

# Spis treści

<b>Przedmowa</b> .....	XI
<b>Wykaz skrótów</b> .....	XV
<b>Bibliografia</b> .....	XXIII
<b>Rozdział I. Ogólna charakterystyka wymogów formalnych w umowach z udziałem konsumentów</b> .....	1
§ 1. Pojęcie wymogów formalnych w prawie prywatnym. ....	1
I. Forma i wymóg formalny .....	1
II. Przedmiot wymogów formalnych .....	4
1. Oświadczenie woli .....	4
2. Oświadczenie wiedzy .....	6
III. „Forma czynności prawnej”? .....	10
IV. Wymogi formalne a etapy relacji między kontrahentami .....	12
V. Typologia wymogów formalnych w prawie konsumenckim – podsumowanie .....	16
§ 2. Wymogi formalne w umowach z udziałem konsumentów w systemie prawa prywatnego. ....	17
I. Ogólne źródła wymogów formalnych w umowach z udziałem konsumentów .....	17
1. Kodeks cywilny i inne krajowe akty prawa cywilnego .....	17
2. Prawo Unii Europejskiej .....	18
3. Prawo kolizyjne .....	20
II. Szczególne podstawy wymogów formalnych w prawie konsumenckim. ....	22
1. <i>Negotium de forma</i> .....	22
2. Obowiązek lojalności kontraktowej .....	31
3. Zwyczaj .....	32
III. Zagadnienia konstrukcyjne wymogów formalnych w umowach z udziałem konsumentów .....	34
1. Struktura regulacji .....	34
2. Zakres treści oświadczenia objętej formą .....	35
3. Oświadczenia milczące i dorozumiane a wymogi formalne .....	36
§ 3. Funkcje wymogów formalnych w prawie konsumenckim. ....	39
I. Klasyczny katalog funkcji wymogów formalnych w prawie cywilnym .....	39

II. Szczególna rola wymogów formalnych w prawie umów konsumenckich . . . . .	46
1. Znaczenie wymogów formalnych w obrocie konsumenckim w perspektywie ekonomicznej . . . . .	46
2. Informacyjne cele formy . . . . .	51
3. Inne funkcje wymogów formalnych w prawie konsumenckim . . . . .	55
4. Wymogi formalne a <i>information overload</i> . . . . .	56
5. Granice skuteczności formy jako instrumentu ochrony konsumenta . . . . .	59
III. „Renesans formalizmu” w prawie konsumenckim . . . . .	62
§ 4. Wymogi formalne a zasada swobody umów i autonomii prywatnej . . . . .	64
I. Swoboda formy . . . . .	64
II. Wymogi formalne a autonomia woli – dwie perspektywy . . . . .	67
1. Autonomia woli w ujęciu formalnym . . . . .	67
2. Autonomia woli w ujęciu pragmatycznym . . . . .	69
§ 5. Wykładnia przepisów zastrzegających wymogi formalne . . . . .	71
I. Wykładnia formalistyczna i jej granice . . . . .	71
II. Wymogi formalne a argumenty celowościowe i funkcjonalne . . . . .	74
III. Specyfika wykładni wymogów formalnych w prawie konsumenckim . . . . .	76
§ 6. Klasyfikacja wymogów formalnych w umowach z udziałem konsumentów – uwagi wstępne . . . . .	80
<b>Rozdział II. Wymóg pisemności i dokumentu . . . . .</b>	<b>85</b>
§ 1. Znaczenie pisemności i dokumentu w obrocie konsumenckim . . . . .	85
§ 2. Pojęcie pisemności w prawie unijnym . . . . .	88
I. Dwie fazy ewolucji . . . . .	88
II. Zwykła forma pisemna (art. 78 KC) na tle prawa konsumenckiego . . . . .	89
1. Zwykła forma pisemna jako podstawowa postać wymogu pisemności . . . . .	89
2. Zwykła forma pisemna – stosowanie <i>per analogiam</i> i jego granice . . . . .	94
III. Forma pisemna w umowach z udziałem konsumentów – specyfika i jej źródła . . . . .	96
1. Kontrowersje interpretacyjne . . . . .	96
2. Pojęcie pisemności w regulacjach konsumenckich UE . . . . .	97
3. Pisemność w pracach nad harmonizacją europejskiego prawa prywatnego . . . . .	99
4. Koncepcja pisemności w prawie konsumenckim – rozumienie autonomiczne . . . . .	101
§ 3. Trwały nośnik . . . . .	105
I. Pojęcie i funkcje . . . . .	105
II. Typologia . . . . .	107

III. Trwały nośnik a nowa metoda regulacji wymogów formalnych .....	114
IV. Trwały nośnik a pokrewne wymagania formalne .....	117
§ 4. Wymóg pisemności na etapie przedkontraktowym .....	119
I. Wprowadzenie .....	119
II. Pisemność w regulacji wzorców i wzorów umów .....	120
1. Pisemna forma wzorca umowy .....	120
2. Pisemność wzoru (formularza) umowy .....	122
3. Pisemność jako sposób informowania o cenie .....	124
4. Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość .....	128
5. Umowa <i>timeshare</i> .....	132
6. Umowa o usługi turystyczne .....	134
7. Kredyt konsumencki .....	140
8. Sprzedaż konsumencka .....	142
§ 5. Wymóg pisemności na etapie zawarcia umowy .....	143
I. Forma oświadczeń woli tworzących umowę .....	143
II. Forma oświadczenia gwarancyjnego .....	147
1. Ogólne wymagania formalne .....	147
2. Forma dokumentu gwarancyjnego .....	150
§ 6. Wymóg pisemności po zawarciu umowy .....	155
I. Obowiązek pisemnego potwierdzenia treści umowy i innych informacji .....	155
1. Istota i funkcje potwierdzenia .....	155
2. Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość .....	158
3. Kredyt konsumencki .....	162
II. Pisemna forma oświadczenia o odstąpieniu od umowy .....	164
III. Pisemność w wypadku realizacji uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową i gwarancji .....	168
IV. Wymóg pisemności w przypadku zmiany treści zobowiązania .....	170

### **Rozdział III. Inne rodzaje wymogów formalnych w umowach z udziałem konsumentów**

§ 1. Wprowadzenie .....	173
§ 2. Wymóg transparentności .....	175
I. Rola transparentności w umowach z udziałem konsumentów .....	175
II. Istota prawna i treść wymogu transparentności .....	178
III. Kryteria oceny transparentności .....	182
IV. Transparentność wzorca umowy .....	185
V. Przejrzystość informacji przedkontraktowej .....	188
1. Umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa .....	188
2. Sprzedaż konsumencka – ogólny obowiązek transparentności .....	192
3. Transparentność „kwalifikowana” (sprzedaż konsumencka i kredyt konsumencki) .....	193

4. Transparentność oświadczenia gwarancyjnego .....	198
5. Transparentność w umowach o usługi turystyczne.....	201
§ 3. Wymagania językowe .....	201
I. Cel zastrzeżenia wymogów językowych w prawie konsumenckim. ....	201
II. Wymogi językowe a wymagania formalne .....	204
III. Źródła zastrzeżenia wymogów w zakresie języka.....	205
IV. Wymogi językowe w umowach z udziałem konsumentów na gruncie JęzykPolU .....	208
V. Szczegółowe wymogi językowe w umowach z udziałem konsumentów. ....	213
1. Nieuczciwe praktyki rynkowe .....	213
2. Sprzedaż konsumencka .....	214
3. <i>Timesharing</i> .....	215
§ 4. Wymóg dostępności oświadczenia .....	218
I. Istota wymogu dostępności. ....	218
II. Funkcje dostępności w regulacji umów konsumenckich .....	220
III. Konstrukcja wymogu dostępności w umowach z udziałem konsumentów.....	221
1. Typologia dostępności w prawie konsumenckim .....	221
2. Wymóg dostępności w regulacji wzorców umów .....	224
3. Obowiązek dostępności dokumentu umowy.....	229
4. Wydanie dokumentu gwarancyjnego .....	230
§ 5. Wymogi formalne w obrocie elektronicznym z udziałem konsumentów .....	232
I. Obrót elektroniczny a wymogi formalne w umowach konsumenckich .....	232
II. Specyfika wymogów formalnych w obrocie elektronicznym ..	233
1. Oświadczenie w postaci elektronicznej.....	233
2. Elektroniczna postać oświadczenia a wymogi formalne – konstrukcyjne ramy problemu .....	235
III. Wymogi formalne w elektronicznych transakcjach konsumenckich .....	240
1. Szczególny deficyt informacyjny jako główna przyczyna formalizacji e-obrotu .....	240
2. Ogólne wymogi formalne w umowach elektronicznych... ..	242
IV. Szczególne wymogi formalne w obrocie elektronicznym z udziałem konsumentów .....	245
1. Wzorce umów w postaci elektronicznej .....	245
2. Umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną .....	248

**Rozdział IV. Konsekwencje naruszenia wymogów formalnych  
w umowach z udziałem konsumentów .....**

§ 1. Uwagi ogólne .....	251
I. Struktura i charakter konsekwencji prawnych związanych z naruszeniem wymogów formalnych w prawie konsumenckim. ....	251

II. Efektywność i działanie prewencyjne a proporcjonalność sankcji .....	255
§ 2. Konsekwencje w sferze ważności czynności prawnej .....	259
I. Ograniczona efektywność sankcji nieważności w obrocie konsumenckim .....	259
II. Wpływ uchybień formalnych na skuteczność spełnienia obowiązków informacyjnych .....	261
§ 3. Forma oświadczenia woli <i>ad solemnitate</i> w umowach z udziałem konsumentów .....	264
I. Konstrukcja prawna rygору <i>ad solemnitate</i> .....	264
II. Forma szczególna <i>ad solemnitate</i> na tle regulacji konsumenckich .....	266
1. Wzorce umów .....	266
2. <i>Timesharing</i> .....	267
III. Skutki niedochowania formy <i>ad solemnitate</i> .....	268
§ 4. Wzruszalność (nieważność względna) czynności prawnych z udziałem konsumentów z powodu naruszenia wymogów formalnych .....	272
I. Konstrukcja prawna i rola wzruszalności w obrocie konsumenckim .....	272
II. Żądanie unieważnienia umowy w związku z nieuczciwą praktyką rynkową .....	275
1. Konstrukcja sankcji .....	275
2. Naruszenie wymogu formalnego jako nieuczciwa praktyka rynkowa .....	277
III. Wzruszalność czynności prawnej z powodu wad oświadczenia woli .....	280
1. Wady oświadczenia woli jako pośredni skutek naruszenia wymogów formalnych .....	280
2. Wzruszalność czynności prawnej dokonanej w warunkach błędu .....	283
§ 5. Konsekwencje w sferze skuteczności czynności prawnej .....	285
I. Rygor <i>ad eventum</i> i jego modyfikacja w prawie konsumenckim .....	285
II. „Kredyt darmowy” jako skutek naruszenia wymogów formalnych .....	287
1. Konstrukcja prawna .....	287
2. „Kredyt darmowy” a wymogi formalne .....	288
3. Zmiana biegu terminu do odstąpienia od umowy w następstwie naruszenia wymogów formalnych .....	292
§ 6. Forma dla celów dowodowych w umowach z udziałem konsumentów .....	297
I. Konstrukcja rygору <i>ad probationem</i> .....	297
II. Wyłączenie ograniczeń dowodowych w umowach z udziałem konsumentów .....	299

§ 7. Odpowiedzialność odszkodowawcza .....	303
I. Podstawy odpowiedzialności odszkodowawczej za naruszenie wymogów formalnych .....	303
II. Problem efektywności odpowiedzialności odszkodowawczej w obrocie konsumenckim .....	307
III. Naruszenie obowiązków formalnych jako źródło szkody ....	308
1. Ogólne podstawy odpowiedzialności .....	308
2. Naruszenie wymogów formalnych a <i>culpa in contrahendo</i> ..	310
§ 8. Szczegółne konsekwencje naruszenia wymogów formalnych wzorca umowy .....	317
I. Skutki braku transparentności a formalna i materialna kontrola wzorca umowy .....	317
II. Brak inkorporacji (bezskuteczność wzorca) .....	319
III. Wykładnia postanowień wzorca <i>contra proferentem</i> .....	322
IV. Rozszerzenie kontroli abuzywności na postanowienia określające główne świadczenia stron .....	327
§ 9. Szczególne skutki naruszenia wymogów formalnych w regulacji nieuczciwych praktyk rynkowych .....	329
§ 10. Sankcje karne .....	331
I. Sankcja karna jako instrument ochrony konsumenta .....	331
II. Typy przestępstw i wykroczeń związanych z naruszeniem wymogów formalnych w umowach z udziałem konsumentów .....	333
§ 11. Konsekwencje administracyjnoprawne .....	339
<b>Rozdział V. Wnioski – perspektywy</b> .....	341
<b>Summary</b> .....	349
<i>Formal Requirements in Consumer Contracts</i> .....	349
<b>Indeks rzeczowy</b> .....	357