

# **Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz**

Wydanie 2.

Przejdź do produktu na [ksiegarnia.beck.pl](https://ksiegarnia.beck.pl)

# 1. Ustawa o prawach konsumenta<sup>1</sup>

z dnia 30 maja 2014 r. (Dz.U. z 2014 r. poz. 827)

Tekst jednolity z dnia 7 grudnia 2023 r. (Dz.U. z 2023 r. poz. 2759)

(zm.: Dz.U. 2023, poz. 1285)

## Rozdział 1. Przepisy ogólne

### Art. 1. [Zakres przedmiotowy]

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.

#### Spis treści

	Nb
<b>I. Uwagi ogólne</b> . . . . .	1–2
1. Zakres podmiotowy i przedmiotowy ustawy . . . . .	1
2. Rozszerzenie zakresu przedmiotowego . . . . .	2
<b>II. Cele ustawy o prawach konsumenta</b> . . . . .	3–4
1. Obowiązek transpozycji dyrektywy 2011/83/UE . . . . .	3
2. Uporządkowanie i zintegrowanie przepisów dotyczących odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej . . . . .	4
<b>III. Znaczenie transpozycji dyrektywy 2011/83/UE</b> . . . . .	5–7
1. Ujednoczenie i doprecyzowanie przepisów dotyczących umów konsumenckich . . . . .	5
2. Cel harmonizacji niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów . . . . .	6
3. Cel nowelizacji . . . . .	7
<b>IV. Struktura i treść ustawy o prawach konsumenta</b> . . . . .	8–17

<sup>1</sup> Treść odnośnika publikujemy na końcu ustawy.

1. Rozdział 1 . . . . .	8
2. Rozdział 2 . . . . .	9
3. Rozdział 3 . . . . .	10
4. Rozdział 4 . . . . .	11
5. Rozdział 5 . . . . .	12
6. Rozdział 5A . . . . .	13
7. Rozdział 5B . . . . .	14
8. Rozdział 6 . . . . .	15
9. Rozdział 7 . . . . .	16
10. Załączniki . . . . .	17

## I. Uwagi ogólne

**1 1. Zakres podmiotowy i przedmiotowy ustawy.** Komentowany przepis wyznacza zakres podmiotowy i przedmiotowy ustawy o prawach konsumenta. Jej zakres podmiotowy ograniczony jest do **obrotu z udziałem podmiotów będących konsumentami**, w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> KC. Zakres przedmiotowy ustawy obejmuje – co do zasady – **każdą umowę zawartą pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem, chyba że została z niego wyłączona na mocy przepisów szczególnych**. Regulacje zawarte w ustawie koncentrują się w szczególności na kwestii umów zawieranych z konsumentem na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (także zawieranych z konsumentem na odległość umów dotyczących usług finansowych), w tym na kwestii wykonania przez konsumenta prawa do odstąpienia od takiej umowy.

**2 2. Rozszerzenie zakresu przedmiotowego.** Nowelizacja dokonana mocą ustawy z 4.11.2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta, ustawy – Kodeks cywilny oraz ustawy – Prawo prywatne międzynarodowe (Dz.U. z 2022 r. poz. 2337) z dniem wejścia w życie (1.1.2023 r.) rozszerzyła i doprecyzowała zakres przedmiotowy ustawy. Na mocy art. 1 pkt 2 ZmPrKonsUKC22 do jej art. 1 dodane zostały dwa kolejne pkt 4a i 4b, w myśl których ustawa reguluje także:

- 1) zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy zobowiązującej do przeniesienia własności towaru na konsumenta;
- 2) zasady i tryb wykonania praw konsumenta będącego stroną umowy o dostarczenie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej.

Rozszerzenie zakresu przedmiotowego ustawy wiąże się z koniecznością implementacji dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z 20.5.2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Dz.Urz. UE L Nr 136, s. 1 ze zm.) oraz dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z 20.5.2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniającej rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylającej dyrektywę 1999/44/WE (Dz.Urz. UE L Nr 136, s. 28 ze zm.). Obydwie dyrektywy weszły w życie z dniem 11.6.2019 r., przy czym państwa członkowskie były zobowiązane do przyjęcia implementujących je przepisów do dnia 1.7.2021 r., z mocą obowiązującą od dnia 1.1.2022 r. Implementacja dyrektywy, oprócz zmiany zakresu przedmiotowego PrKonsU, związana była ze zmianą wielu innych przepisów tej ustawy, o czym w dalszej części komentarza. Zaznaczyć należy, że obydwie dyrektywy przewidują harmonizację maksymalną.

W ramach nowelizacji, do PrKonsU dodane zostały także dwa nowe rozdziały, odpowiadające wskazanemu wyżej rozszerzeniu zakresu przedmiotowego ustawy: Rozdział 5A „Umowy zobowiązujące do przeniesienia własności towaru na konsumenta” oraz, związany bezpośrednio z implementacją dyrektywy 2019/770 Rozdział 5B „Umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej”.

## II. Cele ustawy o prawach konsumenta

**1. Obowiązek transpozycji dyrektywy 2011/83/UE.** Podstawowym celem ustawy o prawach konsumenta jest transpozycja dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25.10.2011 r. w sprawie praw konsumentów zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.Urz. UE L Nr 304, s. 64 ze zm.) – (zob. uzasadnienie projektu ustawy o prawach konsumenta, Druk sejmowy Nr 2076, Sejm RP VII kadencji, s. 1). Obowiązek dokonania transpozycji dyrektywy 2011/83/UE nakłada na państwa członkowskie jej art. 28, zgodnie z którym państwa członkowskie zobowiązane są do przyjęcia i opublikowania przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych niezbędnych do wykonania dyrektywy do 13.12.2013 r., przy jednoczesnym wyznaczeniu najpóźniejszego terminu ich wejścia w życie na dzień 13.6.2014 r.

Z uwagi na to, że dyrektywa 2011/83/UE, z mocy art. 4, wprowadza **harmonizację zupełną**, państwa członkowskie nie mogą w uregulowanym nią zakresie utrzymywać ani wprowadzać do swojego prawa krajowego przepisów odbiegających od tych, które zostały ustanowione w dyrektywie. W związku z tym PrKonsU w zakresie, w jakim transponuje tę dyrektywę, co do zasady ściśle odzwierciedla przyjęte w niej rozwiązania (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 3).

**2. Uporządkowanie i zintegrowanie przepisów dotyczących odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej.** Drugim celem PrKonsU jest, zgodnie z uzasadnieniem jej projektu, uporządkowanie i zintegrowanie przepisów dotyczących odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej, w szczególności przepisów stanowiących transpozycję dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 25.5.1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.Urz. UE L Nr 171, s. 12), wdrożonej do polskiego porządku prawnego ustawą z 27.7.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) (zob. Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 2), która zostaje obecnie mocą komentowanej ustawy uchylona. Cel ten ma zostać osiągnięty głównie przez **zmianę i uzupełnienie przepisów Kodeksu cywilnego dotyczących odpowiedzialności sprzedawcy za wadę rzeczy sprzedanej**. Dokonana zatem zostaje w istocie ponowna transpozycja powyższej dyrektywy do Kodeksu cywilnego, w miejsce uprzedniej transpozycji pozakodeksowej, budzącej, co warto wspomnieć, krytyczne głosy doktryny co do sposobu jej dokonania w odrębnym akcie prawnym [por. bliżej *J. Frąckowiak, R. Stefanicki, Prawo konsumenckie – standardy potencjalne i rzeczywiste, w tym gwarancje określone prawem procesowym: co dalej z regulacją ochrony konsumenta w prawie polskim?* (opracowanie podsumowujące wybrane zagadnienia ze spotkań studyjnych), w: *J. Frąckowiak, R. Stefanicki* (red.), *Consumer protection in the Polish law in view of effet utile*

concept: summary of study meetings organized under the project: Scientific and educational potential of the Faculty of Law, Administration and Economics of the University of Wrocław in the service of legal protection of the consumer, Wrocław 2011, s. 26 i n.]. Ponowna transpozycja pozwala uwzględnić systematykę i strukturę prawa polskiego oraz powinna rozwiązać problemy praktyczne związane z istniejącą pod rządami SprzedKonsumU dwutorowością regulacji przysługującej kupującemu gwarancji i rękojmi (zob. *J. Frąckowiak, R. Stefanicki*, Prawo konsumenckie, s. 27).

### III. Znaczenie transpozycji dyrektywy 2011/83/UE

- 5 1. **Ujednoczenie i doprecyzowanie przepisów dotyczących umów konsumenckich.** Dokonanie transpozycji dyrektywy 2011/83/UE doprowadzić ma, w założeniu, do **ujednoczenia i doprecyzowania przepisów dotyczących umów konsumenckich zawieranych w okolicznościach typowych**, czyli w lokalu przedsiębiorstwa, w zakresie obowiązków informacyjnych, a także do **ujednoczenia i doprecyzowania przepisów dotyczących umów konsumenckich zawieranych w okolicznościach nietypowych** – a zatem poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość (w tym przez Internet) w zakresie obowiązków informacyjnych, wymogów formalnych związanych z zawieraniem takich umów oraz prawa odstąpienia od nich (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 1–2).
- 6 2. **Cel harmonizacji niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów.** W motywie 4 preambuły dyrektywy 2011/83/UE wskazano, że harmonizacja niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych na odległość i niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest **niezbędna w celu wspierania rzeczywistego rynku wewnętrznego dla konsumentów**, opartego na właściwej równowadze pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorstw, przy jednoczesnym zapewnieniu poszanowania zasady pomocniczości.
- 7 3. **Cel nowelizacji.** Jak wskazano w Uzasadnieniu (Uzasadnienie projektu ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, druk sejmowy Nr 2425, Sejm RP IX kadencji, s. 1), celem nowelizacji była implementacja wyżej wskazanych dyrektyw 2019/770 i 2019/771. W związku z tym cele PrKonsU obejmują także cele obydwu dyrektyw, którymi, zgodnie z Uzasadnieniem są: przyczynianie się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego i zapewnianie przy tym wysokiego poziomu ochrony konsumentów, w szczególności przez ustanowienie wspólnych przepisów dotyczących niektórych wymagań w odniesieniu do umów zawartych między przedsiębiorcami a konsumentami o dostarczanie treści cyfrowych lub usług cyfrowych, w szczególności przepisów dotyczących: zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową, środków ochrony prawnej w przypadku braku zgodności treści cyfrowej lub usługi cyfrowej z umową lub ich niedostarczenia oraz sposobów korzystania z tych środków, oraz zmiany treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, a także przez ustanowienie wspólnych przepisów dotyczących niektórych wymagań w odniesieniu do umów sprzedaży zawartych między sprzedawcą a konsumentem, w tym przepisów dotyczących zgodności towarów z umową, środków ochrony prawnej przysługujących w przypadku braku takiej zgodności, sposobów korzystania z tych środków, a także gwarancji handlowych (Uzasadnienie projektu ZmPrKonsU, s. 1).

#### IV. Struktura i treść ustawy o prawach konsumenta

1. **Rozdział 1.** Ustawa o prawach konsumenta po nowelizacji składa się z ośmiu 8 rozdziałów. Rozdział 1, obejmujący art. 1–7ab, zawiera przepisy ogólne, oparte z reguły na przepisach Rozdziału I dyrektywy 2011/83/UE. Określają one przedmiot ustawy, podstawowe definicje pojęć użytych w ustawie, wyłączenia z zakresu jej stosowania oraz charakter przepisów regulujących prawa, przysługujące konsumentom na podstawie ustawy (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 4).

2. **Rozdział 2.** Rozdział 2 PrKonsU, zatytułowany „Obowiązki przedsiębiorcy 9 w umowach, innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość”, obejmuje art. 8–11. Zawarte w nim przepisy regulują przede wszystkim zakres i sposób realizacji obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy wobec konsumenta w umowach zawieranych w sytuacjach typowych, a zatem w lokalu przedsiębiorstwa. Nie dotyczą one natomiast obowiązków informacyjnych odnoszących się do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, do których w tym zakresie stosuje się przepisy kolejnego Rozdziału 3 (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 5). Przepisy te przewidują szeroki katalog informacji, których należy udzielić konsumentowi, oparty na przepisach Rozdziału II dyrektywy 2011/83/UE, co ma ułatwić konsumentowi świadome podjęcie decyzji o ewentualnym zawarciu umowy (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 5).

3. **Rozdział 3.** Rozdział 3 PrKonsU, zatytułowany „Obowiązki przedsiębiorcy 10 w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość”, obejmuje art. 12–26. Zawarte w nim przepisy regulują zakres i sposób realizacji obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy wobec konsumenta w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, a nadto pozostałe obowiązki spoczywające na przedsiębiorcy w związku z zawieraniem z konsumentem umów tego rodzaju (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 6). W porównaniu ze stanem prawnym obowiązującym przed wejściem w życie PrKonsU katalog obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, w związku z potrzebą zapewnienia konsumentowi szczególnej ochrony przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość został istotnie poszerzony (por. Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 6).

4. **Rozdział 4.** Rozdział 4 PrKonsU, zatytułowany „Prawo odstąpienia od umowy 11 zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa”, obejmuje art. 27–38a. Jego przepisy transponują przepisy art. 9–16 dyrektywy 2011/83/UE, zawierając szczegółową regulację prawa odstąpienia od umowy, jakie przysługuje konsumentowi, bez potrzeby wskazywania jakiegokolwiek uzasadnienia, w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 7).

5. **Rozdział 5.** Rozdział 5 PrKonsU, zatytułowany „Umowy dotyczące usług 12 finansowych zawierane na odległość”, obejmuje art. 39–43. Zawarte w nim przepisy, co do zasady, powtarzają regulacje zawarte uprzednio w Rozdziale 2a ustawy z 2.3.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz.U. z 2012 r. poz. 1225 – akt nieobowiązujący), który stanowił transpozycję przepisów dyrektywy 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 23.9.2002 r. dotyczącej sprzedaży konsumentom

usług finansowych na odległość oraz zmieniającej dyrektywę Rady 90/619/EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE (Dz.Urz. UE L Nr 271, s. 16 ze zm.). Powyższa ustawa została uchylona mocą art. 46 PrKonsU (por. bliżej kom. do art. 46), wobec czego zawarte w niej regulacje odnośnie do umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość włączone zostały do PrKonsU (por. kom. do art. 4, Nb 15–18), jednakże w zakresie ograniczonym do regulacji wskazanych w przywołanym przepisie.

- 13** 6. **Rozdział 5A.** Rozdział 5A, dodany na mocy art. 1 pkt 15 ustawy z 4.11.2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta, ustawy – Kodeks cywilny oraz ustawy – Prawo prywatne międzynarodowe (Dz.U. z 2022 r. poz. 2337), zatytułowany „Umowy zobowiązujące do przeniesienia własności towaru na konsumenta”, obejmujące art. 43a–43g.
- 14** 7. **Rozdział 5B.** Rozdział 5B, dodany również na mocy wyżej wskazanego przepisu, zatytułowany „Umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej”, obejmujące art. 43h–43q.
- 15** 8. **Rozdział 6.** Rozdział 6 PrKonsU, „Przepisy zmieniające”, obejmuje art. 44–50. Szczególną uwagę zwrócić należy na dokonaną istotną zmianę przepisów KC dotyczących odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej, a tym samym ponowną transpozycję dyrektywy 1999/44/WE (por. Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 8). Jak wskazano w uzasadnieniu projektu ustawy, celem wprowadzanych zmian jest przede wszystkim **ujednoczenie przepisów dotyczących odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej** (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 8–9). Zmiany dokonane przepisami PrKonsU w przepisach KC wprowadziły zatem, co do zasady, jednolitą regulację odpowiedzialności sprzedawcy za jakość rzeczy sprzedanej, opartą na odpowiedzialności z tytułu rękojmi, uwzględniając konstrukcję niezgodności towaru z umową, występującą uprzednio w przepisach SprzedKonsumU, uchylonej mocą art. 52 PrKonsU (por. szerzej kom. do art. 52). Przepisy PrKonsU uchylają również przepisy dotyczące gwarancji przy sprzedaży, przywracając stosowanie przepisów ujętych w KC do umów z udziałem konsumentów, wprowadzając obowiązki informacyjne dotyczące gwarancji wynikające z dyrektywy 2011/83/UE oraz doprecyzowując wzajemny stosunek roszczeń z rękojmi i z gwarancji (Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 9).
- 16** 9. **Rozdział 7.** Rozdział 7 PrKonsU, „Przepisy przejściowe i końcowe”, obejmuje art. 51–55. Zawiera regulacje intertemporalne, ustalając w art. 51 PrKonsU zasadę, w myśl której **do umów zawartych przed wejściem w życie komentowanej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe**. Oznacza to, że do umów, które będą wykonywane po wejściu w życie PrKonsU, ale zostały (lub zostaną) zawarte przed tą chwilą, przepisy komentowanej ustawy **nie znajdują zastosowania**. Rozdział ten zawiera również **przepisy uchylające** OchrKonsU, a także SprzedKonsumU, jako akty prawne, których materia objęta została zakresem regulacji zawartym w komentowanej ustawie. W rozdziale tym zawarty został również art. 55 PrKonsU, zgodnie z którym ustawa weszła w życie po upływie 6-miesięcznego *vacatio legis* (czyli z dniem 25.12.2014 r.).

10. **Załączniki.** Ustawodawca zdecydował się również dołączyć do PrKonsU dwa załączniki – **informacje dotyczące korzystania z prawa odstąpienia od umowy/wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy**, jako załącznik Nr 1, oraz **wzór formularza odstąpienia od umowy**, jako załącznik Nr 2, których treść odzwierciedla zasadniczo treść załącznika do dyrektywy 2011/83/UE (por. Uzasadnienie projektu PrKonsU, s. 11).

## Art. 2. [Objaśnienie terminów]

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 utworzenie przechowywanych informacji w niezmiennym 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.

## Spis treści

	Nb
<b>I. Regulacje dyrektywy 2011/83/UE</b> . . . . .	1
1. Definicja umowy zawartej na odległość w prawie unijnym . . . . .	1
<b>II. Cechy charakterystyczne umowy zawartej na odległość – definicja ustawowa</b> . . . . .	2–6
1. Przesłanki definicji . . . . .	2
2. Zorganizowany system zawierania umów . . . . .	3
3. Jednoczesna obecność stron . . . . .	4
4. Różne środki porozumiewania się na odległość . . . . .	5
5. Wszystkie czynności zawierania umowy . . . . .	6
<b>III. Treści cyfrowe. Umowa o dostarczenie treści cyfrowych</b> . . . . .	7
1. Umowy o dostarczanie treści cyfrowych . . . . .	7
<b>IV. Wyłączenia</b> . . . . .	8–9
1. Okazjonalne zawieranie umów . . . . .	8
2. Wyłączenia . . . . .	9
<b>V. Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa</b> . . . . .	10–11
1. Dyrektywa . . . . .	10
2. <i>Superfluum</i> . . . . .	11
<b>VI. Cechy umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa</b> . . . . .	12–18
1. Cel wyodrębnienia . . . . .	12
2. Definicja . . . . .	13
3. Przesłanki . . . . .	14
4. Interpretacja . . . . .	15
5. Lokal przedsiębiorstwa . . . . .	16
6. Jednoczesna obecność stron . . . . .	17
7. Wyłączenia . . . . .	18
<b>VII. Przepisy uprzednio obowiązujące</b> . . . . .	19
1. Poprzedni stan prawny. Lokal przedsiębiorstwa w Kodeksie cywilnym . . . . .	19
<b>VIII. Regulacje unijne</b> . . . . .	20–21
1. Nowa definicja . . . . .	20
2. Lokal przedsiębiorstwa w dyrektywie 2011/83/UE . . . . .	21
<b>IX. Pojęcie nieruchomości</b> . . . . .	22
1. Nieruchomość według Kodeksu cywilnego . . . . .	22
<b>X. Tytuł prawny do lokalu</b> . . . . .	23–28
1. Lokal przedsiębiorstwa . . . . .	23
2. Pojęcie lokalu . . . . .	24
3. Lokal a siedziba przedsiębiorcy . . . . .	25
4. Lokal jako rzecz ruchoma . . . . .	26
5. Lokal pełnomocnika . . . . .	27

6. Wyjaśnienie pojęć „stale” i „zwyczajowo” . . . . .	28
<b>XI. Geneza pojęcia „trwały nośnik” . . . . .</b>	<b>29</b>
1. Implementacja przepisów unijnych . . . . .	29
<b>XII. Kategorie trwałych nośników . . . . .</b>	<b>30–31</b>
1. Rodzaje . . . . .	30
2. Poczta elektroniczna . . . . .	31
<b>XIII. Ograniczenia techniczne . . . . .</b>	<b>32</b>
1. Wymogi informacyjne . . . . .	32
<b>XIV. Funkcje trwałego nośnika . . . . .</b>	<b>33</b>
1. Funkcje . . . . .	33
<b>XV. Postać przekazywanych informacji . . . . .</b>	<b>34</b>
1. Postać utrwalenia informacji . . . . .	34
<b>XVI. Porównanie definicji treści cyfrowej – regulacja unijna i polska . . . . .</b>	<b>35–37</b>
1. Implementacja przepisów unijnych . . . . .	35
2. Różnice w definicji treści cyfrowej . . . . .	36
3. Definicja . . . . .	37
<b>XVII. Treści cyfrowe jako przedmiot umowy . . . . .</b>	<b>38</b>
1. Geneza problematyki ochrony praw konsumenta . . . . .	38
<b>XVIII. Sposób udostępnienia . . . . .</b>	<b>39–40</b>
1. Umowy o dostarczanie treści cyfrowych – klasyfikacja . . . . .	39
2. Odrębności . . . . .	40
<b>XIX. Usługa cyfrowa . . . . .</b>	<b>41–42</b>
1. Definicja usługi cyfrowej . . . . .	41
2. Treści cyfrowe a usługi cyfrowe . . . . .	42
<b>XX. Towar z elementami cyfrowymi . . . . .</b>	<b>43–46</b>
1. Definicja . . . . .	43
2. Odpowiedzialność sprzedawcy . . . . .	44
3. Zgodność z umową . . . . .	45
4. Kompatybilność, interoperacyjność, funkcjonalność i dostępność aktualizacji . . . . .	46
<b>XXI. Środowisko cyfrowe . . . . .</b>	<b>47–48</b>
1. Definicja . . . . .	47
2. Odpowiedzialność przedsiębiorcy . . . . .	48
<b>XXII. Integracja . . . . .</b>	<b>49–50</b>
1. Definicja . . . . .	49
2. Zgodność z umową. Odpowiedzialność przedsiębiorcy . . . . .	50
<b>XXIII. Kompatybilność . . . . .</b>	<b>51–53</b>
1. Uwagi ogólne . . . . .	51
2. Zgodność z umową . . . . .	52
3. Wyłączenie stosowania . . . . .	53
<b>XXIV. Funkcjonalność . . . . .</b>	<b>54–56</b>
1. Uwagi ogólne . . . . .	54
2. Obowiązki przedsiębiorcy. Zgodność z umową . . . . .	55
3. Rozumienie pojęcia funkcjonalności . . . . .	56
<b>XXV. Interoperacyjność . . . . .</b>	<b>57–62</b>
1. Uwagi ogólne . . . . .	57
2. Pojęcie interoperacyjności . . . . .	58
3. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy przed zawarciem umowy, innej niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość . . . . .	59

4. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy przed zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa . . . . .	60
5. Zgodność z umową . . . . .	61
6. Pojęcie interoperacyjności . . . . .	62
<b>XXVI. Cena . . . . .</b>	<b>63–67</b>
1. Definicja . . . . .	63
2. Środki płatności . . . . .	64
3. Wątpliwości interpretacyjne . . . . .	65
4. Cena w rozumieniu InfCenTiUU . . . . .	66
5. Zmiany w przepisach z zakresu cen towarów i usług . . . . .	67
<b>XXVII. Aukcja publiczna . . . . .</b>	<b>68–74</b>
1. Aukcja publiczna – uwagi ogólne . . . . .	68
2. Systemy regulacji działalności gospodarczej w zakresie obrotu aukcyjnego . . . . .	69
3. Pojęcie konsumenta . . . . .	70
4. Aukcja publiczna w prawie polskim . . . . .	71
5. Aukcja publiczna w rozumieniu dyrektywy 2011/83/UE . . . . .	72
6. Rzeczywista obecność konsumenta w sali licytacyjnej . . . . .	73
7. Aukcja publiczna a pokrewne procedury eliminacyjne . . . . .	74
<b>XXVIII. Dane osobowe . . . . .</b>	<b>75–77</b>
1. Pojęcie „dane osobowe” . . . . .	75
2. PrKonsU a RODO . . . . .	76
3. Zakres zastosowania . . . . .	77
<b>XXIX. Internetowa platforma handlowa . . . . .</b>	<b>78</b>
1. Definicja „internetowej platformy handlowej” . . . . .	78
<b>XXX. Dostawca internetowej platformy handlowej . . . . .</b>	<b>79–81</b>
1. Wymóg informowania konsumentów o statusie dostawcy . . . . .	79
2. Umowy zawierane na odległość . . . . .	80
3. Orzecznictwo TSUE . . . . .	81

## I. Regulacje dyrektywy 2011/83/UE

**1. Definicja umowy zawartej na odległość w prawie unijnym.** Polska definicja **1** umowy zawartej na odległość odbiega od treści definicji dyrektywy 2011/83/UE. Według przepisów dyrektywy (art. 2 pkt 7) jest to umowa zawarta między przedsiębiorcą a 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 wyłącznie. Różnica dotyczy rodzaju systemu zorganizowanej działalności przedsiębiorcy. **Dyrektywa odnosi się wyłącznie do umowy obejmującej zorganizowaną sprzedaż lub świadczenie usług na odległość.** Natomiast definicja polskiej ustawy o prawach konsumenta zawiera w sobie wszystkie umowy zawierane w sposób zorganizowany na odległość, niezależnie od tego, czy jest to umowa sprzedaży, świadczenia usług czy też inna umowa. Takie ujęcie jest słuszne i niweluje wadliwość definicji dyrektywy.

## II. Cechy charakterystyczne umowy zawartej na odległość – definicja ustawowa

- 2 1. **Przesłanki definicji.** Definicja ustawy o prawach konsumenta, pomimo redakcyjnych zmian, odpowiada, choć nie w pełnym zakresie, dotychczasowej definicji z art. 6 ust. 1 OchrKonsU. Uznanie umowy za zawartą na odległość, zarówno w poprzedniej, jak i w aktualnej definicji, wymaga **spełnienia czterech przesłanek**, tj.:
- 1) udział kwalifikowanych stron umowy, co oznacza, że musi być ona zawarta w ramach obrotu pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą (tzw. obrót B2C);
  - 2) brak jednoczesnej fizycznej obecności stron;
  - 3) wykorzystanie jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość (por. *E. Łętowska*, *Ochrona*, s. 47; *M. Jagielska*, *Umowy*, s. 561);
  - 4) przedsiębiorca powinien zawierać umowy w sposób zorganizowany i na odległość.
- 3 2. **Zorganizowany system zawierania umów.** Zakres tej przesłanki jest różny od definicji zawartej w OchrKonsU, zgodnie z którą przedsiębiorca „w taki sposób miał zorganizować swoją działalność”. Na gruncie poprzedniej regulacji pojawiały się w związku z takim ujęciem wątpliwości, czy przedsiębiorca powinien prowadzić całą swoją działalność na odległość w sposób zorganizowany, czy też „tylko” w zakresie zawierania umów (por. *D. Szostek*, *Czynność prawna*, s. 273). Nowa regulacja rozwiązuje ten problem, jasno wskazując, iż wystarczającą jest **zorganizowana działalność odnośnie do zawierania umów**. Przedsiębiorca powinien stworzyć zorganizowany system zawierania umów, np. przez utworzenie odpowiedniej witryny, wyodrębnienie personelu zajmującego się takimi umowami. Poza taką formą zawierania umów, przedsiębiorca może zawierać inne umowy w sposób tradycyjny lub poza lokalem przedsiębiorstwa.
- 4 3. **Jednoczesna obecność stron.** W dotychczasowym ujęciu umowa zawarta na odległość musiała być zawarta „bez jednoczesnej obecności stron”. W nowej definicji zwrot ten otrzymał brzmienie „bez jednoczesnej fizycznej obecności stron”. Zmiana ta podyktowana jest coraz szerszym wykorzystywaniem środków porozumiewania się na odległość w sposób bezpośredni, aczkolwiek bez fizycznego kontaktu między stronami. W 2000 r., gdy uchwalana była OchrKonsU, ze względu na małą przepustowość łączy Internetu, a także wysoki jednostkowy koszt dostępu (opłata była naliczana za każdą minutę połączenia poprzez modem telefoniczny), wideokonferencje czy komunikatory umożliwiające połączenie głosowe lub głosowo-wizyjne (audio lub audio wideo) należały do rzadkości. Obecnie przyjąć należy, że „jednoczesna obecność”, czy też „bezpośredniość”, następuje także wówczas, gdy **strony mogą się w czasie rzeczywistym komunikować, także na odległość za pomocą środków technicznych, umożliwiających przesyłanie dźwięku lub obrazu i dźwięku** (wideokonferencje, audiokonferencje, np. Skype, Viber i inne), **bez fizycznej obecności w jednym miejscu** (przykładem jest koncepcja przesłuchiwanie na odległość świadków lub biegłych, poprzez system teleinformatyczny służący do sporządzania protokołu w postaci elektronicznej w sądach). Pod reżimem poprzednich przepisów istniały wątpliwości co do klasyfikacji umów zawieranych poprzez wideokonferencję lub inny zbliżony sposób komunikowania się jako umowy zawierane na odległość (problem interpretacji „jednoczesnej obecności stron”). Definicja zawarta

w PrKonsU usunęła te wątpliwości. Wszelkie umowy, zawierane bez jednoczesnej fizycznej obecności stron w jednym miejscu (w znaczeniu geograficznym), w tym samym czasie, ale za pomocą środków porozumiewania się na odległość, także poprzez wideokonferencję, gdy w czasie rzeczywistym strony się widzą i słyszą, jeżeli zostaną spełnione pozostałe przesłanki art. 2 pkt 1 PrKonsU, należy kwalifikować jako umowy zawierane na odległość w znaczeniu ustawy o prawach konsumenta.

**Nie jest umową zawartą na odległość** umowa zawierana za pomocą środków porozumiewania się (Internet, sms itd.), jeżeli strony w chwili zawierania umowy jednocześnie znajdują się fizycznie w tym samym miejscu (w znaczeniu geograficznym) i mają możliwość jej zawarcia „twarzą w twarz”. Samo wykorzystanie środków porozumiewania się na odległość nie jest wystarczającą przesłanką do uznania umowy za zawartą na odległość. Należy się jednak zastanowić, jak interpretować sytuację, gdy strony wprawdzie fizycznie przebywają w jednym miejscu i teoretycznie mogłyby zawrzeć umowę bezpośrednio, jednakże nie mają świadomości przebywania w tym samym miejscu, w tym samym czasie (środki porozumiewania się na odległość powodują, iż często nie wiemy, w jakim fizycznie miejscu znajduje się druga strona). Wydaje się możliwa do obrony teza, iż w takiej sytuacji mamy do czynienia z brakiem „jednoczesnej, fizycznej obecności stron”. Sam element fizycznego przebywania w jednym miejscu, ale bez świadomości tego faktu, skutkuje „nieobecnością” (por. D. Szostek, *Czynność prawna*, s. 273).

**4. Różne środki porozumiewania się na odległość.** Dla uznania danej umowy za zawartą na odległość **nie ma znaczenia fakt używania różnych środków porozumiewania się na odległość**. Przykładowo jedna strona może korzystać z telefonu, druga z poczty elektronicznej, czy też portalu internetowego. Możliwe jest także korzystanie w procesie zawierania umowy z różnych środków porozumiewania się na odległość. Nie ma też znaczenia sposób jej zawarcia, to jest czy zawarto ją poprzez negocjacje, ofertę, czy oferentem jest przedsiębiorca, czy też konsument itd. Należy jednak zauważyć, iż w przypadku, gdy umowa jest zawierana poprzez ofertę elektroniczną *on-line* (np. sklepy internetowe), gdy oferentem jest konsument, dla związania go ofertą konieczne jest potwierdzenie (np. na adres poczty elektronicznej) faktu złożenia przez konsumenta oferty (art. 66<sup>1</sup> KC). Należy jednakże pamiętać, iż na podstawie art. 20 PrKonsU (w przypadku kontaktu przedsiębiorcy z konsumentem przez telefon) oraz na podstawie art. 12 PrKonsU (we wszystkich przypadkach zawierania umowy na odległość) *animus contrahendi* musi być znany konsumentowi od pierwszego kontaktu (por. na gruncie poprzedniej regulacji E. Łętowska, *Ochrona*, s. 49).

**5. Wszystkie czynności zawierania umowy.** Z umową zawartą na odległość mamy także do czynienia w sytuacjach, gdy **konsument udaje się do lokalu przedsiębiorcy w celu uzyskania informacji o towarach, usługach lub treści cyfrowej, a następnie negocjuje lub składa bądź przyjmuje ofertę i zawiera umowę na odległość**. W motywie 20 preambuły dyrektywy 2011/83/UE podniesiono, iż nie jest umową zawartą na odległość umowa negocjowana w lokalu przedsiębiorstwa, ale ostatecznie zawarta na odległość. Jednakże nie znajduje to podstaw normatywnych ani w dyrektywie, ani w ustawie o prawach konsumenta. Jeżeli przedsiębiorca prowadzi w sposób zorganizowany zawieranie umów na odległość, udostępniając tym samym odpowiednie

środki porozumiewania się na odległość, a umowa jest zawarta z konsumentem, bez jednoczesnej fizycznej obecności obu stron, to należy ją zakwalifikować jako zawartą na odległość. Inaczej natomiast należy podchodzić do sytuacji, gdy umowa została zawarta w lokalu przedsiębiorstwa, a tylko jej potwierdzenie następuje za pomocą środków porozumiewania się na odległość i to niezależnie, która strona, który konsument czy przedsiębiorca dokonują tego potwierdzenia. Nie jest natomiast umową zawartą na odległość umowa zainicjowana za pomocą środków porozumiewania się, ale ostatecznie zawarta w lokalu przedsiębiorcy. Wskazuje na to ostatnie zdanie definicji, zgodnie z którym wykorzystanie środków porozumiewania się na odległość powinno następować do „chwili zawarcia umowy włącznie”. Oznacza to, że samo zawarcie umowy, a nie tylko etap przedumowny, musi być dokonane na odległość (por. w zakresie dyrektywy 97/7/WE E. Łętowska, Ustawa o ochronie niektórych praw konsumenta, s. 225, teza aktualna odnośnie do komentowanych zagadnień).

Pojęcie umowy zawieranej na odległość nie powinno także obejmować dokonanej przez konsumenta, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, rezerwacji czy umówienia terminu usługi profesjonalisty.

Pojęcie zorganizowanej sprzedaży lub świadczenia usług na odległość powinno obejmować systemy oferowane przez osobę trzecią inną niż przedsiębiorca, z których jednak przedsiębiorca korzysta, takie jak platforma internetowa.

### III. Treści cyfrowe. Umowa o dostarczanie treści cyfrowych

- 7 1. **Umowy o dostarczanie treści cyfrowych.** Nowością w przepisach o ochronie praw konsumenta, w stosunku do poprzedniej regulacji, jest wprowadzenie pojęcia „**treści cyfrowych**” (por. art. 2 pkt 5 PrKonsU) oraz wyodrębnienie **umowy o dostarczanie treści cyfrowych** (zwłaszcza gdy treść cyfrowa nie jest udostępniana na trwałym nośniku, taka umowa nie klasyfikuje się ani jako umowa sprzedaży, ani jako umowa o świadczenie usług). Przyjmując definicję umowy na odległość zawartą w dyrektywie 2011/83/UE, umowy odnoszące się do treści cyfrowych nie mogłyby być traktowane jako umowy zawierane na odległość, a co za tym idzie pozostawałyby poza zakresem regulacji, mimo iż nie taki cel przyświecał wspólnotowemu ustawodawcy. Polska definicja obejmuje swoim zakresem zarówno umowy sprzedaży (dotyczące towarów w znaczeniu ustawy o prawach konsumenta), świadczenia usług, jak i umowy dotyczące treści cyfrowych, niezależnie, pod jakim tytułem prawnym (jaki rodzaj umowy) są one udostępniane konsumentowi.

### IV. Wyłączenia

- 8 1. **Okazjonalne zawieranie umów.** Nie podlegają reżimowi przepisów dotyczących umów zawieranych na odległość **umowy zawierane wprawdzie faktycznie na odległość, jednakże okazjonalnie, przy braku zorganizowanego po stronie przedsiębiorcy takiego sposobu zawierania umów**. Przykładem może być sytuacja, gdy strona dzwoni na telefon podany przez przedsiębiorcę niezawierającego – co do zasady – umów na odległość, podającego numer telefoniczny tylko w celach informacyjnych, w wyniku czego dochodzi do zawarcia umowy. W preambule dyrektywy 2011/83/UE wskazuje się, iż nie powinno się uznawać za umowę zawartą na odległość umów zawieranych za pomocą środków porozumiewania się

w przypadkach, gdy na stronie internetowej umieszczono tylko informacje o przedsiębiorcy, jego towarach lub usługach i dane kontaktowe (motyw 20 preambuły). Z tezą tą można się zgodzić, wyłącznie z zastrzeżeniem, iż są to jedynie dane informacyjne i równocześnie przedsiębiorca nie zorganizował w ten sposób swojej działalności, w szczególności odnośnie do zawierania umów. Sam fakt umieszczenia informacji oraz danych umożliwiających kontakt *off-line* (za pomocą telefonu, poczty elektronicznej itd.) nie przesądza, iż nie jest to umowa zawarta na odległość. Zorganizowany system zawierania umów może opierać się na kontakcie *on-line* (interaktywne formularze, sklep internetowy, wideokonferencje), jak również *off-line* (zawieranie umów telefonicznie, poprzez pocztę elektroniczną). Dla uznania danego działania przedsiębiorcy za zorganizowany system zawierania umów na odległość nie jest wymagane zogniskowanie całej działalności w taki sposób. Przedsiębiorca może równocześnie prowadzić „normalną” działalność i zawierać umowy w lokalu przedsiębiorstwa. W tym jednakże zakresie przepisy o zawieraniu umów na odległość nie będą miały zastosowania (por. E. Łętowska, Ochrona, s. 48).

2. **Wyłączenia.** Przepisów ustawy **nie stosuje się** w odniesieniu do zawartych 9 na odległość, w znaczeniu komentowanego przepisu, umów (art. 3 PrKonsU):

- 1) dotyczących usług socjalnych, mieszkań socjalnych, opieki nad dziećmi, wsparcia dla rodzin i osób znajdujących się stale lub czasowo w potrzebie, w tym opieki długoterminowej;
- 2) dotyczących gier hazardowych;
- 3) zawieranych z przedsiębiorcą dokonującym częstych i regularnych objazdów, podczas których przedsiębiorca dostarcza środki spożywcze, napoje i inne artykuły, przeznaczone do bieżącego spożycia w gospodarstwach domowych, do miejsca zamieszkania, pobytu lub pracy konsumenta, z wyjątkiem art. 7a PrKonsU;
- 4) dotyczących przewozu osób, z wyjątkiem art. 7a, 10, 11 i 17 PrKonsU;
- 5) zawieranych za pomocą automatów sprzedających lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży;
- 6) zawieranych z dostawcą usług w rozumieniu art. 2 pkt 27 lit. a PrTelekom za pomocą aparatu publicznego w celu skorzystania z takiego aparatu lub zawieranych w celu wykonania jednorazowego połączenia telefonicznego, internetowego lub faksowego przez konsumenta;
- 7) o udział w imprezie turystycznej, o której mowa w ustawie z 24.11.2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (t.j. Dz.U. z 2023 r. poz. 2211), z wyjątkiem art. 10, 11, 12 ust. 1 pkt 1, 5, 16 i 17, art. 17 oraz 20 ust. 2;
- 8) o których mowa w art. 1 TimeshareU;
- 9) zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, jeżeli konsument jest zobowiązany do zapłaty kwoty nieprzekraczającej 50 zł, z wyjątkiem art. 7a;
- 10) o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, jeżeli konsument nie jest zobowiązany do świadczeń innych niż dostarczanie danych osobowych, a dane te są przetwarzane przez przedsiębiorcę wyłącznie w celu wykonania umowy lub obowiązku ustawowego.

Przepisów ustawy o prawach konsumenta nie stosuje się także do sprzedaży egzekucyjnej oraz sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym w związku



**Przejdź do księgarni →**

**ksiegarnia.beck.pl**