

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

Zamów książkę w księgarni internetowej

profinfo.pl
księgarnia internetowa

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.

Szanujemy 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

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/EWG 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/EWG 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 przejmuje 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 uchylene 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 **dwie 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 potwierdzenia 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. Gnela, Warszawa 2007, s. 81–110.

⁴ Nadanym przez dyrektywę 2023/2673.

⁵ Motyw 3 i 4 preambuły dyrektywy 2023/2673.

Ustawa o prawach konsumenta to jeden z najważniejszych aktów prawnych w Polsce, który reguluje prawa i obowiązki konsumentów oraz określa standardy ochrony ich interesów.

W publikacji uwzględniono zmiany wynikające z implementacji dyrektywy 2019/770 w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych oraz dyrektywy 2019/771 w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów. Celem tych zmian jest ustanowienie wspólnych przepisów dotyczących niektórych wymagań w odniesieniu do umów zawartych między przedsiębiorcami a konsumentami o dostarczanie treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz umów sprzedaży zawartych między sprzedawcą a konsumentem. Wdrożono też przepisy dyrektywy 2019/2161, które mają polepszyć egzekwowanie i unowocześnienie unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta.

Autorzy szczegółowo omawiają m.in.:

- rozszerzenie ochrony konsumentów w zakresie usług cyfrowych,
- zapewnienie konsumentom, w tym korzystającym z internetowych platform handlowych, większej przejrzystości umów zawieranych on-line,
- zmiany zakresu stosowania przepisów odnoszących się do umów przewozu osób,
- zmiany w obowiązkach informacyjnych w zakresie komunikacji przedsiębiorcy z konsumentem,
- zmiany dotyczące wykonywania usługi albo dostarczania wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej przed upływem terminu na odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem i na odległość.

Komentarz przeznaczony jest dla radców prawnych, adwokatów i sędziów, a także przedsiębiorców i ich związków oraz podmiotów zajmujących się ochroną praw konsumentów.

Dominik Lubasz – doktor nauk prawnych, radca prawny; ekspert Europejskiej Rady Ochrony Danych i członek Społecznego Zespołu Ekspertów przy Prezesie Urzędu Ochrony Danych Osobowych; autor i redaktor naukowy ponad 100 publikacji, w tym komentarza *Akt o usługach cyfrowych* (Warszawa 2024).

Monika Namysłowska – profesor nauk społecznych w dyscyplinie nauki prawne; kierownik Katedry Europejskiego Prawa Gospodarczego Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego; autorka ok. 150 publikacji w języku polskim, angielskim i niemieckim dotyczących m.in. prawa konsumenckiego, prawa zwalczania nieuczciwej konkurencji, prawa gospodarczego i prawa nowych technologii.



ZAMÓWIENIA:

INFOLINIA: +48 801 044 545

ZAMOWIENIA@WOLTERSKLUWER.PL

WWW.PROFINFO.PL