dyrektywy 2023/2673).

W związku z uchynieniem przez dyrektywę 2023/2673 dyrektywy 2002/65/WE jej przepisy zostały wcielone do dyrektywy 2011/83/UE, w której dodano specjalny rozdział 3a „Przepisy dotyczące umów o usługi finansowe zawieranych na odległość”, obejmujący art. 16a–16e dyrektywy 2011/83/UE w nowym brzmieniu⁴ (art. 1 pkt 4 dyrektywy 2023/2673). Zawiera on zarówno dotychczasowe przepisy dyrektywy 2002/65/WE, które są w dalszym ciągu aktualne i niezbędne, w szczególności dotyczące prawa do informacji przed zawarciem umowy (obecnie art. 16a dyrektywy 2011/83/UE – odpowiednik art. 3–5 dyrektywy 2002/65/WE), prawa do odstąpienia od umowy (obecnie art. 16b dyrektywy 2011/83/UE – odpowiednik art. 6 dyrektywy 2002/65/WE), zapłaty za usługę wykonaną przed odstąpieniem (obecnie art. 16c dyrektywy 2011/83/UE – odpowiednik art. 7 dyrektywy 2002/65/WE) i samej definicji usług finansowych (art. 2 pkt 12 dyrektywy 2011/83/UE i art. 2b dyrektywy 2002/65/WE), jak i nowe przepisy – art. 16d dyrektywy 2011/83/UE, regulujący odpowiednie wyjaśnienia, oraz art. 16e dyrektywy 2011/83/UE, regulujący dodatkową ochronę w odniesieniu do interfejsów internetowych, wynikające z rozwoju nowych technologii na rynku finansowym i konieczności zapewnienia wysokiego poziomu ochrony konsumentom i uczciwości w Internecie w przypadku zawierania umów o usługi finansowe na odległość (motyw 14 dyrektywy 2023/2673), o czym jeszcze będzie mowa dalej przy komentowaniu przepisów rozdziału 5 ustawy o prawach konsumenta.

Unijny ustawodawca jako cel dyrektywy 2023/2673 wskazał wzmocnienie ochrony konsumentów na rynku wewnętrznym UE⁵ i ułatwienie transgranicznego świadczenia

³ Na temat dyrektywy i jej implementacji zob. szerzej P. Litwiński, *Dyrektywa o usługach finansowych na odległość*, PB 2003/1; J. Pisuliński, *Usługi finansowe na odległość*, KPP 2003/2; E. Łętowska, *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2004, s. 237–241; M. Fabjańska, P. Litwiński, *Umowy zawierane na odległość dotyczące usług finansowych*, PB 2004/10; B. Wojno, *Dyrektywa w sprawie świadczenia usług finansowych na odległość*, „Glosa” 2004/3, s. 20–21; F. Grzegorzczuk, *Implementacja dyrektywy 2002/65/WE do krajowych porządków prawnych* [w:] *Ochrona konsumenta usług finansowych. Wybrane zagadnienia prawne*, red. B. Gneta, Warszawa 2007, s. 81–110.

⁴ Nadanym przez dyrektywę 2023/2673.

⁵ Motyw 3 i 4 preambuły dyrektywy 2023/2673.

usług finansowych na nim, a także konieczność dostosowania przepisów prawnych do dynamicznego rozwoju nowych technologii i powszechnej cyfryzacji⁶.

Główne zmiany, które wprowadza dyrektywa 2023/2673, to: obowiązek przedsiębiorcy do udzielania dodatkowych wyjaśnień dla konsumentów⁷ (gdy kontaktuje się on z przedsiębiorcą za pośrednictwem w pełni zautomatyzowanych interfejsów internetowych, jak chatboty, robodoradztwo, narzędzia interaktywne lub podobne), prawo do odstąpienia od umów zawieranych na odległość za pośrednictwem interfejsu internetowego⁸, tj. na przykład za pomocą strony internetowej lub aplikacji⁹; dodatkowe wymogi informacyjne oraz prawo odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny (w szczególnym przypadku wydłużone nawet do 30 dni), czy obowiązek przedsiębiorcy zwrotu wszelkich otrzymanych kwot w przypadku odstąpienia od umowy, oprócz kwot odpowiadających usługom faktycznie otrzymanym przez konsumentów¹⁰.

Dla ustawodawcy polskiego oznacza to konieczność podjęcia prac legislacyjnych i zmiany ustawy o prawach konsumenta w przyszłości w celu dostosowania prawa polskiego do dyrektywy 2023/2673. Z uwagi na to, w niniejszym komentarzu, przy okazji omawiania odpowiednich przepisów ustawy o prawach konsumenta odnoszących się wyłącznie do usług finansowych na odległość i znajdujących się w jej rozdziale 5, stanowiącym implementację dotychczas obowiązującej dyrektywy 2002/65/WE, ich zmiany wprowadzone przez dyrektywę 2023/2673 zostaną zasygnalizowane w każdym z komentowanych przepisów. Natomiast, te całkiem nowe przepisy odnoszące się do ochrony konsumenta usług finansowych na odległość wprowadzone dyrektywą 2023/2673, jak i te zmieniane nią przepisy dyrektywy 2011/83/UE, które otrzymały nowe brzmienie, zostaną omówione na samym początku tego rozdziału. Natomiast w tym miejscu, zostaną zasygnalizowane ogólne założenia i zmiany wprowadzane dyrektywą 2023/2673.

Ustawa o prawach konsumenta, w ślad za dyrektywą 2011/83/UE, uznając specyfikę usług finansowych i związane z nimi ryzyka i zagrożenia dla konsumentów¹¹, przyjmuje szczególny charakter ochrony konsumenta usług finansowych i konieczność odrębnej (bardziej szczegółowej) regulacji prawnej w tym obszarze, także w odniesieniu do zawierania umów o takie usługi w sytuacjach nietypowych zasadniczo na odległość (choć obecnie po nowelizacji w ograniczonym zakresie także w odniesieniu do zawierania ich poza lokalem)¹². Wyrazem tego założenia są zarówno tzw. ustawy sektorowe, czyli ustawy regulujące działalność poszczególnych kategorii podmiotów

⁶ Motyw 6 preambuły dyrektywy 2023/2673.

⁷ Motyw 38 preambuły oraz art. 1 pkt 4 dyrektywy 2023/2673.

⁸ Art. 1 pkt 3 dyrektywy 2023/2673.

⁹ Motyw 37 preambuły dyrektywy 2023/2673.

¹⁰ Art. 1 pkt 4 dyrektywy 2023/2673.

¹¹ Szerzej: E. Rutkowska-Tomaszewska, *Usługi finansowe – dobrodziejstwo i (czy) zagrożenie dla konsumentów? Czy ochrona konsumenta usług finansowych jest obecnie efektywna i wystarczająca?* [w:] *Ochrona konsumenta na rynku usług*, red. M. Jagielska, E. Sługocka-Krupa, K. Podgórski, Warszawa 2016, s. 28–47; E. Sługocka-Krupa [w:] *Ochrona klienta na rynku usług finansowych w świetle aktualnych problemów i regulacji prawnych*, red. E. Rutkowska-Tomaszewska, Warszawa 2017, s. 3–15.

¹² Szerzej: komentarz do art. 4 ust. 2 u.p.k. w brzmieniu nadanym przez nowelizację z 1.12.2022 r oraz dodanego nią art. 7ab u.p.k.

operujących na rynku finansowym (dostawców usług finansowych, zwanych także instytucjami finansowymi, czy podmiotami rynku finansowego, jak banki, ubezpieczyciele, firmy inwestycyjne, fundusze inwestycyjne, fundusze emerytalne, instytucje pożyczkowe, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe, instytucje płatnicze, instytucje pieniądza elektronicznego itp.), które także zawierają obszerną regulację dotyczącą świadczonych przez nie rodzajów usług finansowych i przepisy odnoszące się do ochrony ich klienta (nie tylko konsumenta), jak i ustawy konsumenckie regulujące konsumenckie usługi finansowe i prawne instrumenty ochrony konsumenta (jak ustawa o kredycie konsumenckim, czy ustawy o konsumenckim kredycie hipotecznym, ustawa o konsumenckiej pożyczce lombardowej, a nawet ustawa o odwróconym kredycie hipotecznym) o czym szerzej w komentarzu do art. 4 ust. 2 przy okazji definiowania usług finansowych.

W uzasadnieniu projektu ustawy, przepisy zawarte w tym rozdziale są zasadniczo tożsame z przepisami, które dotychczas znajdowały się w rozdziale 2a ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny¹³ i dotyczą prawnych instrumentów ochrony konsumenta gdy zawiera umowę o usługę finansową na odległość, tj. obowiązków informacyjnych i skutków ich niedochowania, konsumenckiego prawa odstąpienia od umowy, wypowiedzenia umowy.

16. Mimo że ustawa reguluje w ograniczonym zakresie ochronę konsumenta usług finansowych, to nie definiuje jednak w słowniczku ustawowym pojęcia usług finansowych. Przykładowy, choć ograniczony, katalog usług finansowych zawiera natomiast art. 4 ust. 2, regulujący częściowe wyłączenia z zakresu zastosowania ustawy (w sprawie definicji pojęcia usługi finansowej zob. pkt 11 i n. komentarza do art. 4).
17. Na zakres zastosowania ustawy o prawach konsumenta i tym samym ochrony konsumenta usług finansowych na odległość mają wpływ zarówno wyłączenie generalne usług finansowych spod jej reżimu ochronnego wskazane w art. 4 ust. 2, jak i wyłączenia spod ochrony w niej przewidzianej w odniesieniu do usług finansowych na odległość, wskazane w art. 43 znowelizowanym przez art. 54 ustawy z 14.04.2023 r. o konsumenckiej pożyczce lombardowej (Dz.U. z 2024 r. poz. 1111), która weszła w życie 7.01.2024 r. (o czym szerzej w komentarzu do art. 43).

Dominik Lubasz

Zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy zobowiązującej do przeniesienia własności towaru na konsumenta (art. 1 pkt 4a)

18. Regulacja zasad i trybu wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy zobowiązującej do przeniesienia własności towaru na konsumenta została ujęta w ramy rozdziału 5a „Umowy zobowiązujące do przeniesienia własności towaru na konsumenta”. Rozdział ten został dodany do komentowanej ustawy nowelizacją z 4.11.2022 r., która

¹³ Uzasadnienie do projektu u.p.k., s. 7.

weszła w życie 1.01.2023 r. Nowelizacja ta w tym obszarze dokonuje implementacji dyrektywy 2019/771. Pierwotnie materia ta objęta była regulacją dyrektywy 1999/44/WE, która najpierw została wdrożona do polskiego porządku prawnego ustawą z 27.07.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), a następnie w związku z uchyleniem tejże ustawy na mocy art. 52 u.p.k. objęta została zmianą Kodeksu cywilnego dokonywaną art. 44 u.p.k. Ostatecznie w związku z uchyleniem dyrektywy 1999/44/WE przez wspomnianą dyrektywę 2019/771 oraz transpozycją tej drugiej do polskiego porządku prawnego nowelizacją z 4.11.2022 r. wykreślono z Kodeksu cywilnego zmiany wprowadzone na mocy art. 44 u.p.k., dotyczące sprzedaży konsumenckiej i odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową i ostatecznie regulacja ta ponownie znalazła się poza Kodeksem cywilnym, w rozdziale 5a ustawy o prawach konsumenta, do którego odnosi się komentowany art. 1 pkt 4a.

Dominik Lubasz

Zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej (art. 1 pkt 4b)

19. Zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, o których mowa w art. 1 pkt 4b, uregulowane są w rozdziale 5b. Rozdział ten stanowi implementację dyrektywy 2019/770. Został wprowadzony do ustawy o prawach konsumenta nowelizacją z 4.11.2022 r.

Art. 2. [Definicje ustawowe]

Określenia użyte w ustawie oznaczają:

- 1) umowa zawarta na odległość – umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie;
- 2) umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa – umowę z konsumentem zawartą:
 - a) przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy,
 - b) w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta w okolicznościach, o których mowa w lit. a,
 - c) w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny i osobisty kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności stron,
 - d) podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami,
 - e) podczas pokazu zorganizowanego przez przedsiębiorcę, w którym uczestniczy zaproszona bezpośrednio lub pośrednio określona liczba konsumentów, w którego trakcie ma miejsce promocja, składanie ofert sprzedaży lub sprzedaż towarów lub usług, bez względu na to, czy został na niego zorganizowany transport;
- 3) lokal przedsiębiorstwa:
 - a) miejsce prowadzenia działalności będące nieruchomością albo częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe,
 - b) miejsce prowadzenia działalności będące rzeczą ruchomą, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe;

- 4) trwały nośnik – materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci;
- 4a) towar – rzecz ruchomą, a także wodę, gaz i energię elektryczną, w przypadku gdy są oferowane do sprzedaży w określonej objętości lub ilości;
- 4b) trwałość – zdolność towaru do zachowania jego funkcji i właściwości w toku zwykłego korzystania;
- 5) treść cyfrowa – dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej;
- 5a) usługa cyfrowa – usługę pozwalającą konsumentowi na:
 - a) wytwarzanie, przetwarzanie, przechowywanie lub dostęp do danych w postaci cyfrowej,
 - b) wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub wytworzone przez konsumenta lub innych użytkowników tej usługi,
 - c) inne formy interakcji za pomocą danych w postaci cyfrowej;
- 5b) towar z elementami cyfrowymi – towar zawierający treść cyfrową lub usługę cyfrową lub z nimi połączony w taki sposób, że brak treści cyfrowej lub usługi cyfrowej uniemożliwiłby jego prawidłowe funkcjonowanie;
- 5c) środowisko cyfrowe – sprzęt komputerowy, oprogramowanie i połączenia sieciowe wykorzystywane przez konsumenta w celu uzyskania dostępu do treści cyfrowej lub usługi cyfrowej lub w celu korzystania z nich;
- 5d) integracja – połączenie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z elementami środowiska cyfrowego konsumenta i włączenie ich do tych elementów w celu zapewnienia zgodności z umową o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej;
- 5e) kompatybilność – współdziałanie treści cyfrowej, usługi cyfrowej, lub towaru ze sprzętem komputerowym lub oprogramowaniem, które są zazwyczaj używane do korzystania z treści cyfrowej, usługi cyfrowej, lub towaru tego samego rodzaju, bez konieczności ich przekształcania;
- 5f) funkcjonalność – zdolność treści cyfrowej, usługi cyfrowej lub towaru do pełnienia swoich funkcji z uwzględnieniem ich przeznaczenia;
- 5g) interoperacyjność – zdolność treści cyfrowej, usługi cyfrowej lub towaru do współdziałania ze sprzętem komputerowym lub oprogramowaniem innymi niż te zazwyczaj używane do korzystania z treści cyfrowej, usługi cyfrowej lub towaru tego samego rodzaju;
- 5h) cena – wartość wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą konsument jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za treść cyfrową, usługę cyfrową lub towar, a w odniesieniu do treści cyfrowej lub usługi cyfrowej – także cyfrowe odwzorowanie wartości;
- 6) aukcja publiczna – sposób zawarcia umowy polegający na składaniu organizatorowi aukcji w ramach przejrzystej procedury konkurencyjnych ofert przez konsumentów, którzy w niej fizycznie uczestniczą lub mogą uczestniczyć, i w której zwycięski oferent jest zobowiązany do zawarcia umowy;
- 7) dane osobowe – dane osobowe w rozumieniu art. 4 pkt 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1, z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem 2016/679”;
- 8) internetowa platforma handlowa – usługę korzystającą z oprogramowania, w tym ze strony internetowej, z części strony internetowej lub aplikacji, obsługiwanego przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, w ramach której umożliwia się:
 - a) konsumentom zawieranie z innymi przedsiębiorcami umów na odległość lub
 - b) osobom fizycznym niebędącym przedsiębiorcami zawieranie umów na odległość z innymi osobami fizycznymi niebędącymi przedsiębiorcami;
- 9) dostawca internetowej platformy handlowej – przedsiębiorcę, który obsługuje internetową platformę handlową, dostarcza podmiotom, o których mowa w pkt 8, internetową platformę handlową lub umożliwia korzystanie z tej platformy.

Dominik Lubasz

Uwagi ogólne

1. Artykuł 2 zawiera **definicje pojęć użytych w ustawie** i ma stanowić częściową **implementację** do polskiego porządku prawnego art. 2 dyrektywy 2011/83/UE, przy czym polski

ustawodawca zdecydował się na wdrożenie art. 2 pkt 1 dyrektywy, tj. pojęcia konsumenta, przez odpowiednią zmianę art. 22¹ k.c.

2. Lista definiowanych pojęć zawarta w art. 2 **nie pokrywa się w pełni z listą zamieszczoną w art. 2 dyrektywy**. Jak podkreślono w uzasadnieniu projektu ustawy, wynika to z faktu, że część definicji zawarta jest w odrębnych przepisach, np. definicja konsumenta w art. 22¹ k.c. czy definicja przedsiębiorcy w art. 43¹ k.c. Pojęcie konsumenta z art. 22¹ k.c. zasadniczo odpowiada jednak pojęciu zdefiniowanemu w art. 2 pkt 1 dyrektywy 2011/83/UE, zgodnie z którym **konsument** oznacza każdą osobę fizyczną, która w umowach objętych dyrektywą działa w celach niezwiązanych z działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą ani z wykonywaniem wolnego zawodu. Z przepisu tego wynika, że muszą być spełnione **łącznie dwa warunki**, aby osoba była objęta zakresem tego pojęcia, mianowicie: (i) osoba ta jest osobą fizyczną oraz (ii) działania tej osoby nie są związane z wykonywaniem wolnego zawodu. To drugie kryterium należy interpretować przez pryzmat wyjaśnień zawartych w motywie 17, w którym wprowadzono kwalifikację „dominującego wykorzystania”, wskazując, że w przypadku umów o podwójnym charakterze, gdy umowa zawierana jest w celach, które częściowo są związane z działalnością handlową danej osoby, a częściowo nie są z nią związane, a **cel handlowy jest do tego stopnia ograniczony, że nie jest dominujący w ogólnym kontekście umowy**, taka osoba również powinna być uznawana za konsumenta.

Równocześnie polski ustawodawca skorzystał z kompetencji opisanej w motywie 13 dyrektywy, **rozszerzając stosowanie** przepisów krajowych także na osoby fizyczne, które nie są konsumentami w rozumieniu art. 2 pkt 1. Uczynił to w art. 7aa u.p.k., stanowiącym, że przepisy dotyczące konsumenta zawarte w rozdziałach 4, 5a i 5b stosuje się do osoby fizycznej zawierającej umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie ma ona dla tej osoby charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

W kontekście zawartej w art. 43¹ k.c. definicji **przedsiębiorcy**, uwzględniając zasadę efektywności prawa Unii, należy zwrócić uwagę na orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości, w którym wskazuje on, że pojęcie przedsiębiorcy należy **wykładać szeroko**, biorąc pod uwagę fakt, że powinno ono zostać określone w odniesieniu do związanego z nim, lecz diametralnie przeciwnego pojęcia konsumenta¹⁴.

3. Zrezygnowano także z odrębnego definiowania umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług, wskazując, że sposób ujęcia tych umów w dyrektywie nie odpowiada systematyce umów przyjętych w Kodeksie cywilnym. Ich zakres pojęciowy uwzględniono natomiast przy określaniu zakresu stosowania poszczególnych przepisów, co zapewnia realizację celu dyrektywy, a jednocześnie nie zaburza zasad funkcjonowania prawa krajowego¹⁵.

¹⁴ Zob. przykładowo wyrok TS z 4.10.2018 r. C-105/17, Komisja za zashtita na potrebitelite v. Evelina Kamenova, EU:C:2018:808; wyrok TS z 24.02.2022 r., C-536/20, „Tiketa” UAB v. M.Š., EU:C:2022:112.

¹⁵ Zob. uzasadnienie projektu ustawy, VII kadencja, druk sejm. nr 2076, s. 4. Zob. też T. Czech, *Prawa konsumenta. Komentarz*, Warszawa 2020, art. 2, nt 3.

Rysuje się tu jednak niespójność ze stanowiskiem zaprezentowanym w wytycznych Komisji Europejskiej dotyczących dyrektywy 2011/83/UE, zwłaszcza w zakresie umowy o świadczenie usług, do której w przypadku jej nieodpłatności dyrektywa, a więc również krajowe akty prawne ją transponujące nie powinny być stosowane. Kodeks cywilny dopuszcza zaś, by umowa o świadczenie usług miała charakter nieodpłatny, a zatem w obecnej konstelacji przepisów również do takiej umowy ustawa o prawach konsumenta będzie stosowana wbrew stanowisku zaprezentowanemu w uzasadnieniu projektu ustawy. Przesłanka odpłatności przy umowach sprzedaży i świadczenia usług wprawdzie usunięta została na mocy dyrektywy 2019/2161 z przepisów art. 2 pkt 5 i 6 dyrektywy, zawierających definicję – odpowiednio – umowy sprzedaży oraz umowy o świadczenie usług, jednakże – jak wskazuje Komisja w wytycznych z 2021 r., uwzględniając zmiany w art. 3 – **umowy te pozostają przedmiotem dyrektywy 2011/83/UE wyłącznie w przypadku, gdy konsument musi zapłacić cenę**, chyba że przedmiotem umowy o świadczenie usług jest usługa cyfrowa¹⁶.

4. Dyrektywa 2011/83/UE wyróżnia – z uwagi na przedmiot, abstrahując od formy zawierania – **cztery rodzaje umów**, tj. umowę sprzedaży, umowę o świadczenie usług, umowę o dostarczanie treści cyfrowych oraz umowę o dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej oraz ciepła. Na implikacje tego podziału zwraca uwagę prawodawca unijny m.in. w motywie 19 dyrektywy, wyróżniając umowy o dostarczanie treści cyfrowych w zależności od formy dostarczania treści. Jeżeli bowiem treści cyfrowe dostarczane są na nośniku materialnym, takim jak płyty CD lub DVD, powinny być uznawane za towary w rozumieniu dyrektywy, a w konsekwencji tylko w takiej sytuacji ich dostarczenie powinno być klasyfikowane jako umowa sprzedaży. Podobnie jest w zakresie umów o dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej, które podlegają kwalifikacji jako umowy sprzedaży wyłącznie w przypadkach dostarczania w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości lub gdy dotyczą centralnego ogrzewania. Inne formy dostarczania treści cyfrowych, czyli *a contrario* tych, które nie są utrwalone na trwałym nośniku w rozumieniu dyrektywy, a także dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej w nieograniczonej z góry objętości lub ilości oraz dostarczanie ciepła powinny być kwalifikowane jako rodzaje umów odrębne od umów sprzedaży lub umów o świadczenie usług. Jest to istotne zwłaszcza z uwagi na przewidziane dla tych umów odrębności regulacyjne¹⁷.

Dominik Lubasz

Umowa zawarta na odległość (art. 2 pkt 1)

5. Ustawa definiuje w art. 2 pkt 1 umowę zawartą na odległość jako umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby

¹⁶ Zob. Zawiadomienie Komisji – Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów (C/2021/9314) (Dz.Urz. UE C 525 z 2021 r.), pkt 1.6.1.

¹⁷ Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 1.3.

środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie. Definicja ta jest implementacją definicji zawartej w art. 2 pkt 7 dyrektywy 2011/83/UE, stanowiącym, że „umowa zawierana na odległość” oznacza każdą umowę zawartą między przedsiębiorcą i konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie. Już pobieżna analiza obu definicji wskazuje **istotne różnice regulacyjne**, które wynikają z odejścia przez polskiego ustawodawcę od rozwiązania przyjętego na poziomie unijnym związanego z definiowaniem umów sprzedaży i umów o świadczenie usług dla potrzeb tej regulacji (zob. pkt 2 i 3 powyżej). Dyrektywa wiąże bowiem umowę zawieraną na odległość wyłącznie ze sprzedażą lub świadczeniem usług na odległość w ramach zorganizowanego systemu. Definicja z ustawy o prawach konsumenta obejmuje natomiast pojęciem umowy zawieranej na odległość wszystkie typy umów, bez względu na ich przedmiot, w tym także dostarczanie treści cyfrowych, ograniczając przesłankę do formy ich zawierania, tj. zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość. Rozwiązanie to jest pozytywnie oceniane przez B. Kaczmarek-Templin, wskazując, że niweluje ono wadliwość definicji dyrektywy¹⁸. Rozszerzenie zakresu zastosowania ustawy o prawach konsumenta na wszelkie typy umów, o ile są one zawierane na odległość w ramach zorganizowanego w ten sposób systemu ich zawierania, należy ocenić pozytywnie jako rozwiązanie prokonsumenckie, nie należy jednak upatrywać w nim usuwania wadliwości regulacji dyrektywy. Odmienność od modelu polskiego wynika, jak już wskazywano, z przyjętego w dyrektywie 2011/83/UE podziału umów i związanego z tym zakreśsu przedmiotowego aktu unijnego (zob. pkt 3 powyżej). U podstaw różnic – choć nie jest to uwypuklone w uzasadnieniu projektu ustawy – może leżeć wykorzystanie przez polskiego ustawodawcę uprawnienia wynikającego z motywu 13 dyrektywy 2011/83/UE, zgodnie z którym państwa członkowskie mogą utrzymać w mocy lub wprowadzić przepisy krajowe odpowiadające wszystkim lub niektórym przepisom dyrektywy w odniesieniu do umów nieobjętych zakresem jej stosowania. Państwa członkowskie mogą również stosować przepisy dyrektywy do umów, które nie są „umowami zawieranymi na odległość” w rozumieniu dyrektywy, np. z uwagi na fakt, że nie są one zawierane w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość.

6. Elementami konstrukcyjnymi umowy zawieranej na odległość mieszczącej się w zakresie podmiotowym ustawy o prawach konsumenta są:

- brak jednoczesnej fizycznej obecności stron, tj. przedsiębiorcy i konsumenta, związany z formą zawierania umów wynikającą z wykorzystania technik porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie;
- zawieranie umowy w ramach zorganizowanego przez przedsiębiorcę systemu zawierania umów na odległość.

7. Przesłanka braku jednoczesnej fizycznej obecności stron jako element kwalifikacyjny umowy zawieranej na odległość uległa modyfikacji w stosunku do dotychczas obowiązują-

¹⁸ B. Kaczmarek-Templin [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, Warszawa 2014, s. 10.

cego stanu prawnego wynikającego z art. 6 ust. 1 u.o.n.p.k. Dodany został bowiem wymóg braku jednoczesnej fizycznej obecności. Wydaje się, że celem uzupełnienia regulacji jest podkreślenie, iż nie chodzi o brak jednoczesnej obecności w rozumieniu bezpośredniego (bez niczyjgo pośrednictwa) kontaktu z użyciem określonego, wybranego przez strony medium, ale o brak jednoczesnej obecności w określonym miejscu osadzonym w przestrzeni.

Brak jednoczesnej fizycznej obecności stron należy oceniać przez pryzmat związku zarówno miejscowego, jak i osobowego do chwili zawarcia umowy. Mimo wykorzystania do komunikacji technik porozumiewania się na odległość przez osoby znajdujące się w jednym miejscu w ujęciu przestrzennym umowa zawarta w ten sposób nie będzie umową zawartą na odległość w rozumieniu ustawy. W doktrynie prezentowane jest jednak również stanowisko, że sam element fizycznego przebywania w jednym miejscu przy braku świadomości stron co do tego faktu powoduje, że umowę w ten sposób zawartą przy użyciu środków porozumienia się na odległość należy uważać za umowę zawartą na odległość¹⁹.

Z punktu widzenia omawianej przesłanki nie ma natomiast znaczenia sposób wykonania umowy, a w konsekwencji to, czy wykonanie umowy następuje już przy fizycznej obecności obu stron, czy w jej braku. Wymóg braku jednoczesnej obecności stron występuje bowiem również jako element definicyjny pojęcia świadczenia usługi drogą elektroniczną – art. 2 pkt 4 u.s.u.d.e. – i jest rozumiany jako brak ich jednoczesnej fizycznej obecności zapewniającej bezpośredni kontakt w danym miejscu w chwili wykonania usługi. Odmienne zatem w stosunku do umowy zawieranej na odległość oceniany jest moment warunkujący uznanie tej przesłanki za spełnioną. W przypadku świadczenia usługi drogą elektroniczną nie chodzi, jak w przypadku umów zawieranych na odległość, o moment zawarcia umowy, lecz o **moment wykonania usługi**²⁰.

8. Ustawa o prawach konsumenta, odmiennie od dotychczas obowiązującej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, **nie zawiera nawet przykładowego katalogu środków porozumiewania się na odległość**. W art. 6 ust. 1 u.o.n.p.k. wśród takich środków wymienia no w szczególności drukowany lub elektroniczny formularz zamówienia niezaadresowany lub zaadresowany, list seryjny w postaci drukowanej lub elektronicznej, reklamę prasową z wydrukowanym formularzem zamówienia, reklamę w postaci elektronicznej, katalog, telefon, telefaks, radio, telewizję, automatyczne urządzenie wywołujące,

¹⁹ D. Szostek, *Czynność prawna a środki komunikacji elektronicznej*, Kraków 2004, s. 273.

²⁰ Szerzej D. Lubasz, *Handel elektroniczny. Bariery prawne*, Warszawa 2013, s. 91 i n.; D. Kot, *Dyrektywa Unii Europejskiej o handlu elektronicznym i jej implikacje dla prawa cywilnego*, KPP 2001/1, s. 48; X. Konarski, *Komentarz do ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną*, Warszawa 2004, s. 67; M. Świerczyński [w:] *Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz*, red. J. Gołaczyński, Warszawa 2009, s. 42; P. Litwiński [w:] *Prawo Internetu*, red. P. Podrecki, Warszawa 2007, s. 172–173; A. Frań-Adamek, *Świadczenie usług drogą elektroniczną. Komentarz*, LEX 2002, art. 5; W.J. Kocot, *Wpływ Internetu na prawo umów*, Warszawa 2004, s. 365; S. Stanisławska-Kloc, *Świadczenie usług drogą elektroniczną – aspekty konsumenckie* [w:] *Europejskie prawo konsumenckie a prawo polskie*, red. E. Nowińska, P. Cybula, Kraków 2005, s. 268; I. Wróbel, *Pojęcie usługi społeczeństwa informacyjnego w prawie wspólnotowym*, „CBKE e-Biuletyn” 2007/4, http://cbke.prawo.uni.wroc.pl/images/ebiuletyn/Pojecie_uslugi_spoleczenstwa_informacyjnego.pdf (dostęp: 15.11.2024 r.).

wizjofon, wideotekst, pocztę elektroniczną lub inne środki komunikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. **Wyliczenie to zapożyczono zostało z załącznika I do dyrektywy 97/7/WE i jest ujmowane w doktrynie w cztery grupy:**

- techniki wykorzystujące nośnik,
- techniki telefoniczne,
- techniki telewizyjne i radiowe oraz
- techniki elektroniczne²¹.

Z punktu widzenia rozwoju technik komunikacyjnych nie ma potrzeby formułowania katalogu przykładowych technik, a nawet nie jest to wskazane. Ich immanentną cechą ma być natomiast, co oczywiste, umożliwienie porozumiewania się stron na odległość i zawarcia umowy w ten sposób.

9. Z art. 2 pkt 1 wprost wynika, że w procesie zawierania umowy na odległość może być wykorzystywany równocześnie **więcej niż jeden środek porozumiewania się na odległość** (np. Internet i telefon) dla zachowania analizowanej kwalifikacji umowy. Jest to istotne zwłaszcza w związku z – przewidzianą ustawą – realizacją obowiązków informacyjnych, w szczególności gdy bierze się pod uwagę sposób ich realizacji, w tym z wykorzystaniem trwałego nośnika.

W wytycznych z 2021 r. dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy Komisja wskazuje, że przy finalizowaniu umowy zawieranej na odległość strony mogą również korzystać z **połączenia kilku różnych środków porozumiewania się na odległość** (takich jak strona internetowa, aplikacja mobilna lub rozmowa telefoniczna). Fakt, że strony spotykają się ze sobą po zawarciu umowy zawieranej na odległość – zazwyczaj w momencie dostawy lub płatności – nie powinien zmieniać kwalifikacji umowy jako zawieranej na odległość. Jeżeli konsument udaje się do lokalu przedsiębiorstwa wyłącznie w celu uzyskania informacji na temat towarów i usług, negocjowana i zawierana przez niego następnie z przedsiębiorcą na odległość umowa jest traktowana jako umowa zawierana na odległość. Choć sam fakt dokonania rezerwacji wizyty u przedsiębiorcy nie jest uważany za umowę zawieraną na odległość, wiążąca rezerwacja dokonana np. przez telefon i dotycząca odebrania towarów lub skorzystania z usług w określonym terminie będzie jednak prawdopodobnie stanowić umowę zawieraną na odległość²².

10. W odniesieniu do **chwili, w której ocenia się spełnienie przesłanki braku jednoczesnej fizycznej obecności stron**, zakres pojęciowy został dodatkowo wyjaśniony w motywie 20 dyrektywy 2011/83/UE. Zgodnie z nim definicja umowy zawieranej na odległość powinna obejmować wszystkie przypadki, w których umowa zawarta jest między przedsiębiorcą a konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, wyłącznie przy użyciu jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość (takich jak sprzedaż wysyłkowa, Internet, telefon lub faks) aż do momentu zawarcia umowy wyłącznie. Definicja ta powinna również obejmować sytu-

²¹ E. Łętowska, *Europejskie...*, s. 226; E. Łętowska, *Ochrona...*, s. 50; K. Kwapisz, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Komentarz*, Warszawa 2011, art. 6.

²² Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 4.2.1.

acje, w których konsument udaje się do lokalu przedsiębiorstwa jedynie w celu uzyskania informacji o towarach lub usługach, a następnie negocjuje i zawiera umowę na odległość. Z kolei umowa, która jest negocjowana w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy i zostaje ostatecznie zawarta przy użyciu środków porozumiewania się na odległość, nie powinna być uważana za umowę zawieraną na odległość. Za taką umowę nie należy także uznawać umowy zainicjowanej za pomocą środka porozumiewania się na odległość, ale ostatecznie zawartej w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy. Pojęcie umowy zawieranej na odległość **nie powinno też obejmować rezerwacji** dokonanej przez konsumenta – przy użyciu środka porozumiewania się na odległość – usługi profesjonalisty, tak jak w przypadku telefonicznej rezerwacji przez konsumenta wizyty u fryzjera. Ponadto Komisja Europejska podkreśla, że fakt, iż strony spotykają się po zawarciu umowy na odległość, w szczególności w chwili dostawy lub płatności, nie powinien zmieniać kwalifikacji umowy jako zawartej na odległość²³.

11. Przesłanka dotycząca zawierania umowy **w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość** przesądza, że reżimowi ustawy poddane zostają jedynie takie przypadki zawierania umów na odległość bez jednoczesnej fizycznej obecności strony, gdy przedsiębiorca zorganizował swoje przedsiębiorstwo w ten sposób, by móc uznać, że zawieranie umów na odległość tworzy system sprzedaży²⁴.

Dokonując interpretacji przesłanki zorganizowania działalności przedsiębiorstwa w celu zawierania umów z konsumentami na odległość, wymaganej przez dotychczas obowiązujący art. 6 ust. 1 u.o.n.p.k., wskazywano, że ocena spełnienia przesłanki zorganizowania działalności w ten sposób, że **sprzedaż na odległość jest zasadą działania przedsiębiorstwa**, powinna być oparta na analizie, czy przedsiębiorca stworzył możliwości zawarcia umowy za pomocą środków porozumiewania na odległość oraz czy ujęte to zostało w określone ramy organizacyjne, o czym mogłoby świadczyć to, że stworzył strony WWW, wyodrębnił personel zajmujący się takimi umowami czy też kierował reklamę do wybranej grupy konsumentów²⁵. Analogiczny sposób oceny spełniania przesłanki zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość będzie właściwy przy wykładni art. 2 pkt 1 u.p.k.

W doktrynie na gruncie dotychczas obowiązujących przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny podnosiło się także, że **nie jest konieczne, żeby przedsiębiorca całość swojej działalności prowadził w ten sposób**, by była to trwała cecha właściwa jego działalności²⁶. Pogląd ten zachowuje aktualność również pod rządami ustawy o prawach konsumenta.

²³ Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 4.1.

²⁴ Analogicznie na gruncie ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny E. Łętowska, *Ochrona...*, s. 51; M. Jagielska, *Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość*, M. Praw. 2000/9, s. 561.

²⁵ P. Podrecki, *Ochrona konsumentów w umowach zawieranych na odległość [w:] Handel elektroniczny – problemy prawne*, red. J. Barta, R. Markiewicz, Kraków 2005, s. 717.

²⁶ A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Komentarz*, Warszawa 2012, s. 87–88.

Omawiana przesłanka nie będzie natomiast spełniona w przypadkach, w których przedsiębiorca wprowadził z konsumentem i z jego inicjatywy umowę na odległość, np. za pośrednictwem telefonu czy poczty elektronicznej, lecz zawarcie jej w ten sposób z perspektywy przedsiębiorcy miało **charakter wyjątkowy**. Nie będzie zatem zawarciem umowy na odległość okazjonalne użycie przez przedsiębiorcę do komunikacji i zawarcia umowy z konsumentem środka porozumienia się na odległość, np. wysłanie na prośbę konsumenta towaru ze sklepu stacjonarnego²⁷.

Nie będzie również umową zawartą na odległość wykorzystanie technik komunikowania się na odległość w **fazie reklamowej lub informacyjnej**, a następnie zawarcie umowy przy obecności stron²⁸.

12. Pojęcie zorganizowanej sprzedaży lub świadczenia usług na odległość obejmuje **systemy oferowane przez osobę trzecią inną niż przedsiębiorca**, ale z których przedsiębiorca korzysta, takie jak platforma internetowa. Nie dotyczy natomiast przypadków, gdy zawartość strony internetowej ograniczona jest do informacji o przedsiębiorcy, jego towarach lub usługach oraz danych kontaktowych przedsiębiorcy, bez możliwości kontraktowania (motyw 20 dyrektywy 2011/83/UE).
13. Dla kwalifikacji umowy jako umowy zawieranej na odległość nie ma znaczenia, **w jakim trybie jest ona zawierana**, tj. czy w trybie ofertowym, w tym z wykorzystaniem oferty elektronicznej (art. 66¹ k.c.), negocjacyjnym, czy aukcyjnym albo przetargowym (na temat trybu aukcyjnego zob. szerzej pkt 153 i n. komentarza do niniejszego artykułu).
14. Udowodnienie, że umowa została zawarta na odległość, podlega zasadzie określania **ciężaru dowodu** zgodnie z art. 6 k.c., ponieważ ustawa jedynie w odniesieniu do realizacji obowiązków informacyjnych przenosi ciężar dowodu na przedsiębiorcę (zob. art. 24 u.p.k. oraz komentarz do tego przepisu)²⁹.
15. Odmienne od ustawy o prawach konsumenta, ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną nie wymaga dokonywania oceny, czy wykorzystywanie danego środka komunikacji jest sposobem, w jaki przedsiębiorca świadczący usługę zorganizował swoją działalność³⁰. Prowadzić to może do sytuacji, w której przepisy ustawy o prawach konsumenta w zakresie

²⁷ Tak też na gruncie ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny W.J. Kocot, *Nowe zasady zawierania i wykonywania umów z udziałem konsumentów*, cz. 2, PPH 2000/12, s. 28; D. Popłonyk, *Zawieranie przez konsumentów umów przez Internet*, „CBKE e-Biuletyn” 2004/1, http://cbke.prawo.uni.wroc.pl/images/ebiuletyn/Zawieranie_przez_konsumenta.pdf, (dostęp: 15.11.2024 r.), s. 3; w doktrynie niemieckiej natomiast S. Grundmann, *The EU Consumer Rights Directive: optimizing, creating alternatives, or a dead end?*, Unif. Law Rev. 2013/1, s. 105. Tak też Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 4.1.

²⁸ Tak też, aktualnie również obecnie, ale na podstawie dotychczasowych przepisów, E. Łętowska, *Ochrona...*, s. 51; D. Popłonyk, *Zawieranie...*, s. 3; T. Kierzyk, *Umowy sprzedaży zawierane na odległość – wybrane zagadnienia (ochrona konsumentów)*, „Rejent” 2007/5, s. 36.

²⁹ Zob. w zakresie poprzedniej regulacji A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa...*, s. 90; E. Łętowska, *Europejskie...*, s. 28.

³⁰ K. Kowalik-Bañczyk [w:] *Ustawa...*, red. J. Gołaczyński, s. 179; X. Konarski, *Ochrona konsumenta korzystającego z usług elektronicznych w prawie polskim i Unii Europejskiej* [w:] *Prawo umów elektronicznych*, red. J. Gołaczyński, Kraków 2006, s. 71; P. Podrecki, *Ochrona...*, s. 715.

dotyczącym umów zawieranych na odległość nie znajdują odniesienia, będzie zaś stosowana ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, np. w wypadku okazjonalnego wykorzystania przez przedsiębiorcę środków komunikacji elektronicznej do zawarcia i wykonania umowy³¹.

16. Pojęcie umowy zawieranej na odległość jest również relewantne dla aktu o usługach cyfrowych³².

Dominik Lubasz

Umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 2 pkt 2)

17. Ustawa definiuje w art. 2 pkt 2 umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa jako umowę zawartą z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa:
- **przy jednoczesnej fizycznej obecności** stron w miejscu, które **nie jest lokalem** przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy;
 - w wyniku **przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta** w okolicznościach, o których mowa w punkcie poprzednim;
 - **w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny i osobisty kontakt z konsumentem w miejscu**, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności stron;
 - **podczas wycieczki** zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami;
 - **podczas pokazu** zorganizowanego przez przedsiębiorcę, w którym uczestniczy zaproszona bezpośrednio lub pośrednio określona liczba konsumentów, w którego trakcie ma miejsce promocja, składanie ofert sprzedaży lub sprzedaż towarów lub usług, bez względu na to, czy został na niego zorganizowany transport.
18. Technika legislacyjna zastosowana przy definiowaniu pojęcia umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa jest konsekwencją literalnej **implementacji** do porządku krajowego rozwiązania przyjętego w dyrektywie 2011/83/UE. Dzięki zastosowanemu rozwiązaniu zrealizowano wolę rozszerzenia zakresu ochronnego w odniesieniu do transakcji zawieranych poza lokalem, którego istotność z punktu widzenia konsumenta wielokrotnie podkreślał TS, m.in. w wyrokach: z 10.04.2008 r., C-412/06, Annelore Hamilton v. Volksbank Filder eG, EU:C:2008:215; z 25.10.2005 r., C-350/03, Elisabeth Schulte i Wolfgang Schulte v. Deutsche Bausparkasse Badenia AG., EU:C:2005:637, czy też z 17.12.2009 r., C-227/08, Eva Martín Martín v. EDP Editores SL, EU:C:2009:792. Trybunał wskazał, że umowy te cechują się tym, iż zwykle to przedsiębiorca rozpoczyna negocjacje, a konsument jest całkowicie nieprzygotowany na ten rodzaj obwoźnej sprzedaży, w szczególności w zakresie porównania cen i jakości różnych dostępnych ofert. Dyrektywa 85/577/EWG, uchylona

³¹ K. Kowalik-Bañczyk [w:] *Ustawa...*, red. J. Gołaczyński, s. 179; X. Konarski, *Ochrona...*, s. 71.

³² Zob. więcej D. Lubasz [w:] *Akt o usługach cyfrowych. Komentarz*, red. D. Lubasz, M. Namysłowska, Warszawa 2024, art. 3.

dyrektywą 2011/83/UE, przewidywała bowiem, że jej reżimowi podlegać będą jedynie umowy zawierane w trakcie zorganizowanego przez przedsiębiorcę wyjazdu poza lokal przedsiębiorstwa lub w trakcie odwiedzin przedsiębiorcy. I choć ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, wdrażająca dyrektywę 85/577/EWG, podwyższała wyznaczony nią minimalny próg ochronny, obejmując również inne przypadki zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa, to ustawa o prawach konsumenta przewiduje dalsze zwiększenie ochrony konsumentów przez rozszerzenie zakresu umów objętych pojęciem umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

19. Komentowana ustawa zawiera zatem opisane wyżej pięć przypadków kwalifikacji umowy jako umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa. Co do zasady, zgodnie z art. 2 pkt 2, **umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa** jest umowa zawarta przez przedsiębiorcę z konsumentem przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy. Ustawodawca, definiując równocześnie termin „lokal przedsiębiorstwa”, w art. 2 pkt 3 na potrzeby ustawy o prawach konsumenta stworzył *superfluum* ustawowe³³. Dla kwalifikacji umowy rozstrzygające jest, czy miejsce, w którym dochodzi do zawarcia umowy, jest czy nie jest lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 2 pkt 3 (szerzej na temat terminu „lokal przedsiębiorstwa” zob. pkt 31 i n. komentarza do niniejszego artykułu). W zakresie przesłanki jednoczesnej fizycznej obecności stron *a contrario* odesłać należy do uwag poczynionych przy komentowaniu definicji terminu „umowa zawarta na odległość” (zob. pkt 6 komentarza do niniejszego artykułu).
20. Zastosowanie reżimu ustawowego w zakresie dotyczącym umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa **nie zależy** – odmiennie niż przy umowach zawieranych na odległość – od tego, czy przedsiębiorca **w sposób stały i zorganizowany zawiera umowy poza swoim lokalem**, czy też czasowo lub ubocznie wybrał taką formę świadczenia usług lub sprzedaży towarów³⁴.
21. Nie ma również znaczenia, czy zawarcie umowy w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa (np. w miejscu pracy czy zamieszkania konsumenta), następuje na zaproszenie konsumenta, czy też z inicjatywy przedsiębiorcy.
22. Na podstawie art. 2 pkt 2 lit. b umowę należy kwalifikować jako umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa, gdy jest ona zawarta przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, również w **przypadku jej zawarcia na skutek przyjęcia przez przedsiębiorcę oferty złożonej przez konsumenta**. *Ratio legis* omawianego rozwiązania wiąże się z tym, że choć na podstawie dotychczasowych przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny okoliczność, z czyjej inicjatywy dochodziło do zawarcia umowy poza lokalem, nie miała znaczenia dla objęcia

³³ Tak też M. Załucki [w:] *Ustawa...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, 2014, s. 14.

³⁴ W poprzednim stanie prawnym analogicznie A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa...*, s. 22.

jej zakresem zastosowania ustawy, to dyrektywa 85/577/EWG pozostawiała państwom członkowskim wybór w tym zakresie (art. 3 ust. 3 dyrektywy 85/577/EWG). W celu ujednolicenia przepisów państw członkowskich regulujących tę kwestię w art. 2 pkt 8 lit. b dyrektywy 2011/83/UE, a w konsekwencji również w omawianym art. 2 pkt 2 lit. b u.p.k., znalazła się zatem regulacja przesądzająca, że reżimem ochronnym są objęte nie tylko przypadki, gdy umowa zawierana jest na skutek oferty złożonej przez przedsiębiorcę, lecz także sytuacje, gdy jest ona zawierana na skutek złożenia oferty przez konsumenta.

23. W art. 2 pkt 2 lit. c ustawa przewiduje, że jako umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa kwalifikować należy także umowę zawartą wprawdzie w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość, jednakże **bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny i osobisty kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa** danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności stron. Istotnymi elementami tej formy umowy zawieranej poza lokalem są:

- nawiązanie przez przedsiębiorcę i z jego inicjatywy indywidualnego i osobistego kontaktu z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa przy jednoczesnej fizycznej obecności stron,
- a następnie bezpośrednio po nawiązaniu takiego kontaktu zawarcie umowy w lokalu przedsiębiorcy lub na odległość.

Jako przykład takiego działania Komisja Europejska wskazuje przypadek, gdy przedstawiciel przedsiębiorcy podchodzi do konkretnego konsumenta na ulicy i składa mu ofertę np. prenumeraty magazynu, a następnie zawiera umowę już w pobliskim lokalu przedsiębiorstwa³⁵. Jest to działanie zmierzające do „zwabienia” konkretnie oznaczonego konsumenta do lokalu przedsiębiorstwa przedsiębiorcy, o ile kontakt został nawiązany przez przedsiębiorcę poza lokalem.

Omawianą regulacją objęte są wyłącznie przypadki nawiązywania **indywidualnego i osobistego kontaktu**, a zatem skonkretyzowania podmiotu, z którym kontakt jest nawiązywany. Tym samym poza zakresem zastosowania znajdują się sytuacje np. rozpowszechniania ulotek reklamowych bez konkretyzacji podejmowanego kontaktu w stosunku do oznaczonego konsumenta.

Ostatecznie spełniona musi zostać przesłanka, zgodnie z którą umowa z konsumentem, z którym przedsiębiorca nawiązał indywidualny i osobisty kontakt poza lokalem, **zawarta zostanie bezpośrednio po jego nawiązaniu** już w lokalu albo na odległość. Celem omawianego wymogu jest ochrona wyłącznie tych konsumentów, którzy zawarli umowy bez poprzedzenia tego należytą refleksją na skutek namowy przedsiębiorcy. *A contrario* nie będą chronieni ci konsumenci, którzy na skutek nawiązania przez przedsiębiorcę kontaktu w sposób w tym przepisie opisany zawarli umowę po okresie zastanowienia, np. następnego dnia, po powrocie do domu itp.

24. Zgodnie z art. 2 pkt 2 lit. d za umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa należy również uznać **umowę zawartą z konsumentem podczas wycieczki** zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami. W tym przypadku nie ma znaczenia, czy umowa ostatecznie zawierana jest

³⁵ Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 2.2.

w miejscu, które jest lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 2 pkt 3. Dla kwalifikacji umowy jako zawieranej poza lokalem nie jest ważna świadomość konsumenta co do charakteru wycieczki, w której bierze udział. Ocenie natomiast powinno podlegać *ad casum*, czy w istocie mamy do czynienia z wycieczką, a nie np. zorganizowanym przewozem mającym wyłącznie na celu dowiezienie konsumentów do centrum handlowego.

25. Dodatkową opcję kwalifikacyjną umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa sformułowaną w art. 2 pkt 2 lit. e, tj. odnoszącą się do umowy z konsumentem zawartej **podczas** zorganizowanego przez przedsiębiorcę **pokazu**, w którym uczestniczy zaproszona bezpośrednio lub pośrednio określona liczba konsumentów, w którego trakcie ma miejsce promocja, składanie ofert sprzedaży lub sprzedaż towarów lub usług, bez względu na to, czy został na niego zorganizowany transport, wprowadzono nowelizacją z 1.12.2022 r. Było to związane ze zmianą dyrektywy 2011/83/UE na mocy dyrektywy 2019/2161, tzw. dyrektywy Omnibus.
26. Dyrektywa ta przewiduje także opcje regulacyjne dla państw członkowskich w odniesieniu do niektórych form sprzedaży poza lokalem, tj. w przypadku nieumówionych wizyt w domu konsumenta albo wycieczki. Polski prawodawca zdecydował się na skorzystanie z tych opcji regulacyjnych w ustawie o prawach konsumenta, wprowadzając równocześnie uprawnienia konsumenta z tym związane odpowiednio w art. 27 ust. 2 i art. 38 ust. 2. Pierwszy z nich odnosi się do wydłużonego do 30 dni terminu na odstąpienie w sytuacji, gdy konsument zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa podczas nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki. Drugi z przypadków dotyczy ograniczenia wyjątków od prawa odstąpienia od umowy na mocy art. 38. Zgodnie z przepisem art. 38 ust. 2 art. 38 ust. 1 pkt 1, 2, 3 i 5 nie stosuje się do umów zawieranych w związku z nieumówioną wizytą przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo podczas wycieczki, o której mowa w art. 2 pkt 2 lit d. Odstępstwo obejmuje zatem następujące umowy zawarte w związku z nieumówioną wizytą przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo podczas wycieczki:
- o świadczenie usług, za które konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną i uprzednią zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy, i przyjął to do wiadomości;
 - w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;
 - w której przedmiotem świadczenia jest towar nieprefabrykowany, wyprodukowany według specyfikacji konsumenta lub służący zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;
 - w której przedmiotem świadczenia jest towar dostarczany w zapieczętowanym opakowaniu, którego po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.
27. Definiowane w art. 2 pkt 2 pojęcie umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa stanowi, jak wspomniano, niemal jednobrzmiącą transpozycję analogicznego terminu zdefiniowanego w art. 2 pkt 8 dyrektywy 2011/83/UE. Jak podkreślono uzupełniają-

co w motywie 21 dyrektywy, umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa powinna być określona jako umowa zawarta przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, np. w domu konsumenta lub jego miejscu pracy. Poza lokalem przedsiębiorstwa konsument może być bowiem narażony na potencjalną presję psychologiczną lub na element zaskoczenia, niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez konsumenta zamówiona, czy też nie. Prawodawca unijny wskazuje, że definicja umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa nie powinna natomiast obejmować sytuacji, w których przedsiębiorca udaje się do domu konsumenta wyłącznie w celu dokonania pomiarów lub oszacowania kosztów, bez powstania jakichkolwiek obowiązków po stronie konsumenta, a umowa zawierana jest dopiero w późniejszym terminie w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub przy użyciu środków porozumiewania się na odległość, na podstawie kosztorysu sporządzonego przez przedsiębiorcę. W takich przypadkach umowy nie należy uważać za zawartą natychmiast po nawiązaniu przez przedsiębiorcę kontaktu z konsumentem, jeżeli konsument miał czas przed zawarciem umowy na zastanowienie się nad kosztorysem przygotowanym przez przedsiębiorcę. Do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa trzeba zaliczyć zakupy dokonywane podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, w czasie której nabyte produkty są promowane i oferowane do sprzedaży.

28. Warto zwrócić uwagę na wyrok (wydany wprawdzie na podstawie poprzednio obowiązujących przepisów, lecz zachowujący swoją aktualność) z 25.10.2005 r., C-229/04, *Crailsheimer Volksbank v. Klaus Conrads i inni*, EU:C:2005:640, w którym TS stwierdził, że w przypadku gdy osoba trzecia działa w imieniu lub na rzecz przedsiębiorcy przy negocjowaniu lub zawarciu umowy poza lokalem, stosowanie dyrektywy nie może być uzależnione od tego, że przedsiębiorca wiedział lub powinien był wiedzieć o tym, iż umowa została zawarta w sytuacji akwizycji wypełniającej przesłanki umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, zwłaszcza biorąc pod uwagę fakt, że **jako przedsiębiorcę należy traktować każdą osobę działającą w jego imieniu lub na jego rzecz**.
29. Aktualność zachowuje także wykładnia dokonana przez TS w wyroku z 22.04.1999 r., C-423/97, *Travel Vac SL v. Manuel José Antelm Sanchis*, EU:C:1999:197, pkt 43, zgodnie z którym do skorzystania przez konsumenta z uprawnień związanych z zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa wystarczy, by znalazł się on w jednej z obiektywnych sytuacji kwalifikujących sposób zawarcia umowy jako zawarcie umowy poza lokalem, a także nie trzeba wykazać, że przedsiębiorca wywarł na konsumenta wpływ lub że nim manipulował.
30. **Rozkład ciężaru dowodu** dotyczącego charakteru umowy jako umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, podobnie jak w przypadku umów zawieranych na odległość, podlega zasadzie określania ciężaru dowodu zgodnie z art. 6 k.c.³⁶

³⁶ W odniesieniu do poprzedniej regulacji zob. E. Łętowska, *Europejskie...*, s. 28; zob. także komentarz do art. 24 dotyczący przeniesienia ciężaru dowodu w zakresie spełnienia obowiązków informacyjnych.

Lokal przedsiębiorstwa (art. 2 pkt 3)

31. W myśl art. 2 pkt 3 **lokałem przedsiębiorstwa** jest:
- miejsce prowadzenia działalności będące **nieruchomością albo częścią nieruchomości**, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność **na stałe**;
 - miejsce prowadzenia działalności będące **rzeczą ruchomą**, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność **zwyczajowo albo na stałe**.
32. Ustawodawca, definiując omawiane pojęcie, w istotnym zakresie przejął definicję zawartą w art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83/UE, wskazującą, że „lokal przedsiębiorstwa” (ang. *business premises*) oznacza:
- jakiegokolwiek miejsca prowadzenia działalności detalicznej będące nieruchomościami, w których przedsiębiorca prowadzi swoją działalność na stałe, lub
 - jakiegokolwiek miejsca prowadzenia działalności detalicznej będące ruchomościami, w których przedsiębiorca prowadzi zwyczajowo swoją działalność.
- Zakres pojęciowy został uwypuklony w motywie 22 dyrektywy 2011/83/UE, w którym wskazano, że lokal przedsiębiorstwa powinien obejmować wszelkie lokale, niezależnie od ich formy (takie jak sklepy, stoiska lub samochody ciężarowe), które służą przedsiębiorcy za stałe lub zwyczajowe miejsce prowadzenia działalności. Ponadto podkreślono, że stoiska handlowe i wystawiennicze powinny być traktowane jak lokal przedsiębiorstwa, jeżeli spełniają ten warunek. Miejsce prowadzenia działalności detalicznej, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność sezonową, np. w sezonie turystycznym w kurorcie narciarskim lub nadmorskim, również należy uznać za lokal przedsiębiorstwa, ponieważ przedsiębiorca wykonuje swoją działalność w tym miejscu zwyczajowo. Za lokal przedsiębiorstwa nie należy natomiast uznawać miejsc dostępnych publicznie, takich jak ulice, centra handlowe, plaże, obiekty sportowe i środki transportu publicznego, w których przedsiębiorca prowadzi działalność wyjątkowo, ani też prywatnych domów lub miejsc pracy.
33. Należy zwrócić uwagę na art. 1 ust. 2 u.o.n.p.k., który stanowił, że przez lokal przedsiębiorstwa rozumie się miejsce przeznaczone do obsługi publiczności i oznaczone zgodnie z przepisami o działalności gospodarczej. W doktrynie podnoszono, że definicja ta celowo nawiązywała do regulacji wynikającej z art. 97 k.c., stanowiącej o osobie czynnej w lokalu przedsiębiorstwa przeznaczonym do obsługi publiczności, i jej interpretacja powinna być z powołanym przepisem zharmonizowana³⁷. Podzielić należy jednak zapatrywanie odmienne, u podstaw którego leży założenie, że cele art. 97 k.c. i art. 1 ust. 2 u.o.n.p.k. są odmienne. W przypadku art. 97 k.c. chodzi o ochronę wszelkich kontrahentów przed kontraktowaniem z osobami nieuprawnionymi, a w art. 1 ust. 2 u.o.n.p.k. – o ochronę konsumentów, i to przed zaskoczeniem związanym z kontraktowaniem poza lokalem³⁸. Z tego względu kierunki wykładni mającej realizować cele ochronne są przeciwstawne. O ile bowiem dla zapewnienia poprawnej realizacji art. 97 k.c. interpretacja powinna zmierzać do elastycznego

³⁷ E. Łętowska, *Ochrona...*, s. 30.

³⁸ M. Jagielska, *Umowy...*, s. 560; A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa...*, s. 21.

ujęcia terminu „lokal przedsiębiorstwa”, o tyle w ramach art. 1 ust. 2 u.o.n.p.k., jeśli wziąć pod uwagę konsumencki charakter regulacji, uzasadniona jest zawężająca wykładnia³⁹. Przenosząc powyższe rozważania na grunt art. 2 pkt 3 u.p.k., należy stwierdzić, że o ile ustawodawca odszedł od przesłanki przeznaczenia lokalu przedsiębiorstwa do „obsługi publiczności”, zrywając tym samym bezpośredni semantyczny związek z art. 97 k.c., o tyle zapatrywania doktrynalne związane z kierunkiem wykładni pozostają niezmiennie pod rządami obecnej ustawy. Regulacja ustawy o prawach konsumenta wprost wskazuje, że lokalem będzie zarówno **miejsce, w którym przedsiębiorca stale prowadzi działalność, będące nieruchomością** albo częścią nieruchomości, jak i **rzecz ruchoma, w której przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe**.

34. Lokalem przedsiębiorstwa będą **nie tylko oznaczone miejsca w nieruchomości**, w których dochodzi w sposób stały do zawierania umów z konsumentami, lecz także inne miejsca, w których dochodzi do zawierania umów w sposób regularny przez określony czas, w tym rynki, sezonowe stoiska, stałe stragany, co podkreśla użycie przez ustawodawcę określenia „**rzecz ruchoma**”, w której przedsiębiorca prowadzi działalność **zwyczajowo albo na stałe**. W pierwotnym projekcie ustawy o prawach konsumenta prowadzenie działalności w rzeczy ruchomej, notabene analogicznie do dyrektywy 2011/83/UE, ograniczone było do charakteru zwyczajowego. Dopiero w trakcie prac legislacyjnych w podkomisji nadzwyczajnej do rozpatrzenia rządowego projektu ustawy o prawach konsumenta, mimo obaw o niezgodność ustawy z dyrektywą, dodano cechę stałości prowadzenia działalności gospodarczej w rzeczy ruchomej. W tym zakresie nie ma jednak obawy o sprzeczność polskiej ustawy z dyrektywą 2011/83/UE z uwagi na fakt, że cel regulacji unijnej jest realizowany. Jeśli bowiem do uznania za lokal przedsiębiorstwa wystarczy, że przedsiębiorca w określonej rzeczy ruchomej, np. w kiosku, na straganie, prowadzi działalność w sposób zwyczajowy, to zgodnie z rozumowaniem *a minori ad maius* – z pewnością taka rzecz będzie lokalem przedsiębiorstwa również wówczas, gdy prowadzi on w niej działalność w sposób stały.
35. W wypowiedziach doktryny do ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny wyrażany był słuszny i aktualny również obecnie pogląd, że za lokal przedsiębiorstwa należy też uznać takie miejsca zawierania umów przez przedsiębiorców jak np. **bazary, rynki, kiermasze**, a także specjalnie przystosowane do tego pojazdy. Nie występuje w takich przypadkach *ratio* ochrony, a zatem zaskoczenie konsumenta⁴⁰.

³⁹ Rozszerzająca wykładnia art. 97 k.c. znalazła wyraz w orzecznictwie, m.in. w wyroku SN z 5.12.2003 r., IV CK 286/02, LEX nr 164015, a także wyroku SA w Łodzi z 27.12.2013 r., I ACa 808/13, LEX nr 1416134, w którym sąd stwierdził, że w dobie powszechnego korzystania z Internetu jako przekaznika nie tylko informacji, ale i decyzji, odwoływanie się do kryterium przestrzenno-funkcjonalnego lokalu przedsiębiorstwa traci na aktualności. Zob. także M. Jagielska, *UmoWy...*, s. 560–561; P. Stec [w:] *Ustawa...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, 2014, s. 17.

⁴⁰ W dotychczasowym stanie prawnym pogląd taki wyrażali A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa...*, s. 22; E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, s. 264; M. Jagielska, *UmoWy...*, s. 560–561 – przy czym w zakresie przystosowanych pojazdów M. Jagielska zwracała uwagę, że przy analizie kwalifikacyjnej należy uwzględnić kryterium funkcjonalne i dokonać oceny wszystkich okoliczności towarzyszących zawarciu umowy, np. miejsca postoju pojazdu, z uwzględnieniem w szczególności

36. Nie będą kwalifikowane jako lokal przedsiębiorstwa, choćby oznaczony był przedsiębiorca, **miejsca publiczne**, np. ulice, plaże, środki komunikacji publicznej, parki itp. w trakcie np. wydarzeń sportowych, kulturalnych i in., wykorzystywane do sprzedaży przez krótki czas w związku z takim wydarzeniem, w sytuacji gdy sprzedaż taka ma charakter okazjonalny⁴¹.

Nie będą też lokalem przedsiębiorstwa miejsca takie jak **targi lub wystawy** ze względu na charakter sprzedaży, w szczególności jej krótkotrwałość i związaną z nią okazjonalność, a zatem cechy, które stoją w opozycji do przesłanek ustawowych art. 2 pkt 3, tj. zwyczajowości lub stałości⁴². W tym kontekście T. Czech słusznie moim zdaniem krytykuje zbyt liberalne stanowiska wyrażone w orzeczeniach TS, przykładowo w wyroku z 7.08.2018 r., C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin eV v. Unimatic Vertriebs GmbH, EU:C:2018:642, czy postanowieniu z 17.12.2019 r., C-465/19, B & L Elektrogeräte GmbH v. GC, EU:C:2019:1091, w których za lokal przedsiębiorstwa Trybunał uznał stoisko wystawiennicze na targach handlowych⁴³.

37. Poza zakresem pojęcia lokalu przedsiębiorstwa, podobnie jak na podstawie dotychczasowej regulacji, znajdują się przykładowo **wynajęte przez przedsiębiorców sale**, powierzchnie otwarte w supermarketach, hotelach itp. z przeznaczeniem na organizację pokazów⁴⁴. Ten kierunek interpretacji potwierdza również uzupełnienie definicji pojęcia umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nowelizacją z 1.12.2022 r. Wprowadzono bowiem *expressis verbis* przesłankę, że jako umowę zawartą poza lokalem kwalifikować należy również umowę z konsumentem zawartą podczas zorganizowanego przez przedsiębiorcę pokazu, w którym uczestniczy zaproszona bezpośrednio lub pośrednio określona liczba konsumentów, w którego trakcie ma miejsce promocja, składanie ofert sprzedaży lub sprzedaż towarów lub usług, bez względu na to, czy został na niego zorganizowany transport (art. 2 pkt 2 lit. e).

38. Ustawa o prawach konsumenta obejmuje **umowy zawarte w trakcie aukcji**. Zgodnie z dominującym stanowiskiem doktryny umowy zawarte na aukcjach były wyłączone spod reżimu ochronnego dotychczas obowiązującej ustawy na podstawie art. 16 ust. 1 pkt 10 u.o.n.p.k.⁴⁵ Ustawa o prawach konsumenta wprowadza w tym zakresie **istotną zmianę**, definiując **pojęcie aukcji publicznej jako sposób zawierania umów poza lokalem** (art. 2 pkt 6) oraz wprost regulując obowiązki organizatorów aukcji, a także wyłączając prawo odstąpienia od umów zawartych w tym trybie. Warto zwrócić przy tym uwagę, że aukcją publiczną nie będzie w rozumieniu ustawy zawarcie umowy na aukcji

występowania elementu zaskoczenia konsumenta i dostępności innych ofert. Zgłaszane są jednak również w doktrynie możliwe wątpliwości kwalifikacyjne – S. Grundmann, *The EU Consumer...*, s. 107.

⁴¹ Tak np. Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 2.1.

⁴² Tak M. Jagielska, *Umowy...*, s. 560–561; odmiennie, tj. za kwalifikacją wyżej wymienionych miejsc jako lokalu przedsiębiorstwa, wypowiadała się E. Łętowska, *Ochrona...*, s. 31.

⁴³ T. Czech, *Prawa...*, art. 2, nt 126.

⁴⁴ Zob. A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa...* s. 22; A. Młostoń-Olszewska, *Problemy interpretacyjne związane z pojęciem „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa”* [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. D. Karczewska, M. Namysłowska, T. Skoczny, Warszawa 2015, s. 82.

⁴⁵ M. Jagielska, *Umowy...*, s. 560–561; E. Łętowska, *Ochrona...*, s. 31; E. Łętowska, *Prawo...*, s. 264; A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa...*, s. 22.

internetowej, a w konsekwencji – umowa zawarta w ten sposób, jako umowa zawarta na odległość, będzie objęta zakresem zastosowania ustawy (zob. szerzej pkt 64 i n. komentarza do niniejszego artykułu).

39. Zgodnie z art. 2 pkt 3 dla definicji lokalu przedsiębiorstwa **irrelevantne jest jego oznaczenie**, co również odróżnia komentowany akt prawny od dotychczas obowiązującego, wymagającego – na podstawie art. 1 ust. 2 u.o.n.p.k. – by lokal przedsiębiorstwa był oznaczony zgodnie z przepisami o działalności gospodarczej. Podkreślenia też wymaga, że już w dotychczas obowiązującym stanie prawnym samo oznaczenie danego miejsca jako miejsca wykonywania działalności gospodarczej nie powodowało, że stawało się ono lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 1 ust. 2 u.o.n.p.k. Weryfikacji musiało bowiem podlegać również to, czy miejsce to jest typowe i zgodne z rodzajem prowadzonej w takim lokalu działalności oraz czy ma charakter publiczny⁴⁶.
40. **Udział notariusza** w czynności nie zmienia charakteru umowy jako zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, a zatem siedziba kancelarii notarialnej, w której przedsiębiorca dokonuje czynności z konsumentem, nie jest lokalem przedsiębiorstwa tego przedsiębiorcy⁴⁷.
41. **Lokal podmiotu działającego w imieniu przedsiębiorcy** przy zawieraniu umów z konsumentami będzie też lokalem przedsiębiorstwa tego przedsiębiorcy. Argumentów za tym stanowiskiem można szukać nie tylko w charakterze stosunku prawnego, jaki łączy przedsiębiorcę z jego pełnomocnikiem, dostarcza ich także prawodawca unijny, wyrażnie wskazując w art. 2 pkt 2 dyrektywy 2011/83/UE, że za przedsiębiorcę uznać należy każdą osobę fizyczną lub każdą osobę prawną, która działa samodzielnie lub **za pośrednictwem każdej innej osoby działającej w jej imieniu lub na jej rzecz** w celach związanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu, w związku z umowami objętymi zakresem dyrektywy. Analogiczna zależność wynika z powołanego już rozstrzygnięcia TS w wyżej wskazanym wyroku z 25.10.2005 r., C-229/04, *Crailsheimer Volksbank v. Klaus Conrads i inni*, EU:C:2005:640, pkt 42.

Dominik Lubasz

Trwały nośnik (art. 2 pkt 4)

42. Ustawa definiuje w art. 2 pkt 4 termin „**trwały nośnik**” jako materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych ośobiście do niego w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas

⁴⁶ Wskazany w pkt 29 komentarza do art. 2 wyrok z 22.04.1999 r., C-423/97, *Travel Vac SL v. Manuel José Antelm Sanchis*, EU:C:1999:197, pkt 37, w którym TS uznał, że w odniesieniu do kwestii, czy umowa została zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa, należy zauważyć, że pojęcie to odnosi się do miejsc, w których przedsiębiorca zwykle wykonuje swoje czynności, wyraźnie oznaczonych jako lokale do obsługi publiczności.

⁴⁷ Stanowisko prezentowane w tym zakresie przez E. Łętowską, *Prawo...*, s. 264, nie straciło na aktualności, zwłaszcza wobec nieskorzystania przez polskiego ustawodawcę z możliwości wyjęcia spod režimu ustawy o prawach konsumenta czynności notarialnych.

odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i pozwalające na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci.

43. Definicja z art. 2 pkt 4 stanowi implementację art. 2 pkt 10 dyrektywy 2011/83/UE, który wskazuje, że trwały nośnik (ang. *durable medium*) **oznacza każde urządzenie** umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy **przechowywanie informacji** kierowanych do niego osobiście, w sposób umożliwiający dostęp do tych informacji w przyszłości przez okres odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i pozwalające na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci. Prawodawca unijny wyjaśnił w motywie 23 dyrektywy, że cechą trwałych nośników jest umożliwienie konsumentowi przechowywania informacji tak długo, jak jest to dla niego konieczne w celu ochrony jego interesów wynikających ze stosunków łączących go z przedsiębiorcą. Wskazał równocześnie, że jako trwałe nośniki powinny być kwalifikowane w szczególności papier, pamięć USB, płyty CD, DVD, karty pamięci lub dyski twarde komputerów, a także poczta elektroniczna.
44. W uzasadnieniu projektu ustawy o prawach konsumenta stwierdzono, że definicja trwałego nośnika zawarta w art. 2 pkt 4 koresponduje z definicjami tego pojęcia znajdującymi się już w art. 6 pkt 5 ustawy z 16.09.2011 r. o timeshare (Dz.U. Nr 230, poz. 1370) oraz w art. 5 pkt 17 ustawy z 12.05.2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2024 r. poz. 1497), które stanowią transpozycję analogicznych definicji trwałego nośnika z innych dyrektyw UE⁴⁸. Wskazać jednak można, że pojęcie to definiowane jest również w zbliżony sposób, jako trwały nośnik informacji, np. w: art. 2 pkt 30 ustawy z 19.08.2011 r. o usługach płatniczych (Dz.U. z 2024 r. poz. 30 ze zm.); art. 2 pkt 41 ustawy z 27.05.2004 r. o funduszach inwestycyjnych i zarządzaniu alternatywnymi funduszami inwestycyjnymi (Dz.U. z 2024 r. poz. 1034)⁴⁹.
45. Pojęcie trwałego nośnika lub trwałego nośnika informacji jest również przedmiotem definicji zawartych w wielu regulacjach unijnych, w tym m.in. w dyrektywie 2002/65/WE o usługach finansowych na odległość, dyrektywie 2016/97 w sprawie dystrybucji ubezpieczeń czy też dyrektywie 2008/48/WE w sprawie umów o kredyt konsumencki.
- Cechą wspólną wymienionych definicji jest wymóg w stosunku do urządzenia czy instrumentu, różnie oznaczanego w poszczególnych definicjach, by pozwalały konsumentowi na **przechowywanie informacji kierowanych do niego osobiście** w sposób dostępny do przyszłego korzystania przez okres odpowiedni do celów informacji i na niezmienione odtworzenie przechowywanej informacji. Ponadto prawodawca unijny m.in. w motywie 20 dyrektywy 2002/65/WE jako trwałe nośniki informacji kwalifikuje przykładowo dyskietki, płyty CD, płyty DVD oraz twardy dysk komputera konsumenta, na którym przechowywana jest poczta elektroniczna. Wskazuje także, że strony internetowe mogą być uznane za trwałe nośniki, o ile w pełni spełniają kryteria zawarte w definicji trwałego nośnika informacji, a zatem umożliwiają przechowywanie przez

⁴⁸ Uzasadnienie projektu u.p.k., s. 5.

⁴⁹ Zob. także B. Sagan, *Ustawa o timeshare. Komentarz*, Warszawa 2014, s. 47–47; T. Czech, *Ustawa deweloperska. Komentarz*, Warszawa 2013, art. 2, pkt 189 i n.

określony czas i dostęp do niezmienionych informacji skierowanych uprzednio do konsumenta osobiście.

46. W zakresie **kwalifikacji stron internetowych** jako trwałego nośnika w rozumieniu dyrektywy 2002/92/WE wypowiedział się Trybunał Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA) w wyroku z 27.01.2010 r., E-4/09, Inconsult Anstalt oraz Finanzmarktaufsicht, EFTA Court Report, s. 86, w którym stanął na stanowisku, że **strona internetowa** może być uznana za trwały nośnik informacji, jeżeli spełnia następujące **warunki**:

- umożliwia klientowi **przechowywanie** informacji;
 - umożliwia klientowi przechowywanie informacji w sposób **pozwalający na dostęp** do nich przez okres stosowny ze względu na ich cele, tj. tak długo, jak długo są one dla klienta istotne w celu ochrony jego interesów. Może to obejmować okres, w którym prowadzone były negocjacje w sprawie umowy, nawet jeśli nie prowadziły do zawarcia umowy, okres ważności umowy lub, w koniecznym zakresie, okres następujący po wygaśnięciu umowy;
 - umożliwia przechowywanie informacji w **niezmienionej formie**, tj. muszą być one przechowywane w sposób uniemożliwiający przedsiębiorcy ich jednostronną zmianę.
- Trybunał równocześnie stwierdził, że aby stronę internetową można było uznać za „trwały nośnik informacji”, nieistotne jest, czy klient wyraźnie zgodził się na przekazanie informacji przez Internet.

Analogiczne stanowisko zajęł TS w wyroku z 5.07.2012 r., C-49/11, Content Services Ltd v. Bundesarbeitskammer, EU:C:2012:419, pkt 46, wskazując, że strona internetowa może być uznana za trwały nośnik, o ile pozwala konsumentowi na przechowywanie informacji, które są do niego osobiście skierowane w taki sposób, aby mógł on mieć do nich dostęp i odtworzyć je w niezmienionej postaci w odpowiednio długim okresie czasu, z wyłączeniem możliwości późniejszej jednostronnej zmiany ich zawartości przez sprzedawcę. Pojęcie trwałego nośnika poddano dalszej analizie w wyroku z 25.01.2017 r., C-375/15, BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG v. Verein für Konsumenteninformation, EU:C:2017:38, w odniesieniu do dyrektywy 2007/64/WE, która zawierała podobną definicję. Trybunał orzekł, że niektóre strony internetowe można uznać za „trwałe nośniki” z zastrzeżeniem spełnienia dwóch przesłanek. Po pierwsze – gdy strona internetowa umożliwia konsumentowi przechowywanie informacji adresowanych osobiście do niego w sposób umożliwiający dostęp do nich i odtworzenie ich w niezmienionej postaci, **bez możliwości jednostronnego wprowadzenia przez dostawcę lub przez innego przedsiębiorcę zmian do ich treści, a po drugie** – jeżeli konsument jest zmuszony wejść na tę stronę internetową, aby zapoznać się z nowymi informacjami, **przekazaniu tych informacji towarzyszy aktywne zachowanie dostawcy usług płatniczych zmierzające do podania do wiadomości konsumenta istnienia i dostępności tych informacji na wskazanej stronie internetowej**. Na ten wyrok zwraca uwagę również Komisja Europejska w Wytocznych **dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE**. W związku z tym, jak podkreśla Komisja w odniesieniu do wykładni przedstawionej przez TS w powyższej sprawie, prywatne internetowe konto klienta na stronie internetowej przedsiębiorcy, na które przedsiębiorca ten przysyła informacje adresowane do konsumenta i nie może ich jednostronnie usuwać ani zmieniać ich treści, może zostać uznane za trwały nośnik do celów dyrektywy.

Jeżeli konto takie stanowi jedyną drogę dostarczenia przez przedsiębiorcę potwierdzenia zawarcia umowy, **konsumentowi należy zapewnić do niego ciągły dostęp** przez odpowiedni okres, także po rozwiązaniu umowy łączącej go z przedsiębiorcą⁵⁰.

W wyroku z 24.02.2022 r., C-536/20, „Tiketa” UAB v. M.Š., EU:C:2022:112, TS rozstrzygnął z kolei, że art. 6 ust. 1 i 5 oraz art. 8 ust. 1 i 7 dyrektywy 2011/83/UE należy interpretować w ten sposób, że nie sprzeciwiają się one temu, by przed zawarciem umowy konsumentowi udzielono informacji, o których mowa w art. 6 ust. 1, wyłącznie w zamieszczonym na stronie internetowej pośrednika regulaminie świadczenia usług zatwierdzonym przez tego konsumenta w sposób aktywny poprzez zaznaczenie odpowiedniego pola, pod warunkiem że owe informacje zostaną podane do wiadomości konsumenta w sposób jasny i zrozumiały⁵¹. Jednakże udzielenie informacji w takim trybie nie może zastąpić przekazania konsumentowi potwierdzenia zawarcia umowy na trwałym nośniku w rozumieniu art. 8 ust. 7 tej dyrektywy, który stanowi podstawę implementacyjną dla komentowanego przepisu, przy czym okoliczność ta nie stoi na przeszkodzie temu, by owe informacje stanowiły integralną część umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa.

W doktrynie w odniesieniu do nieobowiązującej już ustawy o ochronie praw nabywcy lokalu mieszkalnego lub domu jednorodzinnego, zawierającej w art. 3 pkt 9 zbliżoną do znajdującej się w komentowanej ustawie definicję trwałego nośnika, podnoszono, że **zamieszczenie określonych informacji na stronie internetowej** lub wskazanie nabywcy adresu tej strony *per se* nie oznacza jeszcze, że spełniony został nakaz dostarczenia nabywcy tych informacji na trwałym nośniku. Uznane zostało jednak równocześnie, że do spełnienia wymogów ustawowych wystarcza **wywołanie przez konsumenta strony internetowej przedsiębiorcy na swoim komputerze w trybie on-line**, ponieważ obraz strony, jaki wyświetlono na ekranie komputera konsumenta, jest zapisany w pamięci tymczasowej tego komputera i konsument ma możliwość odpowiedniego zachowania informacji wyświetlonych na ekranie, np. przez wydrukowanie na papierze, zapisanie na swoim twardym dysku lub innym urządzeniu w postaci „zrzutu obrazu z ekranu” lub w formacie pdf⁵². Zaprezentowane stanowisko jest **zbyt daleko idące**, mimo że definicja pojęcia trwałego nośnika w ustawie o prawach konsumenta jest w kluczowych aspektach zbieżna z definicją tego pojęcia z ustawy o ochronie praw nabywcy lokalu mieszkalnego lub domu jednorodzinnego. Przede wszystkim to przedsiębiorcę obciąża przekazanie konsumentowi informacji na trwałym nośniku, za jaki z pewnością nie można uznać pamięci tymczasowej przy wyświetlaniu stron internetowych. Spełnienie wymogu przekazania informacji na trwałym nośniku nie powinno być także związane z działaniem konsumenta, w szczególności podejmowaniem działań zmierzających do zapisania informacji zawartych na wyświetlonej stronie WWW na twardym dysku lub innym nośniku czy też ich wydrukowania. Zapatrywanie to znajduje potwierdzenie w orzecznictwie TS, który analizował, czy udostępnienie konsumentowi danych wy-

⁵⁰ Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 4.4.

⁵¹ Zob. jednak Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 3.1.2, w których Komisja wskazuje, że przekazanie obowiązkowych informacji przed zawarciem umowy jedynie jako części ogólnych warunków, które konsument może być zmuszony zaakceptować przed przejściem do kolejnego etapu procesu transakcji, nie jest wystarczające.

⁵² T. Czech, *Ustawa deweloperska...*, art. 2, nt 189 i n.

maganych zgodnie z dyrektywą 97/7/WE wyłącznie za pomocą hiperlinku na stronie internetowej danego przedsiębiorstwa może być uznane za trwały nośnik⁵³. Trybunał rozstrzygnął, że **praktyka handlowa polegająca na udostępnieniu konsumentowi informacji przewidzianych w tym przepisie wyłącznie za pomocą hiperlinku na stronie internetowej danego przedsiębiorstwa nie spełnia wymogów** ustanowionych w analizowanych w sprawie przepisach, gdyż informacje te nie są „przekazane” przez to przedsiębiorstwo ani nie są „otrzymane” przez konsumenta, a strona internetowa, taka jak będąca przedmiotem postępowania w sprawie, **nie może być uznana za „trwały nośnik”** w rozumieniu rzeczzonego art. 5 ust. 1 dyrektywy 97/7/WE. Orzeczenie to zachowuje aktualność również po uchyleniu dyrektywy 97/7/WE dyrektywą 2011/83/UE, jak bowiem wskazał TS w wyżej wspomnianym wyroku *Content Services*, pkt 44, prezentowane w rozstrzygnięciu podejście potwierdzają definicje pojęcia trwałego nośnika przyjęte przez prawodawcę Unii w szczególności w art. 2 lit. f dyrektywy 2002/65/WE, art. 2 pkt 18 dyrektywy 2016/97 i art. 3 lit. m dyrektywy 2008/48/WE, ale przede wszystkim w art. 2 pkt 10 dyrektywy 2011/83/UE, która definiuje pojęcie stałego nośnika zgodnie z kryteriami przyjętymi jako podstawa rozstrzygnięcia.

47. Prawodawca unijny w art. 8 ust. 4 oraz motywie 36 dyrektywy 2011/83/UE dostrzegł problem ograniczeń technicznych wynikających z wykorzystywania niektórych nośników, wskazując, że w przypadku umów zawieranych na odległość wymogi informacyjne powinny zostać do tego dostosowane, w szczególności uwzględniać ograniczenia związane z liczbą znaków na ekranie niektórych telefonów komórkowych lub ograniczenia czasowe dotyczące reklam telewizyjnych. W takich przypadkach przedsiębiorca powinien spełnić minimalne wymogi informacyjne i odesłać konsumenta do innego źródła informacji, np. podając bezpłatny numer telefonu lub hiperlink do strony internetowej przedsiębiorcy, na której stosowne informacje są bezpośrednio i łatwo dostępne.

W ustawie o prawach konsumenta istnieje zatem prawnie uzasadniona możliwość wykorzystywania hiperlinku, niekwalifikowanego jako trwały nośnik, do przekazywania informacji w reżimie i na zasadach określonych w art. 19, będącym implementacją wyżej wspomnianego art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE, w sytuacji gdy właściwości techniczne użytego środka porozumiewania się na odległość ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie. W takim przypadku przedsiębiorca będzie miał obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe niewymienione w art. 19 informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, zgodnie z art. 14 ust. 2 (szerzej zob. komentarz do art. 19).

Ograniczenia techniczne nie wpływają jednak na zakres terminu „trwały nośnik”, co znalazło odzwierciedlenie właśnie w art. 19, w którym wskazano, że wprawdzie biorąc pod uwagę istnienie ograniczeń technicznych danego środka porozumiewania się na odległość, gdy nie jest możliwe przekazanie kompletu wymaganych informacji, przedsiębiorca może je ograniczyć do wskazanych w tym przepisie, to pozostałe informacje musi również przekazać konsumentowi w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się. Ponadto pozostaje w mocy obowiązek dostarczenia potwierdzenia za-

⁵³ Wyrok TS z 5.07.2012 r., C-49/11, *Content Services Ltd v. Bundesarbeitskammer*, EU:C:2012:419.

warcia umowy na odległość na trwałym nośniku niezależnie od środka porozumiewania się na odległość, jaki został użyty w procedurze kontraktowania.

48. Wątpliwości budzi wskazanie w motywie 23 dyrektywy 2011/83/UE **poczty elektronicznej jako trwałego nośnika**. Na tym tle w uzasadnieniu projektu u.p.k. wyjaśniono, że jakkolwiek poczta elektroniczna nie jest ani „materiałem”, ani „urządzeniem”, które w toku prac legislacyjnych zmienione zostało na „narzędzie”, a o których mowa w definicji pojęcia trwałego nośnika, to przy komunikowaniu się za pomocą poczty elektronicznej przekazywane informacje są utrwalane na trwałych nośnikach, np. na serwerze odbiorcy. W praktyce oznacza to, że posłużenie się pocztą elektroniczną do przekazania informacji, co do których projekt wymaga, aby były utrwalone na trwałym nośniku, będzie spełniać ten wymóg⁵⁴. Uzasadnienie projektu u.p.k. oddaje sedno problemu. Poczta elektroniczna (podobnie jak każdy inny środek komunikacji elektronicznej definiowany w art. 2 pkt 5 u.ś.u.d.e., w tym przede wszystkim SMS, MMS czy komunikator internetowy) co do zasady nie jest sama w sobie nośnikiem, umożliwiając jedynie indywidualne porozumiewanie się na odległość przy wykorzystaniu transmisji danych między systemami teleinformatycznymi. Dopiero odpowiedni system teleinformatyczny, a w istocie najczęściej jeden z jego elementów w postaci telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, może umożliwiać utrwalenie danych w sposób odpowiadający definicji trwałego nośnika⁵⁵. Wobec tego dysk twardy komputera, **na którym przechowywana jest poczta elektroniczna**, pamięć telefonu, w której utwalony został SMS czy MMS itp., będą trwałymi nośnikami w rozumieniu art. 2 pkt 4. W tym kontekście istotny jest wyrok TS z 25.01.2017 r., C-375/15, BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG v. Verein für Konsumenteninformation, EU:C:2017:38. Zapadł on wprawdzie na gruncie przepisów dyrektywy 2007/64/WE, zastąpionej dyrektywą 2015/2366, ale z uwagi na jednolitość przesłanek definicyjnych może wspierać interpretację art. 2 pkt 4 u.p.k. W wyroku tym Trybunał uznał skrzynkę poczty elektronicznej na stronie internetowej bankowości elektronicznej za trwały nośnik, gdy strona internetowa daje użytkownikowi możliwość przechowywania informacji adresowanych osobiście do niego w sposób umożliwiający dostęp do nich i odtworzenie ich w niezmienionej postaci we właściwym okresie, bez możliwości jednostronnego wprowadzenia zmian do ich treści przez dostawcę, który prowadzi taką stronę, lub przez innego przedsiębiorcę⁵⁶.
49. Trwałymi nośnikami, zgodnie z art. 2 pkt 4, będą również **inne urządzenia składające się na system teleinformatyczny**, zezwalające na przechowywanie danych w sposób zapewniający ich niezmienność oraz dostęp do nich przez konsumenta przez odpowiedni do celu przechowywania czas, np. serwery pocztowe, serwery stron WWW odpowiadające wymogom opisanym w pkt 45 komentarza do niniejszego artykułu, serwery w tzw. chmurze itp.

⁵⁴ Uzasadnienie projektu u.p.k., s. 5.

⁵⁵ Na temat poszczególnych definicji z ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną szerzej zob. D. Lubasz [w:] *Świadczenie usług drogą elektroniczną oraz dostęp warunkowy. Komentarz do ustaw*, red. D. Lubasz, M. Namysłowska, Warszawa 2011, s. 36 i n.

⁵⁶ T. Czech, *Prawa...*, art. 2, nt 166.

50. Definicja terminu „trwały nośnik” jest **neutralna technologicznie**, co oznacza, że komentowanym pojęciem objęte będą, jako materiały lub urządzenia, tradycyjne formy utrwalania informacji czy danych, jak papier, formy umożliwiające zapis cyfrowy, optyczny czy magnetyczny danych w postaci elektronicznej zawierające pliki tekstowe, graficzne, wideo, audio czy multimedialne lub wreszcie formy umożliwiające zapis analogowy, np. dźwięku⁵⁷.
51. Prawodawca unijny odróżnia **trwały nośnik** (ang. *durable medium*), definiowany w art. 2 pkt 10 dyrektywy 2011/83/UE, od **nośnika materialnego** (ang. *tangible medium*), który wprawdzie nie jest definiowany w dyrektywie, ale ma istotne znaczenie przy rozróżnieniu konsekwencji dostarczania treści cyfrowych w zależności od mediów wskazanych w art. 14 ust. 4 lit. b i art. 16 lit. m tejże dyrektywy. To drugie pojęcie błędnie zostało przetłumaczone w polskiej wersji językowej dyrektywy jako „trwały nośnik”, co może prowadzić do konfuzji przy interpretacji powołanych art. 14 ust. 4 lit. b czy art. 16 lit. m dyrektywy 2011/83/UE, w których w wersji angielskiej występuje określenie *tangible medium*, a nie *durable medium*. Różnica ta jednak została przez polskiego ustawodawcę przy implementacji dyrektywy wychwycona. Dlatego art. 36 pkt 2, wdrażający art. 14 ust. 4 lit. b dyrektywy 2011/83/UE, oraz art. 38 ust. 1 pkt 13, implementujący art. 16 lit. m tej dyrektywy, posługują się określeniem „nośnik materialny”, węższym od pojęcia trwałego nośnika.

Wiktor P. Matysiak

Towar – rzecz ruchomą, a także wodę, gaz i energię elektryczną, w przypadku gdy są oferowane do sprzedaży w określonej objętości lub ilości
(art. 2 pkt 4a)

52. W treści komentowanego przepisu określono pojęcie towaru w rozumieniu regulacji zawartej w ustawie o prawach konsumenta. Przyjęta przez ustawodawcę definicja jest konsekwencją transpozycji regulacji zawartej w art. 2 pkt 5 dyrektywy 2019/771. Zgodnie z jego treścią „towary” oznaczają:
- a) materialne rzeczy ruchome; wodę, gaz i energię elektryczną należy uznać za towary w rozumieniu niniejszej dyrektywy, w przypadku gdy są oferowane do sprzedaży w ograniczonej objętości lub w określonej ilości;
 - b) materialne rzeczy ruchome, które zawierają w sobie treści cyfrowe lub usługę cyfrową lub są z takimi treściami lub usługą wzajemnie połączone w taki sposób, że brak tych treści cyfrowych lub usługi cyfrowej uniemożliwiłby tym towarom pełnienie ich funkcji.
53. Przyjęcie w treści komentowanego przepisu pojęcia towaru jest konsekwencją tłumaczenia na język polski słowa *goods* użytego w tekście dyrektywy 2019/771 w języku angielskim.

⁵⁷ Szerzej na temat postaci elektronicznej zob. D. Lubasz, *Handel...*, s. 244; W. Dubis [w:] *Umowy elektroniczne w obrocie gospodarczym*, red. J. Gołaczyński, Warszawa 2005, s. 26; W. Dubis [w:] *Prawne i ekonomiczne aspekty komunikacji elektronicznej*, red. J. Gołaczyński, Warszawa 2003, s. 226 i n.

54. Przez pojęcie towaru w świetle ustawy o prawach konsumenta należy w pierwszej kolejności rozumieć rzecz ruchomą. W komentowanej ustawie brak jest oczywiście legalnej definicji rzeczy ruchomej. Podejmując zatem próbę wypełnienia tego pojęcia treścią, należy odwołać się do regulacji zawartej w przepisach Kodeksu cywilnego i dorobku doktryny, która podjęła próbę jego zdefiniowania. W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na treść art. 45 k.c., zgodnie z którym rzeczami w rozumieniu niniejszego kodeksu są tylko przedmioty materialne. Trzeba również przywołać treść art. 46 § 1 k.c., według którego nieruchomościami są części powierzchni ziemskiej stanowiące odrębny przedmiot własności (grunty), jak również budynki trwale z gruntem związane lub części takich budynków, jeżeli na mocy przepisów szczególnych stanowią odrębny od gruntu przedmiot własności. W Kodeksie cywilnym zostało zatem zdefiniowane pojęcie nieruchomości, brak jest natomiast definicji legalnej ruchomości. W doktrynie prawa cywilnego tradycyjnie zatem definiowano ruchomości przez ich przeciwstawienie nieruchomościom. W tym ujęciu rzeczą ruchomą jest każda rzecz niebędąca nieruchomością⁵⁸. Jak wskazał jednak W.J. Katner, określenie ruchomości w powyższy sposób nie jest prawidłowe⁵⁹. Autor ten zwrócił uwagę, że ze względu na praktykę obrotu konieczne jest stworzenie pozytywnej definicji rzeczy ruchomej. Zauważył również konieczność uwzględnienia różnic fizycznych, ekonomicznych i psychologicznych pomiędzy nieruchomościami i ruchomościami⁶⁰. Zdaniem tego autora najistotniejsze znaczenie mają różnice fizyczne pomiędzy nieruchomościami i ruchomościami, przede wszystkim możliwość i potrzeba przemieszczania rzeczy ruchomej jako warunek jej użyteczności⁶¹. Zaproponował zatem określenie rzeczy ruchomej od strony pozytywnej jako rzeczy wyodrębnionej od innych fizycznie oraz przenaszalnej⁶². Należy zatem przyjąć, że towarem w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta będą rzeczy ruchome ujmowane jako przedmiot materialny wyodrębniony od innych fizycznie oraz przenaszalny.
55. Towarem w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta będą zarówno rzeczy ruchome oznaczone co do gatunku, jak i rzeczy ruchome oznaczone co do tożsamości. Tego rodzaju podział rzeczy będzie miał znaczenie z punktu widzenia sposobu przeniesienia własności rzeczy oraz możliwości realizacji roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową (zob. komentarz do art. 43d–43e).
56. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 4a u.p.k. towarem w rozumieniu komentowanej ustawy będą także woda, gaz i energia elektryczna, w przypadku gdy są oferowane do sprzedaży w określonej objętości lub ilości. Woda, gaz i energia elektryczna nie są rzeczami w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego. Jest jednak oczywiste, że mogą one stanowić i stanowią przedmiot obrotu cywilnoprawnego. W realiach współczesnego obrotu w zasadzie każdy konsument, jak też podmiot prawa niemający tego statusu, jest stroną stosunku cywilnoprawnego, na podstawie którego ma możliwość korzystania z określonej energii, wody

⁵⁸ Tak m.in. J. Ignatowicz, K. Stefaniuk, *Prawo rzeczowe*, Warszawa 2022, s. 22–23; Z. Radwański, *Prawo cywilne – część ogólna*, Warszawa 2002, s. 115.

⁵⁹ W.J. Katner [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 1, *Prawo cywilne – część ogólna*, red. M. Safjan, Warszawa 2012, s. 1306.

⁶⁰ W.J. Katner [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 1, red. M. Safjan, s. 1306.

⁶¹ Szerzej na ten temat W.J. Katner [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 1, red. M. Safjan, s. 1306.

⁶² W.J. Katner [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 1, red. M. Safjan, s. 1307.

czy gazu. Mając na względzie potrzebę ochrony interesów konsumentów, zdecydowano się na rozszerzenie pojęcia towaru także na wodę, gaz i energię elektryczną. Warunkiem uznania ich za towar jest wszakże oferowanie ich do sprzedaży w określonej objętości lub ilości. Niezbędne jest zatem sprecyzowanie ilości lub objętości wody, gazu lub energii oferowanych do sprzedaży, np. 1 m³ gazu LPG, 1000 ml wody.

Wiktor P. Matysiak

Trwałość – zdolność towaru do zachowania jego funkcji i właściwości w toku zwykłego korzystania (art. 2 pkt 4b)

57. Komentowany przepis stanowi transpozycję regulacji zawartej w art. 2 pkt 13 dyrektywy 2019/771. Zgodnie z jego treścią „trwałość” oznacza zdolność towarów do zachowania ich funkcji i parametrów działania przez okres normalnego użytkowania. Wykładając wskazany powyżej przepis, należy także uwzględnić treść motywu 32 dyrektywy 2019/771. Stanowi on, że: „Zapewnienie większej trwałości towarów jest ważne dla osiągnięcia bardziej zrównoważonej konsumpcji i gospodarki o obiegu zamkniętym. Podobnie eliminowanie z rynku unijnego towarów niezgodnych z umową dzięki wzmocnionemu nadzorowi rynku i zapewnieniu odpowiednich bodźców dla przedsiębiorstw jest niezwykle istotne dla zwiększania zaufania do funkcjonowania rynku wewnętrznego. Z tego względu najbardziej odpowiednim podejściem do wprowadzenia wymagań co do trwałości określonych rodzajów lub grup produktów jest prawodawstwo unijne dla określonych produktów, przy wykorzystaniu w tym celu przyjętych kryteriów. Niniejsza dyrektywa powinna zatem być uzupełnieniem celów realizowanych w takim prawodawstwie unijnym dla konkretnych produktów oraz powinna uwzględniać trwałość jako obiektywne kryterium dla oceny zgodności towarów z umową. Trwałość w niniejszej dyrektywie powinna odnosić się do zdolności towarów do zachowywania ich wymaganych funkcji i parametrów działania przy normalnym użytkowaniu. Aby towary były zgodne z umową, powinny wykazywać się trwałością, której oczekuje się zazwyczaj od towarów tego samego rodzaju i której konsument może zasadnie oczekiwać, biorąc pod uwagę specyfikę danych towarów, w tym ewentualną konieczność rozsądnej konserwacji towarów, na przykład regularnych kontroli lub wymiany filtrów w samochodzie, oraz oświadczenia publiczne składane przez osoby w łańcuchu transakcji lub w ich imieniu. Ocena powinna również uwzględniać wszystkie inne istotne okoliczności, takie jak cena towaru oraz intensywność lub częstotliwość korzystania przez konsumenta z tego towaru. Ponadto, jeśli konkretne informacje na temat trwałości zostały wskazane w oświadczeniu złożonym przed zawarciem umowy, które stanowi część umowy sprzedaży, konsument powinien móc polegać na tych informacjach jako na stanowiących subiektywne wymogi zgodności z umową”.
58. Pojęcie trwałości odnosi się do towaru w rozumieniu art. 2 pkt 4a u.p.k. Trwałość jest zatem cechą, która odnosi się do rzeczy ruchomych, ale także do wody, gazu i energii, jeżeli będą oferowane do sprzedaży w określonej objętości lub ilości.
59. Wszystkie towary, które są oferowane przez przedsiębiorców konsumentom, charakteryzują się określonymi cechami i właściwościami, które decydują o wyborze konkretnego towaru

przez konsumenta. Takimi są m.in. jego cechy charakterystyczne (np. model bądź kolor garnituru) czy walory użytkowe (fason, zdolność do ochrony przed czynnikami atmosferycznymi; struktura materiału). Jest rzeczą oczywistą, że każdy konsument jest zainteresowany tym, żeby towar, który nabywa, miał pożądane przez niego cechy i właściwości i aby występowały one przez cały okres posiadania przez niego towaru. Brak tego rodzaju cech albo ich utrata w toku korzystania z towaru przez konsumenta skutkować powstaniem odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową uregulowanej w treści art. 43a–43g u.p.k.

60. Każdy towar, z którego korzysta konsument, podlega zużyciu eksploatacyjnemu. Jest jednak oczywiste, że w toku zwykłego korzystania towar ten powinien zachować swoje właściwości i funkcje z uwzględnieniem jego normalnego, typowego zużycia eksploatacyjnego.
61. Komentowany przepis wyraźnie wskazuje, że towar powinien zachować swoje właściwości i funkcje w toku zwykłego korzystania. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na sformułowanie „w toku zwykłego korzystania”. Jeżeli zatem korzystanie z towaru będzie wykraczało poza pojęcie zwykłego korzystania, to uzasadniona będzie teza, że ewentualna utrata funkcji bądź właściwości tego towaru może prowadzić do wyłączenia odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową. Tytułem przykładu można tutaj wskazać zniszczenie odzieży na skutek jej noszenia w warunkach atmosferycznych, do których nie była ona przeznaczona. Pojęcie zwykłego korzystania obejmuje nie tylko korzystanie z towaru zgodnie z jego przeznaczeniem, lecz także konieczność dokonywania jego bieżącej konserwacji, w szczególności na zasadach określonych przez sprzedawcę przy zawarciu umowy sprzedaży.

Dominik Lubasz

Treść cyfrowa (art. 2 pkt 5)

62. Zgodnie z regulacją art. 2 pkt 5 termin „treść cyfrowa” oznacza dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej.
63. Artykuł 2 pkt 5 pierwotnie stanowił transpozycję do polskiego porządku prawnego art. 2 pkt 11 dyrektywy 2011/83/UE definiującej „treści cyfrowe” (ang. *digital content*) jako **dane wytwarzane i dostarczane w formie cyfrowej**. Po zmianach wprowadzonych dyrektywą 2019/2161 analogicznie brzmiącą definicję pojęcia treści cyfrowych zawiera dyrektywa 2019/770, do której w art. 2 pkt 1 odsyła dyrektywa 2011/83/UE, wprowadzająca równocześnie rozróżnienie treści cyfrowych i usług cyfrowych. Pierwotnie w motywie 19 dyrektywy 2011/83/UE prawodawca unijny wskazał, że treści cyfrowe oznaczają dane wytwarzane i dostarczane w formie cyfrowej, takie jak: programy komputerowe, aplikacje, gry, muzyka, nagrania wizualne lub teksty, bez względu na to, czy dostęp do nich osiąga się przez pobieranie czy odbiór danych przesyłanych strumieniowo, na trwałym nośniku czy przy użyciu jakichkolwiek innych środków. Podobnie w motywie 19 dyrektywy 2019/770 prawodawca unijny podkreślił, że analizowane pojęcie powinno być wykładane elastycznie, a na potrzeby tejże dyrektywy ma obejmować m.in. programy

komputerowe, aplikacje, pliki wideo, pliki audio, pliki muzyczne, gry elektroniczne, e-booki lub inne publikacje elektroniczne, a także usługi cyfrowe pozwalające na tworzenie, przetwarzanie lub przechowywanie danych w postaci cyfrowej bądź dostęp do nich, w tym usługi typu „oprogramowanie jako usługa”, takie jak udostępnianie treści wideo i audio oraz innego rodzaju hosting plików, edycja tekstu lub gry oferowane w chmurze obliczeniowej i w mediach społecznościowych. Dla kwalifikacji danej treści jako cyfrowa nie ma znaczenia nośnik z uwagi na to, że treści cyfrowe mogą być dostarczane na różne sposoby: przekazywane na nośniku materialnym, pobierane przez konsumentów na ich własne urządzenia, przesyłane strumieniowo, w formie dostępu do treści cyfrowych przechowywanych w chmurze obliczeniowej lub dostępu do mediów społecznościowych (motyw 19). Równocześnie w motywie 26 wskazuje się, że jako treści cyfrowe można kwalifikować dostarczanie elektronicznych plików potrzebnych do drukowania towarów w 3D, treściami takimi nie będą natomiast towary rozumiane jako rzeczy ruchome, wytworzone przy użyciu technologii drukowania 3D.

Warto również zauważyć, że zgodnie z motywem 27 dyrektywa 2019/770 nie powinna mieć zastosowania do umów, których głównym przedmiotem jest świadczenie usług w ramach zawodów regulowanych, takich jak usługi tłumaczeniowe, architektoniczne, prawne lub inne profesjonalne usługi doradcze, które często są świadczone osobiście przez przedsiębiorcę, niezależnie od tego, czy używa on narzędzi cyfrowych w celu zrealizowania tych usług bądź do dostarczenia lub przekazania rezultatów konsumentowi. Ponadto, jak się wskazuje w powołanym motywie, dyrektywa ta nie powinna mieć także zastosowania do usług publicznych, takich jak usługi w dziedzinie zabezpieczenia społecznego lub rejestry publiczne, w przypadku których narzędzia cyfrowe służą jedynie do przekazania usługi konsumentowi. Dyrektywa 2019/770 nie powinna mieć również zastosowania do dokumentów urzędowych ani innych aktów notarialnych, niezależnie od tego, czy są one sporządzane, rejestrowane, powielane lub przekazywane za pomocą narzędzi cyfrowych.

64. W kontekście treści cyfrowych utrwalonych na nośniku, który może być towarem, a zatem rzeczą ruchomą stanowiącą przedmiot obrotu, należy zwrócić uwagę na regulację motywu 20 dyrektywy 2019/770, wskazującego, że dyrektywa ta oraz dyrektywa 2019/771 wzajemnie się uzupełniają. Pierwsza ustanawia bowiem przepisy regulujące niektóre wymogi dotyczące umów o dostarczanie treści cyfrowych lub usług cyfrowych, natomiast druga – przepisy regulujące niektóre wymogi dotyczące umów, których przedmiotem jest sprzedaż towarów. W związku z tym w celu spełnienia oczekiwań konsumentów oraz zapewnienia przedsiębiorcom oferującym treści cyfrowe jasnych i prostych ram prawnych niniejsza dyrektywa powinna również mieć zastosowanie do treści cyfrowych dostarczanych na nośniku materialnym, takim jak płyty DVD, CD, pamięć podręczna USB i karty pamięci, a także do samego nośnika materialnego, pod warunkiem że służy on jedynie jako nośnik treści cyfrowych. Jednak zamiast przepisów niniejszej dyrektywy dotyczących obowiązku dostarczenia przez przedsiębiorcę treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz przysługujących konsumentowi środków ochrony prawnej w razie ich niedostarczenia powinny mieć zastosowanie przepisy dyrektywy 2011/83/UE dotyczące obowiązków związanych z dostarczeniem towarów oraz środków ochrony prawnej w przypadku ich niedostarczenia. Ponadto do takich nośników materialnych i do dostarczanych na nich

treści cyfrowych powinny nadal mieć zastosowanie przepisy dyrektywy 2011/83/UE dotyczące przykładowo prawa odstąpienia od umowy oraz charakteru umowy, na podstawie której towary te są dostarczane. Powyższe wyjaśnienia oddziałują na odpowiednią wykładnię rozdziałów 3, 4 oraz 5a i 5b ustawy o prawach konsumenta i ich wzajemnych relacji, jako że zawierają one odpowiednio przepisy implementujące powyższe dyrektywy.

65. Z perspektywy definicji pojęcia treści cyfrowych irrelevantne jest, czy są dostarczane odpłatnie czy nieodpłatnie, a jeśli odpłatnie – czy za zapłatą ceny czy poprzez inne mechanizmy budowania wartości, w tym w zamian za dostarczane dane osobowe⁶³. Nie pozostaje to jednak bez znaczenia dla zastosowania przepisów ustawy o prawach konsumenta, o czym była mowa w pkt 2 i 3 komentarza do niniejszego artykułu.
66. Warto podkreślić, że prawodawca unijny w dyrektywie 2019/770 wprowadził rozróżnienie treści cyfrowych i usług cyfrowych, co znalazło odzwierciedlenie również w regulacji ustawy o prawach konsumenta w art. 2 pkt 5 i dodanym pkt 5a (szerzej na temat usługi cyfrowej zob. pkt 72 i n. komentarza do niniejszego artykułu).
67. Nie ma legalnej definicji użytego w art. 2 pkt 5 **pojęcia danych**. W literaturze występuje wiele podejść interpretacyjnych, m.in. wskazujących, że dane są podstawą informacji uzyskanych z interpretacji danych i mogą nimi być w szczególności słowa, numery, wydruki czy też znaki nadające się do przetwarzania⁶⁴. Za dane w postaci cyfrowej należy uznać z kolei dane, do których odkodowania i przetworzenia na wartość informacyjną niezbędne jest wykorzystanie odpowiednich urządzeń informatycznych i oprogramowania. Ostatecznie by dane w postaci cyfrowej mogły zostać uznane za treść cyfrową, muszą dodatkowo zostać wytworzone i dostarczone w postaci cyfrowej. Konieczne jest spełnienie obu wskazanych warunków łącznie. Wytworzenie związane jest ze sposobem powstawania treści cyfrowej, przy czym wymóg ten spełniony będzie nie tylko w przypadku informatycznego powstawania treści w procesie programowania, lecz także w sytuacji digitalizacji treści uprzednio analogowych⁶⁵. Dostarczenie treści cyfrowych w postaci cyfrowej może następować zarówno na **trwałych nośnikach** w rozumieniu art. 2 pkt 4, jak i **w inny sposób**, przez przekaz danych za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania i przechowywania danych, a zatem drogą elektroniczną.
68. Pojęcie treści cyfrowych jest związane z kwalifikacją umów dotyczących ich dostarczania. W motywie 19 dyrektywy 2011/83/UE wyraźnie podkreślono, że umowy o dostarczanie treści cyfrowych powinny wchodzić w zakres dyrektywy. Jeżeli jednak treści cyfrowe dostarczane są na nośniku materialnym, takim jak płyty CD lub DVD, powinny być uznawane za towary w rozumieniu dyrektywy, czyli będą przedmiotem umów sprzedaży. Z kolei umowy, których przedmiotem jest dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane

⁶³ Co do danych osobowych jako świadczenia wzajemnego zob. pkt 166 komentarza do niniejszego artykułu i komentarz do art. 3 ust. 1 pkt 11.

⁶⁴ R.L. Daft, *Organization Theory and Design*, St. Paul 1992, s. 285; G. Szpor [w:] Cz. Martysz, G. Szpor, K. Wojsyk, *Ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne. Komentarz*, LEX 2007, art. 3, nt 4.

⁶⁵ Tak też B. Kaczmarek-Templin [w:] *Ustawa...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, 2014, s. 24.

na nośniku materialnym, nie powinny być klasyfikowane ani jako umowy sprzedaży, ani jako umowy o świadczenie usług, w konsekwencji powinny stanowić osobny typ umowy.

Polski ustawodawca zdecydował się na odmienne od unijnego ujęcie definicyjne umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, wpływające na zakres zastosowania ustawy. Zrezygnowano z wyodrębniania umów o dostarczanie treści cyfrowych oraz o dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej w ramach ustawy, poza wprowadzeniem dotyczących ich obowiązków informacyjnych (art. 8 pkt 8 i 9, art. 12 ust. 1 pkt 19 i 20), utrwalania zgody na dostarczenie treści w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy (art. 15 ust. 2 i 3, art. 21 ust. 1 pkt 2, ust. 2) oraz przepisów dotyczących odstąpienia od umowy (art. 36 pkt 1 i 2, art. 38 ust. 1 pkt 13). Doprowadziło to do rozszerzenia zakresu zastosowania o umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa o charakterze nieodpłatnym. O ile bowiem warunkiem stosowania przepisów dyrektywy do umów sprzedaży i o świadczenie usług jest ich odpłatność, o tyle ten warunek nie występuje w przypadku umów o dostarczanie treści cyfrowych oraz o dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej⁶⁶. Dyrektywa 2011/83/UE powinna zatem znajdować zastosowanie np. do bezpłatnego pobierania aplikacji, ale już nie do nieodpłatnego dostarczania treści cyfrowych na nośnikach materialnych (zob. też pkt 4–7 komentarza do art. 3). Ustawa nie wprowadza takiego rozróżnienia. Brak wyodrębnienia umowy o dostarczanie treści cyfrowych jako nowego typu pozakodeksowej umowy nazwanej powoduje także, że *ad casum*, w zależności charakteru treści cyfrowej oraz sposobu jej dostarczania, dokonywać trzeba będzie oceny, czy i jakie przepisy dotyczące umów nazwanych znajdują odpowiednie zastosowanie. Konstatację tę dodatkowo wzmacnia wykreślenie w trakcie prac legislacyjnych z projektu zmiany art. 555 k.c. sformułowania, że przepisy o sprzedaży stosuje się odpowiednio do umów o dostarczanie treści cyfrowych. Wobec powyższego zgodnie z celem dyrektywy nie można uznać *per se*, że do umowy o dostarczanie treści cyfrowych w każdym przypadku stosować się będzie odpowiednio przepisy dotyczące umowy sprzedaży⁶⁷.

69. **Dostarczenie treści cyfrowych**, bez względu na jego formę, wiąże się z koniecznością spełnienia, niezależnie od ogólnych obowiązków informacyjnych, również obowiązków wynikających z art. 8 pkt 8 i 9 oraz – analogicznie – z art. 12 ust. 1 pkt 19 i 20, tj. poinformowania o **funkcjonalności treści cyfrowych**, mających zastosowanie technicznych środkach ich ochrony oraz mających znaczenie **interoperacyjności treści cyfrowych** ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem. W myśl motywu 19 dyrektywy 2011/83/UE pojęcie funkcjonalności powinno się odnosić do możliwych sposobów wykorzystywania treści cyfrowych, np. do śledzenia zachowania konsumenta; powinno także dotyczyć braku lub istnienia jakichkolwiek ograniczeń technicznych, takich jak ochrona za pośrednictwem zarządzania prawami autorskimi do treści cyfrowych lub kodowania regionalnego. Pojęcie mającej znaczenie interoperacyjności ma natomiast opisywać informacje dotyczące standardowego sprzętu i oprogramowania komputerowego, z którym treści cyfrowe są kompatybilne, np. sy-

⁶⁶ Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2011/83/UE..., pkt 1.6.1.

⁶⁷ Odmienne, nieprawidłowo, B. Kaczmarek-Templin [w:] *Ustawa...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, 2014, s. 25.

stem operacyjny, wymagana wersja oraz pewne cechy sprzętu komputerowego (zob. szerzej komentarz do art. 8 i 12).

70. W zakresie umów o dostarczenie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośnikach materialnych, w art. 36 pkt 2, wdrażającym art. 14 ust. 4 lit. b dyrektywy 2011/83/UE, oraz art. 38 ust. 1 pkt 13, wdrażającym art. 16 lit. m tej dyrektywy, zawarta jest szczególna regulacja dotycząca braku obowiązku ponoszenia przez konsumenta kosztów ich dostarczania w określonych przypadkach oraz warunków utraty prawa odstąpienia od umowy.
71. Pojęcie treści cyfrowych od 1.01.2023 r. jest również relewantne dla regulacji rozdziału 5b komentowanej ustawy. **Rozdział ten obejmuje regulację umów o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej** i stanowi implementację dyrektywy 2019/770. Został wprowadzony do ustawy o prawach konsumenta nowelizacją z 4.11.2022 r. (zob. szerzej komentarz do art. 43h i n.).

Elwira Macierzyńska-Franaszczyk

Usługa cyfrowa (art. 2 pkt 5a)

72. Zgodnie z definicją legalną zawartą w art. 2 pkt 5a **usługą cyfrową** jest usługa pozwalająca konsumentowi na:
- a) wytwarzanie, przetwarzanie, przechowywanie lub dostęp do danych w postaci cyfrowej;
 - b) wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub wytworzone przez konsumenta lub innych użytkowników tej usługi;
 - c) inne formy interakcji za pomocą danych w postaci cyfrowej.
73. Artykuł 2 pkt 5a transponuje do krajowego prawa konsumenckiego pojęcie usługi cyfrowej, zdefiniowane w art. 2 pkt 2 dyrektywy 2019/770, art. 2 pkt 7 dyrektywy 2019/771 oraz art. 2 pkt 16 dyrektywy 2011/83/UE (przepis dodany dyrektywą 2019/2161). Definicja usługi cyfrowej stanowi *novum* na gruncie prawa konsumenckiego UE, jak również prawa krajowego. Pojęcia treści cyfrowej, usługi cyfrowej, towaru z elementami cyfrowymi, integracji, funkcjonalności, środowiska cyfrowego, kompatybilności i interoperacyjności pełnią funkcję „infrastrukturalną” wobec koncepcji i rozwiązań modelowych przyjętych w dyrektywie 2019/770, jak również dyrektywie 2019/771, kształtując ich siatkę pojęciową oraz przedmiotowy zakres stosowania⁶⁸. Pojęcia te wyznaczają także kierunek wykładni przepisów wymienionych powyżej dyrektyw w całej Unii Europejskiej. Dokonując wykładni tych pojęć w zakresie ustawy o prawach konsumenta, należy przyjmować ich autonomiczne i jednolite rozumienie uwzględniające kontekst, w jakim zostały użyte przez ustawodawcę europejskiego, oraz cel dyrektyw mających dla tych pojęć charakter źródłowy⁶⁹. Wymienione pojęcia zostały dodane do ustawy o prawach konsumenta na mocy art. 1 pkt 3 lit. b nowelizacji z 4.11.2022 r. Zmiana weszła w życie z dniem 1.01.2023 r.

⁶⁸ Por. H. Beale, *The Role for European Contract Law: Uniformity or Diversity?* [w:] *Uniform Rules for European Contract Law?: A Critical Assessment*, red. F. de Elizalde, Oxford 2018, s. 16.

⁶⁹ Wyrok TS z 30.04.2014 r., C-26/13, Árpád Kásler v. OTP Jelzálogbank Zrt, EU:C:2014:282, pkt 37; wyrok TS z 9.11.2016 r., C-149/15, Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL, EU:C:2016:840, pkt 28.

74. Przyjmując pojęcie usługi cyfrowej, ustawodawca europejski dążył do zachowania jednolitości definicyjnej w obrębie wymienionych wyżej aktów europejskiego prawa konsumenckiego, zwiększającej przejrzystość regulacyjną⁷⁰. Wyrazem tego założenia jest przyjęcie w dyrektywach 2019/770 i 2019/771 tożsamej w brzmieniu definicji usługi cyfrowej⁷¹. Dyrektywa 2019/770 posłużyła również jako akt referencyjny przy definiowaniu usługi cyfrowej w dyrektywie 2011/83/UE, do której definicja ta została dodana w wyniku nowelizacji dokonanej dyrektywą 2019/2161⁷². Zgodnie z art. 2 pkt 16 dyrektywy 2011/83/UE usługą cyfrową ma oznaczać usługę w rozumieniu art. 2 pkt 2 dyrektywy 2019/770⁷³. Przyjęte przez legislatora europejskiego podejście stworzyło podstawy do jednolitego rozumienia pojęcia usługi cyfrowej, wyznaczonego dyrektywą 2019/770 oraz zgodnymi z nią dyrektywami 2019/771 i 2011/83/UE.
75. Pojęcia treści cyfrowej i usługi cyfrowej zostały zdefiniowane odrębnie. Warto jednak nadmienić, że w projekcie dyrektywy cyfrowej pojęcie usługi cyfrowej nie było w ogóle definiowane⁷⁴. Zostało ono ujęte jako podkategoria pojęcia treści cyfrowej (art. 2 pkt 1 lit. b i c projektu)⁷⁵. Zaproponowany model podporządkowujący usługi cyfrowe kategorii treści cyfrowych był zaczerpnięty z konstrukcji definicji treści cyfrowej przyjętej w art. 2 lit. j projektu w sprawie wspólnych europejskich przepisów dotyczących sprzedaży (CESL), którą nieco modyfikował i rozszerzał o nieobjęte CESL usługi dotyczące danych w formie cyfrowej. Propozycja takiego ujęcia spotkała się jednak z krytyką na gruncie doktryny. Poza systemową i funkcjonalną wadliwością podejścia zarzucano mu także brak spójności z istniejącym *acquis*, w szczególności dyrektywą w sprawie praw konsumenta⁷⁶, która już wcześniej definiowała treści cyfrowe jako dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej (art. 2 pkt 11 dyrektywy 2011/83/UE). Ostatecznie zdecydowano się na wprowadzenie do siatki pojęciowej europejskiego prawa konsumenckiego odrębnych definicji treści cyfrowej i usługi cyfrowej, dążąc zarazem do zapewnienia jak najwyższej koherencji między dyrektywami 2011/83/UE, 2019/770 i 2019/771.

⁷⁰ Zob. także motyw 20 dyrektywy 2019/770, motyw 13 dyrektywy 2019/771, motywy 30–34 dyrektywy 2019/2161.

⁷¹ Pojęcie usługi cyfrowej zostało wyodrębnione w treści dyrektyw 2019/770 i 2019/771 dopiero na etapie konsultacji projektów dyrektyw. W projekcie dyrektywy cyfrowej usługi cyfrowe były zasadniczo objęte definicją „treści cyfrowych”; natomiast dyrektywa towarowa ani pojęcia „treści cyfrowej”, ani „usługi cyfrowej” nie definiowała.

⁷² W motywie 30 dyrektywy 2019/2161 jednoznacznie wskazano, że definicje treści cyfrowej i usługi cyfrowej w dyrektywie 2011/83/UE powinny zostać dostosowane do definicji zawartych w dyrektywie 2019/770.

⁷³ Dyrektywa 2019/770 stanowi punkt odniesienia dla dyrektywy 2011/83/UE nie tylko w zakresie definicji „usługi cyfrowej”, ale także „treści cyfrowej”, „kompatybilności”, „funkcjonalności” i „interoperacyjności”. Por. art. 2 pkt 11, pkt 19–21 dyrektywy 2011/83/UE w brzmieniu zmienionym dyrektywą 2019/2161.

⁷⁴ Zob. art. 2 projektu dyrektywy w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych, COM(2015) 634 final.

⁷⁵ Szerzej zob. E. Macierzyńska-Franaszczyk, *Treści cyfrowe – ujęcie definicyjne w unijnych i krajowych regulacjach prawnych*, iKAR 2018/6, s. 136–137.

⁷⁶ Zob. Committee on the Internal Market and Consumer Protection and Committee on Legal Affairs, *IMCO/JURI Joint Report on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content*, A8-0375.2017, 27.11.2017; E. Macierzyńska-Franaszczyk, *Treści...*, s. 136; M. Wendland, *Sonderprivatrecht für Digitale GüterInhalt*, „Zeitschrift für Vergleichende Rechtswissenschaft” 2019/2, s. 202–203.