

# Spis treści

<b>Autorzy</b> .....	V
<b>Słowo wstępne od redaktorów naukowych</b> .....	XXI
<b>Wykaz skrótów</b> .....	XXIII
<b>Wykaz literatury</b> .....	XXIX
<b>Wprowadzenie (Dorota Karczevska)</b> .....	1

## **Część 1. Wpływ dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumentów na krajowe porządki prawne**

### **Rozdział I. Ustawa o prawach konsumenta w świetle dyrektywy**

<b>2011/83/UE (Monika Namysłowska)</b> .....	5
1. Wstęp .....	5
2. Dyrektywa 2011/83/UE o prawach konsumentów jako etap w rozwoju europejskiego prawa konsumenckiego .....	5
3. Implementacja dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumentów do prawa polskiego .....	11
4. Podsumowanie .....	15

### **Rozdział II. Implementacja dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumentów do niemieckiego porządku prawnego (Beata Giesen)**

1. Wstęp .....	17
2. Konstrukcja prawna pojęcia konsumenta oraz pojęcia rzeczy .....	17
3. Zasady obowiązujące wobec umów konsumenckich oraz szczególne formy sprzedaży .....	19
3.1. Zakres zastosowania przepisów ustalających zasady odnoszące się do umów zawieranych z konsumentami .....	20
3.2. Ogólne zasady odnoszące się do umów zawieranych z konsumentami .....	21
3.3. Umowy zawierane na odległość oraz umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa .....	22
3.4. Umowy zawierane drogą elektroniczną .....	24
3.5. Sankcje za naruszenie obowiązków informacyjnych .....	25
4. Prawo odwołania ( <i>Widerrufsrecht</i> ) .....	26
4.1. Uwagi ogólne .....	26
4.2. Systematyka regulacji dotyczącej prawa odwołania ( <i>Widerrufsrecht</i> ) .....	27
4.3. Podstawa prawna prawa odwołania ( <i>Widerrufsrecht</i> ) oraz zakres jego zastosowania .....	28
4.4. Wykonanie prawa odwołania .....	29
4.5. Termin do wykonania prawa odwołania .....	29

4.6. Początek biegu terminu do wykonania prawa odwołania . . . . .	30
4.7. Konsekwencje wykonania prawa odwołania . . . . .	30
5. Niezamówione świadczenie . . . . .	32
6. Pozostałe zmiany w przepisach BGB . . . . .	34
7. Podsumowanie . . . . .	36
<b>Rozdział III. O implementacji dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumentów w Holandii (Joanna A. Luzak).</b> . . . . .	38
1. Wstęp . . . . .	38
2. Zakres zastosowania dyrektywy 2011/83/UE . . . . .	39
3. Definicja „konsumenta” . . . . .	42
4. Obowiązki informacyjne . . . . .	43
4.1. Obowiązki informacyjne dla umów zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa . . . . .	43
4.2. Obowiązki informacyjne dla umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa . . . . .	45
4.3. Wymogi formalne dla obowiązków informacyjnych przy umowach zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa . . . . .	47
5. Prawo odstąpienia od umowy . . . . .	48
5.1. Początek okresu do odstąpienia od umowy . . . . .	48
5.2. Wymogi formalne przy odstąpieniu od umowy . . . . .	49
5.3. Skutki odstąpienia od umowy . . . . .	50
6. Pozostałe postanowienia . . . . .	54
6.1. Dostawa zakupionych towarów oraz roszczenia w przypadku opóźnienia dostawy . . . . .	54
6.2. Przejście ryzyka . . . . .	55
6.3. Opłaty i płatności . . . . .	56
7. Podsumowanie . . . . .	56
<b>Rozdział IV. Ochrona konsumenta we Włoszech w świetle implementacji dyrektywy 2011/83/UE o ochronie konsumentów (Beata Pachuca-Smulska).</b> . . . . .	57
1. Wstęp . . . . .	57
2. Ochrona konsumenta we włoskim Kodeksie Konsumenta (WKKon) . . . . .	57
3. Implementacja dyrektywy 2011/83/UE do Włoskiego Kodeksu Konsumenta . . . . .	59
3.1. Uwagi wstępne . . . . .	59
3.2. Pojęcie konsumenta i profesjonalisty-przedsiębiorcy . . . . .	60
3.3. Wyłączenia z zakresu dekretu legislacyjnego Nr 21 z 21.2.2014 r. nowelizującego przepisy WKKon i regulacja transakcji o małej wartości . . . . .	63
3.4. Definicje z art. 45 WKKon. . . . .	64
3.5. Ochrona konsumenta a obowiązki informacyjne w umowach innych niż umowy zawierane na odległość lub negocjowane poza lokalem przedsiębiorstwa. . . . .	66
3.6. Umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa . . . . .	67

3.6.1. Ochrona przez informacje w umowach dotyczących transakcji na odległość i poza lokalem . . . . .	67
3.6.2. Wymogi formalne i zasady odstąpienia od umowy dla umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorcy. . . . .	69
3.6.2.1. Uwagi wstępne . . . . .	69
3.6.2.2. Dostawa towaru i ryzyko z nią związane . . . . .	70
3.6.2.3. Prawo odstąpienia od umowy . . . . .	71
4. Sądowe i administracyjne środki odwoławcze . . . . .	73
5. Podsumowanie . . . . .	73
<b>Część 2. Założenia ustawy o prawach konsumenta</b>	
<b>A. Przepisy ogólne . . . . .</b>	<b>75</b>
<b>Rozdział I. Problemy interpretacyjne związane z pojęciem „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa” (Anna Młostoń-Olszewska). . . . .</b>	<b>75</b>
1. Wstęp . . . . .	75
2. Pojęcie umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny . . . . .	76
3. Pojęcie umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa w ustawie o prawach konsumenta . . . . .	78
4. Problemy związane z wykładnią pojęcia „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa” . . . . .	81
4.1. Uwagi wstępne . . . . .	81
4.2. Umowy zawierane w miejscach czasowego pobytu przedsiębiorcy. . . . .	82
4.3. Umowy dotyczące sprzedaży i montażu okien lub drzwi . . . . .	83
4.4. Umowy zawierane w wyniku zorganizowanego zbierania ofert poza lokalem przedsiębiorstwa . . . . .	86
4.5. Problemy interpretacyjne związane z kwalifikowaniem umowy jako umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa albo umowy zawartej na odległość. . . . .	87
4.5.1. Pojęcie umowy zawartej na odległość w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny . . . . .	87
4.5.2. Stosunek przepisów o umowach zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość . . . . .	89
4.5.3. Przykłady z orzecznictwa Prezesa UOKiK . . . . .	89
4.5.4. Pojęcie umowy zawartej na odległość w ustawie o prawach konsumenta . . . . .	91
5. Podsumowanie . . . . .	92
<b>Rozdział II. Specyfika umów o dostarczanie treści cyfrowych w świetle ustawy o prawach konsumenta (Berenika Kaczmarek-Templin) . . . . .</b>	<b>94</b>
1. Wstęp . . . . .	94

2. Treści cyfrowe . . . . .	94
2.1. Między towarem a usługą . . . . .	94
2.2. Definicja treści cyfrowych . . . . .	95
2.3. Przykłady treści cyfrowych . . . . .	96
3. Trwały nośnik . . . . .	96
3.1. Trwały nośnik jako sposób dostarczenia treści cyfrowych . . . . .	96
3.2. Definicja trwałego nośnika . . . . .	97
3.3. Poczta elektroniczna jako trwały nośnik . . . . .	97
3.4. Trwały nośnik jako sposób realizacji obowiązku informacyjnego . . . . .	97
4. Klasyfikacja umów . . . . .	98
4.1. Nowa kategoria umów . . . . .	98
4.2. Umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług . . . . .	98
4.3. Cechy szczególne umów o dostarczanie treści cyfrowych . . . . .	99
4.4. Klasyfikacja umów o dostarczanie treści cyfrowych według prawa polskiego . . . . .	100
4.5. Kwestia odpłatności umowy . . . . .	101
5. Elementy szczególne umów o dostarczanie treści cyfrowych . . . . .	101
5.1. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy . . . . .	101
5.1.1. Uwagi wstępne . . . . .	101
5.1.2. Obowiązki przedkontraktowe . . . . .	102
5.1.3. Obowiązki kontraktowe . . . . .	102
5.2. Funkcjonalność i interoperacyjność . . . . .	103
5.2.1. Funkcjonalność . . . . .	103
5.2.2. Interoperacyjność . . . . .	104
6. Sposób zawarcia umowy o dostarczanie treści cyfrowych . . . . .	105
7. Prawo odstąpienia od umowy o dostarczanie treści cyfrowych . . . . .	106
7.1. Termin złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy . . . . .	106
7.2. Utrata prawa odstąpienia od umowy . . . . .	106
8. Strony umowy . . . . .	107
8.1. Udział konsumenta i przedsiębiorcy . . . . .	107
8.2. Obrót dwustronnie konsumencki . . . . .	108
9. Brak wyraźnych regulacji odnośnie do wadliwości treści cyfrowych . . . . .	108
10. Dostarczanie treści cyfrowych bez przesyłu danych . . . . .	108
11. Podsumowanie . . . . .	109
<b>Rozdział III. Wylączenia z zakresu stosowania ustawy o prawach konsumenta (ze szczególnym uwzględnieniem wylączenia umów o usługi zdrowotne) (Anna Piszcz)</b> . . . . .	110
1. Wstęp . . . . .	110
2. Katalog wyląceń z zakresu stosowania ustawy . . . . .	111
3. Zmiany w stosunku do ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny . . . . .	113

4. Studium jednego wyłączenia – umowy dotyczące usług zdrowotnych . . . . .	117
5. Podsumowanie . . . . .	122
<b>Rozdział IV. Skutki prawne świadczenia konsumentowi niezamówionych towarów lub usług (Elwira Macierzyńska-Franaszczyk)</b>	123
1. Wstęp . . . . .	123
2. Regulacja <i>inertia selling</i> w prawie UE . . . . .	124
3. <i>Inertia selling</i> w projektach CESL i DCFR . . . . .	126
4. Regulacja prawna i kwalifikacja przedmiotowa <i>inertia selling</i> w prawie polskim . . . . .	128
5. Skutki spełnienia świadczenia niezamówionego w prawie polskim . . . . .	131
5.1. Wyłączenie kontraktowych podstaw roszczeń wobec konsumenta w świetle art. 5 PrKonsU . . . . .	131
5.2. Roszczenie o zwrot świadczenia niezamówionego na podstawie przepisów o bezpodstawnym wzbogaceniu . . . . .	133
5.3. Prawnorzeczowe skutki przyjęcia świadczenia niezamówionego przez konsumenta . . . . .	134
5.4. Roszczenia konsumenta przeciw przedsiębiorcy spełniającemu świadczenie niezamówione . . . . .	136
6. Podsumowanie . . . . .	137
<b>B. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy wobec konsumenta . . . . .</b>	139
<b>Rozdział V. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy (Marek Świerczyński)</b>	139
1. Wstęp . . . . .	139
2. Transparentność informacji . . . . .	141
3. Katalogi obowiązków informacyjnych . . . . .	143
3.1. Uwagi wstępne . . . . .	143
3.2. Umowy zawierane w sytuacjach nietypowych . . . . .	144
3.3. Pozostałe umowy (zawierane w sytuacjach typowych) . . . . .	147
4. Wyłączenie obowiązków informacyjnych . . . . .	149
5. Podsumowanie . . . . .	151
<b>Rozdział VI. Skutki prawne naruszenia obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy zamierzającego zawrzeć umowę z konsumentem (Paweł Księżak)</b>	152
1. Wstęp . . . . .	152
2. Skutki wynikające z ustawy o prawach konsumenta . . . . .	153
3. Skutki wynikające z zasad ogólnych . . . . .	155
4. Sankcje z ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów . . . . .	158
5. W poszukiwaniu efektywniejszej sankcji – zadośćuczynienie pieniężne . . . . .	160
6. Podsumowanie . . . . .	161
<b>Rozdział VII. Nowe wykroczenie związane z naruszeniem obowiązku informacyjnego wobec konsumenta (Dominik Jędrzejko)</b>	162
1. Wstęp . . . . .	162
2. Poprzedni stan prawny . . . . .	162

3. Nowelizacja Kodeksu wykroczeń .....	165
3.1. Uwagi ogólne .....	165
3.2. Przedmiot ochrony, strona przedmiotowa .....	167
3.3. Podmiot, strona podmiotowa .....	172
3.4. Kara, zbieg przepisów .....	173
4. Podsumowanie .....	173
<b>C. Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w czasie do namysłu</b> .....	176
<b>Rozdział VIII. Konsumentkie uprawnienie do odstąpienia od umowy w czasie do namysłu (Marlena Pecyna)</b> .....	176
1. Wstęp .....	176
2. Funkcja i charakter prawny uprawnienia konsumenta do odstąpienia od umowy w czasie do namysłu .....	177
2.1. Funkcja .....	177
2.2. Charakter prawny .....	178
3. Wykonanie przez konsumenta uprawnienia do odstąpienia od umowy w czasie do namysłu .....	184
3.1. Przesłanki ogólne .....	184
3.2. Czas do namysłu – termin do odstąpienia od umowy przez konsumenta .....	185
3.3. Dochowanie terminu do odstąpienia od umowy – teoria wysłania .....	189
4. Obowiązki stron po odstąpieniu przez konsumenta od umowy w czasie do namysłu .....	191
4.1. Obowiązki przedsiębiorcy .....	191
4.2. Obowiązki konsumenta .....	193
5. Ograniczenia konsumentkiego uprawnienia do odstąpienia od umowy w czasie do namysłu .....	198
6. Podsumowanie .....	203
<b>Rozdział IX. Wyłączenie prawa odstąpienia od umowy w ustawie o prawach konsumenta – problemy interpretacyjne na przykładzie biletów wstępu (Teresa Kaczyńska)</b> .....	205
1. Uwagi wprowadzające .....	205
2. Bilet wstępu w obrocie konsumentkim – próba definicji .....	205
3. Wyłączenie prawa odstąpienia od umowy – porównanie dotychczasowych i aktualnie obowiązujących przepisów .....	207
4. Brak wyraźnego wskazania biletów wstępu jako kategorii objętej wyłączeniem zmienionego prawa do odstąpienia od umowy .....	210
5. Podsumowanie .....	213
<b>Rozdział X. Czynności sądu w sprawach o ochronę konsumenta nie poinformowanego o prawie do odstąpienia w świetle dotychczasowych i nowych uregulowań (Magdalena Olczyk)</b> .....	215
1. Wstęp .....	215
2. Informacje o prawie odstąpienia od umowy i jego wykonanie elementem oceny sądów w sporach konsumentów z przedsiębiorcami .....	216
2.1. Uwagi ogólne .....	216

2.2. Skutki odstąpienia od umowy przez konsumenta w razie niepoinformowania go o przysługującym prawie .....	217
2.3. Skutki nieodstąpienia od umowy w przypadku braku informacji o uprawnieniu .....	223
3. Podsumowanie .....	227
<b>D. Umowy dotyczące usług finansowych na odległość .....</b>	<b>229</b>
<b>Rozdział XI. Ochrona konsumenta w zakresie umów dotyczących usług finansowych na odległość w ustawie o prawach konsumenta (Edyta Rutkowska-Tomaszewska) .....</b>	<b>229</b>
1. Wstęp .....	229
2. Usługi finansowe a zakres zastosowania ustawy o prawach konsumenta .....	230
3. Wyłączenia od ochrony przewidzianej w ustawie o prawach konsumenta dotyczące usług finansowych na odległość .....	236
4. Przejawy (instrumenty) ochrony konsumenta w zakresie usług finansowych na odległość .....	241
4.1. Obowiązki informacyjne i skutki ich niedochowania .....	241
4.2. Prawo odstąpienia od umowy o usługę finansową na odległość .....	247
4.3. Wypowiedzenie umowy o usługę finansową na odległość na czas nieokreślony .....	249
5. Podsumowanie .....	249
<b>Część 3. Zmiany w Kodeksie cywilnym dokonane przez ustawę o prawach konsumenta</b>	
<b>Rozdział I. Konsument w świetle ustawy o prawach konsumenta – czy zmiany idą w dobrym kierunku? (Małgorzata Sieradzka) .....</b>	<b>251</b>
1. Wstęp .....	251
2. Konsument, czyli kto? .....	251
3. Definicja konsumenta w świetle dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumentów .....	253
4. Definicja i wyznaczniki pojęcia „konsument” w świetle ustawy o prawach konsumenta .....	254
5. Konsument przeciętny .....	258
6. Projektowana definicja konsumenta – co by było, gdyby? .....	259
7. Podsumowanie .....	261
<b>Rozdział II. Wstępne uwagi na temat nowych przepisów o ochronie praw konsumenta w zakresie rękojmi i gwarancji przy sprzedaży (Wojciech J. Katner) .....</b>	<b>263</b>
1. Wprowadzenie .....	263
2. Pojęcie konsumenta. Rozwiązania prawne dotyczące rękojmi za wady rzeczy sprzedanej oceniane pozytywnie .....	265
3. Przepisy o rękojmi za wady rzeczy budzące wątpliwości .....	269
4. Gwarancja przy sprzedaży – podstawowe problemy .....	272
<b>Rozdział III. Nowelizacja przepisów o odpowiedzialności za wady fizyczne rzeczy (Monika Jagielska) .....</b>	<b>275</b>

1. Wstęp .....	275
2. Konstrukcja rękopisu .....	277
3. Pojęcie wady .....	280
4. Uprawnienia kupującego .....	283
5. Terminy .....	285
6. Podsumowanie .....	286
<b>Część 4. Ustawa o prawach konsumenta w wybranych sektorach</b>	
<b>Rozdział I. Wpływ ustawy o prawach konsumenta na ochronę</b>	
<b>klienta korzystającego z usług turystycznych (Dominik Wolski) .....</b>	<b>289</b>
1. Zagadnienia wprowadzające .....	289
2. Zakres regulacji ustawy o prawach konsumenta i ustawy o usługach turystycznych w odniesieniu do sektora usług turystycznych – uwagi ogólne .....	290
3. Usługi turystyczne objęte regulacją ustawy o prawach konsumenta .....	293
3.1. Uwagi ogólne .....	293
3.2. Kryterium przedmiotowe stosowania przepisów .....	294
3.3. Usługi turystyczne w świetle kryterium podmiotowego .....	297
4. Ochrona klienta usług turystycznych a ochrona konsumenta .....	300
4.1. Uwagi ogólne .....	300
4.2. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy świadczącego usługi turystyczne .....	301
4.3. Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy .....	308
5. Podsumowanie .....	313
<b>Rozdział II. Ustawa o prawach konsumenta a odbiorca na rynku</b>	
<b>energetycznym (Michał Krzykowski) .....</b>	<b>315</b>
1. Wstęp .....	315
2. Odbiorca a konsument na rynku energetycznym .....	316
3. Konsument energii i gazu w PrKonsU .....	320
4. Ochrona konsumenta na rynku energetycznym .....	323
5. Podsumowanie .....	326
<b>Rozdział III. Prawa konsumenta a rynek pocztowy</b>	
<b>(Rafał Zgorzelski, Michał Łukasiewicz) .....</b>	<b>328</b>
1. Wstęp .....	328
2. Przepisy ustawy o prawach konsumenta a sektor pocztowy .....	329
2.1. Konsument usług pocztowych .....	329
2.2. Relacje przepisów ustawy o prawach konsumenta i Prawa pocztowego .....	330
2.3. Lokal przedsiębiorstwa a placówka pocztowa. Zawieranie umów pocztowych na odległość .....	330
2.4. Obowiązki operatorów pocztowych w umowach innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość .....	333
2.5. Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość .....	334
2.6. Prawo odstąpienia od umowy o świadczenie usługi pocztowej .....	335



3. Rola UKE w ramach zapewnienia ochrony konsumentów usług pocztowych .....	338
4. Regulacje szczególne Prawa pocztowego chroniące konsumentów – wybrane aspekty .....	340
5. Podsumowanie .....	342
<b>Zamiast zakończenia</b>	
<b>Ustawa o prawach konsumenta z perspektywy przedsiębiorcy</b> <i>(Dominik Lubasz, Natalia Zawadzka)</i> .....	345
1. Wstęp .....	345
2. Cel regulacji .....	345
3. Zakres podmiotowy .....	346
4. Zakres przedmiotowy .....	348
5. Obowiązki przedsiębiorców zawierających umowy w sytuacjach typowych .....	353
6. Obowiązki przedsiębiorców zawierających umowy poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość .....	356
7. Prawo do odstąpienia od umowy .....	362
8. Przepisy zmieniające .....	365
9. Podsumowanie .....	366
<b>Indeks rzeczowy</b> .....	367