

MATERIAŁ PORÓWNAWCZY

do ustawy z dnia 27 października 2022 r.

o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw

(druk nr 855)

U S T A W A z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r. poz. 287 oraz z 2021 r. poz. 2105)

Art. 2.

Określenia użyte w ustawie oznaczają:

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

- a) miejsce prowadzenia działalności będące nieruchomością albo częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe,
- b) miejsce prowadzenia działalności będące rzeczą ruchomą, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe;
- 4) trwały nośnik - materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci;
- 5) treść cyfrowa - dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej;
- 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.>**

Art. 3.

1. Przepisów ustawy nie stosuje się do umów:

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- 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, z wyjątkiem art. 7a;
- 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;

[4) dotyczących przewozu osób, z wyjątkiem art. 7a, art. 10 i art. 17;]

<4) dotyczących przewozu osób, z wyjątkiem art. 7a, art. 10, art. 11 i art. 17;>

- 5) zawieranych za pomocą automatów sprzedających lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży;
- 6) zawieranych z dostawcą usług, o którym mowa w art. 2 pkt 27 lit. a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2019 r. poz. 2460) za pomocą aparatu publicznego w celu skorzystania z takiego aparatu lub zawieranych w celu wykonania jednorazowego połączenia telefonicznego, internetowego lub faksowego przez konsumenta;
- [7) dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej;]*
- 8) o udział w imprezie turystycznej, o której mowa w ustawie z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 548), z wyjątkiem art. 10, art. 11, art. 12 ust. 1 pkt 1, 5, 16 i 17, art. 17 oraz art. 20 ust. 2;
- 9) o których mowa w art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 września 2011 r. o timeshare (Dz. U. poz. 1370);
- 10) zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, jeżeli konsument jest zobowiązany do zapłaty kwoty nieprzekraczającej pięćdziesięciu złotych, z wyjątkiem art. 7a.

2. Przepisów ustawy nie stosuje się do sprzedaży dokonywanej w postępowaniu egzekucyjnym oraz postępowaniu upadłościowym w związku z likwidacją masy upadłości.

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

<Art. 3a.

1. Przepisów ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych, które są świadczone przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej.
2. Do umów dotyczących usług zdrowotnych, o których mowa w ust. 1, zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość stosuje się przepisy art. 12 ust. 1 pkt 1–12 i ust. 2, art. 13, art. 14, art. 15 ust. 1 i 3, art. 19, art. 21 ust. 2, art. 23, art. 27–37 oraz art. 38 pkt 1, 3–6 i 8.
3. W odniesieniu do umów dotyczących usług zdrowotnych, o których mowa w ust. 1, zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, których przedmiotem są produkty lecznicze, środki spożywcze specjalnego przeznaczenia żywieniowego i wyroby medyczne wydane z apteki, do których stosuje się przepis art. 96 ust. 7 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2021 r. poz. 1977, z późn. zm.), nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy.>

Art. 4. [

1. Przepisów ustawy nie stosuje się do umów dotyczących ustanawiania, nabywania i przenoszenia własności nieruchomości lub innych praw do nieruchomości oraz do umów dotyczących najmu pomieszczeń do celów mieszkalnych, z wyjątkiem przepisów rozdziału 2, które stosuje się, jeżeli odrębne przepisy nie stanowią inaczej.
- [2. Przepisów ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług finansowych, w szczególności takich jak: czynności bankowe, umowy kredytu konsumenckiego, czynności ubezpieczeniowe, umowy nabycia lub odkupienia jednostek uczestnictwa funduszu inwestycyjnego otwartego albo specjalistycznego funduszu inwestycyjnego otwartego i nabycia lub objęcia certyfikatów inwestycyjnych funduszu inwestycyjnego zamkniętego, usługi płatnicze - z wyjątkiem umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość, do których stosuje się przepisy rozdziałów 1 i 5.]*
- <2. Przepisów ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług finansowych, w szczególności: czynności bankowych, umowy kredytu konsumenckiego, czynności

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

ubezpieczeniowych, umowy nabycia lub odkupienia jednostek uczestnictwa funduszu inwestycyjnego otwartego albo specjalistycznego funduszu inwestycyjnego otwartego i nabycia lub objęcia certyfikatów inwestycyjnych funduszu inwestycyjnego zamkniętego, usług płatniczych, z wyjątkiem umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość, do których stosuje się przepisy rozdziałów 1 i 5, i umów dotyczących usług finansowych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, do których stosuje się przepis art. 7ab.>

Art. 4a.

1. Administrator będący przedsiębiorcą, o którym mowa w art. 7 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292 i 1495), wykonuje obowiązki, o których mowa w art. 13 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"], w zakresie umów, o których mowa w rozdziałach 2 i 3, przez wywieszenie w widocznym miejscu w lokalu przedsiębiorstwa lub udostępnienie na swojej stronie internetowej stosownych informacji.
2. Przepisu ust. 1 nie stosuje się, jeżeli osoba, której dane dotyczą, nie ma możliwości zapoznania się z informacjami, o których mowa w art. 13 rozporządzenia 2016/679.
3. Przepisu ust. 1 nie stosuje się do administratora danych, który:
 - 1) przetwarza dane, o których mowa w art. 9 ust. 1 rozporządzenia 2016/679, lub
 - 2) udostępnia dane, o których mowa w art. 9 ust. 1 rozporządzenia 2016/679, innym administratorom, z wyjątkiem przypadku gdy:
 - a) osoba, której dane dotyczą, wyraziła zgodę na udostępnienie swoich danych albo
 - b) udostępnienie danych jest niezbędne do wypełnienia obowiązku ciążącego na administratorze.

Art. 7aa.

Przepisy dotyczące konsumenta zawarte w rozdziałach 4, 5a i 5b stosuje się do osoby fizycznej zawierającej umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie ma ona dla tej osoby charakteru zawodowego,

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

<Art. 7ab.

- 1. Umowa dotycząca usług finansowych nie może być zawarta podczas pokazu lub wycieczki.**
- 2. Zakaz, o którym mowa w ust. 1, obejmuje także zawarcie umowy dotyczącej usług finansowych, związanej bezpośrednio z ofertą złożoną podczas pokazu lub wycieczki w celu realizacji umowy sprzedaży.**
- 3. Przepisów ust. 1 i 2 nie stosuje się do umów zawieranych podczas pokazów organizowanych w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta na jego wyraźne zaproszenie. Ciężar dowodu przedstawienia wyraźnego zaproszenia przez konsumenta spoczywa na przedsiębiorcy.**
- 4. Umowa dotycząca usług finansowych zawarta niezgodnie z przepisami ust. 1 i 2 jest nieważna.>**

Art. 8.

Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta, o ile informacje te nie wynikają już z okoliczności, w sposób jasny i zrozumiały o:

- 1) głównych cechach świadczenia, z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;
- 2) swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, i numerze, pod którym został zarejestrowany, adresie, pod którym prowadzi przedsiębiorstwo, i numerze telefonu przedsiębiorstwa;
- 3) łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości - sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za dostarczenie, usługi pocztowe oraz jakichkolwiek innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat - o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub

wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a także wszystkich kosztów, które konsument jest zobowiązany ponieść;

4) sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji;

[5) przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za jakość świadczenia;]

<5) przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową;>

6) treści usług posprzedażnych i gwarancji;

7) czasie trwania umowy lub - gdy umowa zawarta jest na czas nieoznaczony lub ma ulegać automatycznemu przedłużeniu - o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy;

[8) funkcjonalności treści cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środków ich ochrony;

9) mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem.]

<8) funkcjonalności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środków ich ochrony;

9) mających znaczenie kompatybilności i interoperacyjności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych.>

Art. 12.

1. Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o:

1) głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;

2) swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany;

[3) adresie przedsiębiorstwa, adresie poczty elektronicznej oraz numerach telefonu lub faksu jeżeli są dostępne, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą;]

<3) adresie przedsiębiorstwa, adresie poczty elektronicznej oraz numerze telefonu, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą;>

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

<3a) innym niż określony w pkt 3 środka komunikacji online, jeżeli taki środek przedsiębiorca dodatkowo udostępnia, który:

a) gwarantuje zachowanie pisemnej korespondencji pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, w tym daty i godziny takiej korespondencji,

b) spełnia wymogi trwałego nośnika,

c) umożliwia szybkie i efektywne kontaktowanie się konsumenta z przedsiębiorcą;>

4) adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, jeżeli jest inny niż adres, o którym mowa w pkt 3;

5) łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości - sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat - o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę - także łącznych miesięcznych płatności;

<5a) indywidualnym dostosowaniu ceny na podstawie zautomatyzowanego podejmowania decyzji, jeżeli przedsiębiorca takie stosuje;>

6) kosztach korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka porozumiewania się;

7) sposobie i terminie zapłaty;

8) sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji;

9) sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartym w załączniku nr 2 do ustawy;

10) kosztach zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument; w odniesieniu do umów zawieranych na odległość - kosztach zwrotu rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą;

11) obowiązku zapłaty przez konsumenta poniesionych przez przedsiębiorcę uzasadnionych kosztów zgodnie z art. 35, jeżeli konsument odstąpi od umowy po zgłoszeniu żądania zgodnie z art. 15 ust. 3 i art. 21 ust. 2;

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

12) braku prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 38 lub okolicznościach, w których konsument traci prawo odstąpienia od umowy;

[13) obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad;]

<13) przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową;>

14) istnieniu i treści gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposobie ich realizacji;

15) kodeksie dobrych praktyk, o którym mowa w art. 2 pkt 5 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz sposobie zapoznania się z nim;

16) czasie trwania umowy lub o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy - jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;

17) minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy;

18) wysokości i sposobie złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument jest zobowiązany spełnić na żądanie przedsiębiorcy;

[19) funkcjonalności treści cyfrowych oraz technicznych środkach ich ochrony;

20) mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć;]

<19) funkcjonalności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środkach ich ochrony;

20) mających znaczenie kompatybilności i interoperacyjności towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych lub usług cyfrowych;>

21) możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur.

2. Jeżeli umowa jest zawierana w imieniu innego przedsiębiorcy, należy podać dane, o których mowa w ust. 1 pkt 2-4, identyfikujące tego przedsiębiorcę.

3. W przypadku aukcji publicznej informacje, o których mowa w ust. 1 pkt 2-4, mogą być zastąpione informacjami dotyczącymi organizatora aukcji.

<Art. 12a.

Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość dostawca internetowej platformy handlowej ma obowiązek

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

poinformować konsumenta, w sposób jasny i zrozumiały oraz odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość, o:

- 1) ogólnych informacjach udostępnionych w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest bezpośrednio i łatwo dostępna ze strony, na której prezentowane są oferty, dotyczących głównych parametrów decydujących o plasowaniu w rozumieniu art. 2 pkt 11 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym ofert przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania, oraz względnym znaczeniu tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami;
- 2) tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą – na podstawie oświadczenia tej osoby złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej;
- 3) niestosowaniu przepisów dotyczących konsumentów do umowy zawieranej na internetowej platformie handlowej, jeżeli stroną tej umowy oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe nie jest przedsiębiorca;
- 4) podziale obowiązków związanych z umową, która jest zawierana przez konsumenta na internetowej platformie handlowej, pomiędzy osobę trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawcę internetowej platformy handlowej.>

Art. 15.

1. Przedsiębiorca jest zobowiązany wydać konsumentowi dokument umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub potwierdzenie jej zawarcia, utrwalone na papierze lub, za zgodą konsumenta, na innym trwałym nośniku.
2. W taki sam sposób przedsiębiorca potwierdza konsumentowi otrzymanie zgody na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy.
- [3. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia wyraźnego oświadczenia zawierającego takie żądanie na trwałym nośniku.]*

<3. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gdy nie jest ona dostarczana w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej, za które konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny, ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia oświadczenia:

- 1) zawierającego takie wyraźne żądanie na trwałym nośniku;**
- 2) że przyjął do wiadomości informację o utracie prawa do odstąpienia od umowy z chwilą jej pełnego wykonania przez przedsiębiorcę.>**

Art. 16.

1. W przypadku zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, gdy ustalone w umowie wynagrodzenie nie przekracza sześciuset złotych, konsument zażądał wykonania usługi przez przedsiębiorcę w celu naprawy lub konserwacji, a przedsiębiorca i konsument natychmiast wykonują swoje zobowiązania, przedsiębiorca jest zobowiązany:

[1) udzielić konsumentowi informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 2 i 3, oraz informacji dotyczących wynagrodzenia i sposobu, w jaki ma być obliczane;]

- <1) udzielić konsumentowi informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 2–3a, oraz informacji dotyczących wynagrodzenia i sposobu, w jaki ma być obliczane;>**
- 2) przedstawić łączny kosztorys utrwalony na papierze lub, za zgodą konsumenta, na innym trwałym nośniku;
- 3) udzielić informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 1, 9 i 12, z tym że jeżeli konsument wyrazi na to zgodę, nie muszą być one utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku.

2. Dokument umowy lub potwierdzenie jej zawarcia, które przedsiębiorca zobowiązany jest wydać konsumentowi zgodnie z art. 15 ust. 1, obejmuje informacje wskazane w art. 12.

Art. 17.

1. Jeżeli umowa zawierana na odległość, przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć konsumentowi w sposób jasny i widoczny, bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia, informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 1, 5, 16 i 17.

2. Przedsiębiorca zapewnia, aby konsument w momencie składania zamówienia wyraźnie potwierdził, że wie, że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty.
3. Jeżeli do złożenia zamówienia używa się przycisku lub podobnej funkcji, muszą być one oznaczone w łatwo czytelny sposób słowami "zamówienie z obowiązkiem zapłaty" lub innego równoważnego jednoznacznego sformułowania.
4. Jeżeli przedsiębiorca nie spełnia wymagań określonych w ust. 2 lub 3, umowa nie zostaje zawarta.

<Art. 17a.

Przedsiębiorca nie może przyjąć płatności przed upływem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2, w przypadku zawarcia umowy podczas wycieczki albo nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta, albo pokazu, chyba że pokaz został zorganizowany w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta na jego wyraźne zaproszenie.>

[Art. 19.

Jeżeli właściwości techniczne użytego środka porozumiewania się na odległość ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony - sposobu i przesłanek jej wypowiedzenia. Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, zgodnie z art. 14 ust. 2.]

<Art. 19.

Jeżeli właściwości techniczne użytego środka porozumiewania się na odległość ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a w przypadku zawarcia umowy na czas nieoznaczony – sposobu i przesłanek jej wypowiedzenia, z wyjątkiem wzoru formularza

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

odstąpienia od umowy zawartego w załączniku nr 2 do ustawy. Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, w tym wzór formularza odstąpienia od umowy zawartego w załączniku nr 2 do ustawy, zgodnie z art. 14 ust. 2.>

Art. 21.

1. Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje:

- 1) informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy;
- 2) informację o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy.

[2. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia wyraźnego oświadczenia zawierającego takie żądanie.]

<2. Jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi albo dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej, za które konsument był zobowiązany do zapłaty ceny, ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia oświadczenia:

- 1) zawierającego takie wyraźne żądanie;
- 2) że przyjął do wiadomości informację o utracie prawa do odstąpienia od umowy z chwilą jej pełnego wykonania przez przedsiębiorcę.>

Art. 27.

<1.> Konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35.

<2. Jeżeli konsument zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa podczas nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki, termin do odstąpienia od umowy wynosi 30 dni.>

[Art. 29.

- 1. Jeżeli konsument nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy, prawo to wygasa po upływie 12 miesięcy od dnia upływu terminu, o którym mowa w art. 27.*
- 2. Jeżeli konsument został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy przed upływem terminu, o którym mowa w ust. 1, termin do odstąpienia od umowy upływa po 14 dniach od udzielenia konsumentowi informacji o tym prawie.]*

<Art. 29.

- 1. Jeżeli konsument nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy, prawo to wygasa po upływie 12 miesięcy od dnia upływu terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2.**
- 2. Jeżeli konsument został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy przed wygaśnięciem tego prawa zgodnie z ust. 1, termin do odstąpienia od umowy upływa po 14 dniach, a w przypadku, o którym mowa w art. 27 ust. 2 – po 30 dniach, od udzielenia konsumentowi informacji o tym prawie.>**

Art. 32.

1. Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy.
2. Przedsiębiorca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że konsument wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.
3. Jeżeli przedsiębiorca nie zaproponował, że sam odbierze rzecz od konsumenta, może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

<Art. 32a.

- 1. W przypadku odstąpienia od umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej przedsiębiorca od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy nie może wykorzystywać treści innych niż dane osobowe dostarczone lub wytworzone przez konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę, z wyjątkiem treści, które:
 - 1) są użyteczne wyłącznie w związku z treścią cyfrową lub usługą cyfrową, które stanowiły przedmiot umowy;**
 - 2) dotyczą wyłącznie aktywności konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę;**
 - 3) zostały połączone przez przedsiębiorcę z innymi danymi i nie mogą zostać z nich wydzielone lub mogą zostać wydzielone jedynie przy nakładzie niewspółmiernych wysiłków;**
 - 4) zostały wytworzone przez konsumenta wspólnie z innymi konsumentami, którzy nadal mogą z nich korzystać.****
- 2. Z wyjątkiem przypadków, o których mowa w ust. 1 pkt 1–3, przedsiębiorca na żądanie konsumenta udostępnia mu treści inne niż dane osobowe, które zostały dostarczone lub wytworzone przez konsumenta w trakcie korzystania z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej dostarczonych przez przedsiębiorcę.**
- 3. Konsument ma prawo odzyskać treści cyfrowe od przedsiębiorcy nieodpłatnie, bez przeszkód ze strony przedsiębiorcy, w rozsądnym terminie i powszechnie używanym formacie przeznaczonym do odczytu maszynowego.**
- 4. W przypadku odstąpienia od umowy przedsiębiorca może uniemożliwić konsumentowi dalsze korzystanie z treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, w szczególności przez uniemożliwienie konsumentowi dostępu do treści cyfrowych lub usługi cyfrowej lub zablokowanie konta użytkownika. Przepis ten nie ma wpływu na uprawnienia konsumenta, o których mowa w ust. 2.>**

Art. 34.

- 1. Konsument ma obowiązek zwrócić rzecz przedsiębiorcy lub przekazać ją osobie upoważnionej przez przedsiębiorcę do odbioru niezwłocznie, jednak nie później niż 14**

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

dni od dnia, w którym odstąpił od umowy, chyba że przedsiębiorca zaproponował, że sam odbierze rzecz. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie rzeczy przed jego upływem.

<1a. W przypadku odstąpienia od umowy o dostarczanie treści cyfrowej lub usługi cyfrowej, konsument powstrzymuje się od korzystania z tej treści cyfrowej lub usługi cyfrowej i udostępniania ich osobom trzecim.>

2. Konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów.
3. Jeżeli umowę zawarto poza lokalem przedsiębiorstwa a rzecz dostarczono konsumentowi do miejsca, w którym zamieszkiwał w chwili zawarcia umowy, przedsiębiorca jest zobowiązany do odebrania rzeczy na swój koszt, gdy ze względu na charakter rzeczy nie można jej odesłać w zwykły sposób pocztą.
4. Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy, chyba że przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy zgodnie z wymaganiami art. 12 ust. 1 pkt 9.

Art. 36.

Konsument nie ponosi kosztów:

- 1) świadczenia usług, dostarczania wody, gazu lub energii elektrycznej w przypadku, gdy nie są one oferowane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej, w całości lub w części, za czas do odstąpienia od umowy, jeżeli:
 - a) przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy i skutkach jego wykonania zgodnie z art. 12 ust. 1 pkt 9 lub
 - b) konsument nie żądał spełnienia świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zgodnie z art. 15 ust. 3 i art. 21 ust. 2;
- 2) dostarczania treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli:

[a) konsument nie wyraził zgody na spełnienie świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy lub]

<a) konsument nie wyraził zgody na spełnienie świadczenia przed upływem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2, lub>

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- b) konsument nie został poinformowany o utracie przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy w chwili udzielania takiej zgody, lub
- c) przedsiębiorca nie dostarczył potwierdzenia zgodnie z art. 15 ust. 1 i art. 21 ust. 1.

Art. 38.

<1.> Prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów:

[1) o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy;]

<1) o świadczenie usług, za które konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną i uprzednią zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy, i przyjął to do wiadomości;>

- 2) w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;
- 3) w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;
- 4) w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;
- 5) w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- 6) w której przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami;
- 7) w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- 8) w której konsument wyraźnie żądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji; jeżeli przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza rzeczy inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy;
 - 9) w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
 - 10) o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;
 - 11) zawartej w drodze aukcji publicznej;
 - 12) o świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi;
- [13) o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.]*
- <13) o dostarczanie treści cyfrowych niedostarczanych na nośniku materialnym, za które konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny, jeżeli przedsiębiorca rozpoczął świadczenie za wyraźną i uprzednią zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy, i przyjął to do wiadomości, a przedsiębiorca przekazał konsumentowi potwierdzenie, o którym mowa w art. 15 ust. 1 i 2 albo art. 21 ust. 1;>**
- <14) o świadczenie usług, za które konsument jest zobowiązany do zapłaty ceny w przypadku których konsument wyraźnie zażądał od przedsiębiorcy, aby przyjechał do niego w celu dokonania naprawy, a usługa została już w pełni wykonana za wyraźną i uprzednią zgodą konsumenta.>**

<2. Przepisów ust. 1 pkt 1–3 i 5 nie stosuje się do umów zawieranych podczas nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki.>

ZAŁĄCZNIK Nr 1

INFORMACJE DOTYCZĄCE KORZYSTANIA Z PRAWA ODSTĄPIENIA OD UMOWY WZÓR POUCZENIA O ODSTĄPIENIU OD UMOWY

Prawo odstąpienia od umowy

[Mają Państwo prawo odstąpić od niniejszej umowy w terminie 14 dni bez podania jakiegokolwiek przyczyny.

Termin do odstąpienia od umowy wygasa po upływie 14 dni od dnia [1]

Aby skorzystać z prawa odstąpienia od umowy, muszą Państwo poinformować nas [2] o swojej decyzji o odstąpieniu od niniejszej umowy w drodze jednoznacznego oświadczenia (na przykład pismo wysłane pocztą, faksem lub pocztą elektroniczną).

Mogą Państwo skorzystać z wzoru formularza odstąpienia od umowy, jednak nie jest to obowiązkowe. [3]

Aby zachować termin do odstąpienia od umowy, wystarczy, aby wysłali Państwo informację dotyczącą wykonania przysługującego Państwu prawa odstąpienia od umowy przed upływem terminu do odstąpienia od umowy.

Skutki odstąpienia od umowy

W przypadku odstąpienia od niniejszej umowy zwracamy Państwu wszystkie otrzymane od Państwa płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy (z wyjątkiem dodatkowych kosztów wynikających z wybranego przez Państwa sposobu dostarczenia innego niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez nas), niezwłocznie, a w każdym przypadku nie później niż 14 dni od dnia, w którym zostaliśmy poinformowani o Państwa decyzji o wykonaniu prawa odstąpienia od niniejszej umowy. Zwrotu płatności dokonamy przy użyciu takich samych sposobów płatności, jakie zostały przez Państwa użyte w pierwotnej transakcji, chyba że wyraźnie zgodziliście się Państwo na inne rozwiązanie; w każdym przypadku nie poniosą Państwo żadnych opłat w związku z tym zwrotem. [4]

[5]

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

[6]]

<Mają Państwo prawo odstąpić od niniejszej umowy w terminie 14 dni bez podania jakiegokolwiek przyczyny, a w przypadku umowy zawartej podczas nieumówionej wizyty w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki – w terminie 30 dni.

Termin do odstąpienia od umowy wygasa po upływie 14 dni od dnia [1], a w przypadku umowy zawartej podczas nieumówionej wizyty w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki – po upływie 30 dni od dnia [1].

Aby skorzystać z prawa odstąpienia od umowy muszą Państwo poinformować nas [2] o swojej decyzji o odstąpieniu od niniejszej umowy w drodze jednoznacznego oświadczenia (na przykład pismo wysłane pocztą lub pocztą elektroniczną).

Mogą Państwo skorzystać z wzoru formularza odstąpienia od umowy, jednak nie jest to obowiązkowe. [3]

Aby zachować termin do odstąpienia od umowy wystarczy, aby wysłali Państwo informację dotyczącą wykonania przysługującego Państwu prawa odstąpienia od umowy przed upływem terminu do odstąpienia od umowy.

Skutki odstąpienia od umowy

W przypadku odstąpienia od niniejszej umowy zwracamy Państwu wszystkie otrzymane od Państwa płatności, w tym koszty dostarczenia towaru (z wyjątkiem dodatkowych kosztów wynikających z wybranego przez Państwa sposobu dostarczenia innego niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez nas), niezwłocznie, a w każdym przypadku nie później niż 14 dni od dnia, w którym zostaliśmy poinformowani o Państwa decyzji o wykonaniu prawa odstąpienia od niniejszej umowy. Zwrotu płatności dokonamy przy użyciu takich samych sposobów płatności, jakie zostały przez Państwa użyte w pierwotnej transakcji, chyba że wyraźnie zgodziliście się Państwo na inne rozwiązanie; w każdym przypadku nie poniosą Państwo żadnych opłat w związku z tym zwrotem. [4]

[5]

[6]>

Instrukcja wypełniania:

[1] Proszę wpisać jeden z następujących fragmentów tekstu w cudzysłowie:

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

w przypadku umów o świadczenie usług lub umów, których przedmiotem jest dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej, w przypadku gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, dostarczanie energii cieplnej lub dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym: "zawarcia umowy.";

w przypadku umowy zobowiązującej do przeniesienia własności rzeczy (np. umowy sprzedaży, umowy dostawy lub

umowy o dzieło będące rzeczą ruchomą): "w którym weszli Państwo w posiadanie rzeczy lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie rzeczy.";

w przypadku umowy zobowiązującej do przeniesienia własności wielu rzeczy, które dostarczane są osobno: "w którym weszli Państwo w posiadanie ostatniej z rzeczy lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie ostatniej z rzeczy.";

w przypadku umowy zobowiązującej do przeniesienia własności rzeczy dostarczanych partiami lub w częściach: "w którym weszli Państwo w posiadanie ostatniej partii lub części lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie ostatniej partii lub części.";

w przypadku umów o regularne dostarczanie rzeczy przez czas oznaczony: "w którym weszli Państwo w posiadanie pierwszej z rzeczy lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie pierwszej z rzeczy.".

[[2] Proszę wpisać Państwa nazwisko, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, Państwa numer telefonu, numer faksu i adres e-mail.]

<[2] Proszę wpisać Państwa nazwisko, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, numer telefonu i adres e-mail.>

[3] Jeżeli umożliwiają Państwo konsumentowi wypełnienie i przesłanie informacji o odstąpieniu od umowy drogą elektroniczną na Państwa stronie internetowej, proszę wpisać, co następuje: "Mogą Państwo również wypełnić i przesłać formularz odstąpienia od umowy lub jakiegokolwiek inne jednoznaczne oświadczenie drogą elektroniczną na naszej stronie

internetowej [proszę wstawić adres strony internetowej]. Jeżeli skorzystają Państwo z tej możliwości, prześlemy Państwu niezwłocznie potwierdzenie otrzymania informacji o odstąpieniu od umowy na trwałym nośniku (na przykład pocztą elektroniczną)."

[4] W przypadku umów zobowiązujących do przeniesienia własności rzeczy, w których nie zaproponowali Państwo, że odbiorą rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, proszę wpisać, co następuje: "Możemy wstrzymać się ze zwrotem płatności do czasu otrzymania rzeczy lub do czasu dostarczenia nam dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej."

[5] Jeżeli konsument otrzymał rzeczy w związku z umową:

a) proszę wpisać:

– "Odbierzemy rzecz"; lub

– "Proszę odesłać lub przekazać nam rzecz lub ... [proszę tutaj wpisać nazwę i pełny adres pocztowy, w przypadku gdy ma to zastosowanie, osoby upoważnionej przez Państwa do odbioru rzeczy], niezwłocznie, a w każdym razie nie później niż 14 dni od dnia, w którym poinformowali nas Państwo o odstąpieniu od niniejszej umowy. Termin jest zachowany, jeżeli odeślą Państwo rzecz przed upływem terminu 14 dni.";

b) proszę wpisać:

– "Ponosimy koszty zwrotu rzeczy.";

– "Będą Państwo musieli ponieść bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy.";

– Jeżeli w przypadku umowy zawieranej na odległość nie oferują Państwo ponoszenia kosztów zwrotu rzeczy, a rzecz ze względu na swój charakter nie może zostać w zwykły sposób odesłana pocztą: "Będą Państwo musieli ponieść bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy: ... PLN [proszę wpisać kwotę]"; lub jeżeli nie można, rozsądnie oceniając, wcześniej obliczyć kosztów zwrotu rzeczy: "Będą Państwo musieli ponieść bezpośrednie koszty zwrotu towarów. Wysokość tych kosztów szacowana jest maksymalnie na kwotę około ... PLN [proszę wpisać kwotę].";

lub

– Jeżeli, w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, rzecz ze względu na swój charakter nie może zostać w zwykły sposób odesłana pocztą, a dostarczono ją do miejsca zamieszkania konsumenta w chwili zawarcia umowy: "Odbioru rzeczy dokonamy na nasz koszt"; oraz

c) proszę wpisać: "Odpowiadają Państwo tylko za zmniejszenie wartości rzeczy wynikające z korzystania z niej w sposób inny niż było to konieczne do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy."

[6] W przypadku umów dotyczących świadczenia usług lub dostarczania wody, gazu lub energii elektrycznej, w przypadku gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub dostarczania energii cieplnej, proszę wpisać, co następuje: "Jeżeli zażądali Państwo rozpoczęcia świadczenia usług lub dostarczania wody/gazu/energii elektrycznej/ energii cieplnej [niepotrzebne skreślić] przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, zapłacą nam Państwo kwotę proporcjonalną do zakresu świadczeń spełnionych do chwili, w której poinformowali nas Państwo o odstąpieniu od niniejszej umowy."

ZAŁĄCZNIK Nr 2

WZÓR FORMULARZA ODSTĄPIENIA OD UMOWY

(formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy)

[– Adresat [w tym miejscu przedsiębiorca powinien wpisać nazwę przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, numer faksu i adres e-mail]]

<– Adresat [w tym miejscu przedsiębiorca powinien wpisać nazwę przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz adres e-mail]>

– Ja/My^(*) niniejszym informuję/informujemy^(*) o moim/naszym odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy^(*)

umowy dostawy następujących rzeczy^(*) umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy^(*)/o świadczenie następującej usługi^(*)

– Data zawarcia umowy^(*)/odbioru^(*)

– Imię i nazwisko konsumenta(-ów)

– Adres konsumenta(-ów)

– Podpis konsumenta(-ów) (tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej)

– Data

^(*) Niepotrzebne skreślić.

¹ Niniejsza ustawa dokonuje w zakresie swojej regulacji wdrożenia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

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 304 z 22.11.2011, str. 64), dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. UE L 171 z 07.07.1999, z późn. zm.) oraz dyrektywy 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 września 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 271 z 09.10.2002, str. 16, z późn. zm.), ostatnio zmienionej dyrektywą 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 listopada 2007 r. (Dz. Urz. UE L 319 z 05.12.2007, str. 1).

Art. 38a dodany przez art. 55 ustawy z dnia 31 lipca 2019 r. (Dz.U.2019.1495) zmieniającej nin. ustawę z dniem 1 stycznia 2021 r.

U S T A W A z dnia 20 maja 1971 r. – Kodeks wykroczeń (Dz. U. z 2021 r. poz. 2008, 2052, 2269 i 2328 oraz z 2022 r. poz. 1726 i 1768)

Art. 139b.

Kto w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa zawierając umowę z konsumentem nie spełnia wymagań dotyczących udzielenia informacji lub wydania dokumentu, przewidzianych w przepisach ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r. poz. 287), podlega karze grzywny.

<Art. 139c.

§ 1. Kto w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa przyjmuje od konsumenta płatność przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadkach określonych w art. 17a ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, podlega karze grzywny.

§ 2. Jeżeli przedsiębiorcą jest podmiot niebędący osobą fizyczną, odpowiedzialność przewidzianą w § 1 ponosi osoba kierująca przedsiębiorstwem lub osoba upoważniona do zawierania umów z konsumentami.>

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

U S T A W A z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2022 r. poz. 1648 i 1933)

Art. 172.

1. Zakazane jest używanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego **<lub przesyłania niezamówionej informacji handlowej w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną>**, chyba że abonent lub użytkownik końcowy uprzednio wyraził na to zgodę.
2. Przepis ust. 1 nie narusza zakazów i ograniczeń dotyczących przesyłania niezamówionej informacji handlowej wynikających z odrębnych ustaw.
3. Używanie środków, o których mowa w ust. 1, dla celów marketingu bezpośredniego nie może odbywać się na koszt konsumenta.
- <4. Działanie, o którym mowa w ust. 1, stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1233).>**

U S T A W A z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275)

Art. 106.

1. Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie:
 - 1) dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 6, w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 7 i art. 8, lub naruszenia zakazu określonego w art. 9;
 - 2) dopuścił się naruszenia art. 101 lub art. 102 TFUE;
 - 3) dokonał koncentracji bez uzyskania zgody Prezesa Urzędu;
 - 3a) dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 23a;
 - 4) dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24.

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

2. Prezes Urzędu może również nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości stanowiącej równowartość do 50 000 000 euro, jeżeli przedsiębiorca ten choćby nieумыślnie:
 - 1) we wniosku, o którym mowa w art. 23, lub w zgłoszeniu, o którym mowa w art. 94 ust. 2, podał nieprawdziwe dane;
 - 2) nie udzielił informacji żądanych przez Prezesa Urzędu na podstawie art. 10 ust. 9, art. 12 ust. 3, art. 19 ust. 3, art. 23c ust. 3, art. 28 ust. 3 lub art. 50 bądź udzielił nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji;
 - 3) uniemożliwia lub utrudnia rozpoczęcie lub przeprowadzenie kontroli na podstawie art. 105a lub art. 105i, w tym nie wykonuje obowiązków określonych w art. 105d ust. 1 lub w art. 105e ust. 1;
 - 4) uniemożliwia lub utrudnia rozpoczęcie lub przeprowadzenie przeszukania na podstawie art. 91 lub art. 105n, w tym nie wykonuje obowiązków określonych w art. 105d ust. 1 lub w art. 105e ust. 1.
 3. Obrót, o którym mowa w ust. 1, oblicza się jako sumę:
 - 1) przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości;
 - 2) przychodów wykazanych w rocznym sprawozdaniu finansowym równoważnym do rachunku zysków i strat sporządzanym na podstawie przepisów o rachunkowości lub w innym dokumencie podsumowującym przychody w roku obrotowym, w tym w sprawozdaniu z wykonania budżetu - w przypadku przedsiębiorcy, który nie sporządza rachunku zysków i strat na podstawie przepisów o rachunkowości;
 - 3) udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych - w przypadku braku dokumentów, o których mowa w pkt 1 i 2;
 - 4) dochodów własnych pomniejszonych o wpływy z podatków - w przypadku gmin, powiatów i województw.
 4. W przypadku gdy przedsiębiorca powstał w wyniku połączenia lub przekształcenia innych przedsiębiorców, obliczając wysokość jego obrotu, o którym mowa w ust. 1, Prezes
-

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

Urzędu uwzględni obrót osiągnięty przez tych przedsiębiorców w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

5. W przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględni średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary.
 6. W przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10 000 euro.
 7. W przypadku gdy przedsiębiorca nie dysponuje przed wydaniem decyzji danymi finansowymi niezbędnymi do ustalenia obrotu za rok obrotowy poprzedzający rok nałożenia kary, Prezes Urzędu, nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1, uwzględni:
 - 1) obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym ten rok;
 - 2) w przypadku, o którym mowa w ust. 5 - średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających ten rok. Przepis ust. 6 stosuje się odpowiednio.
- <8. W przypadku gdy przed wydaniem decyzji w sprawie nałożenia kary za naruszenie zakazu określonego w art. 23a lub art. 24 nie można ustalić wysokości obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary ze względu na brak dostępności danych finansowych, Prezes Urzędu po uwzględnieniu przepisów ust. 5–7 może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości stanowiącej równowartość do 2 000 000 euro.>**

Art. 111.

1. Prezes Urzędu, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, uwzględni w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także, w przypadku kary pieniężnej, o której mowa w:
 - 1) art. 106 ust. 1 i w art. 108 ust. 1 pkt 2 - okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia oraz - w przypadkach, o których mowa w art. 106 ust. 1 pkt 1-3 i w art. 108 ust. 1 pkt 2 - specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia;

- 2) art. 106a i art. 106b - stopień wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał przedsiębiorca, przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy, z uwzględnieniem okresu trwania naruszenia, oraz okres i skutki rynkowe naruszenia lub skutki naruszenia dla konsumentów;
- 3) art. 106 ust. 2 oraz w art. 108 ust. 2 i 3 - wpływ naruszenia na przebieg i termin zakończenia postępowania;
- 4) art. 107 oraz w art. 108 ust. 1 pkt 1 - skutki rynkowe niewykonania decyzji, postanowień lub wyroków, o których mowa w art. 107.

[2. Ustalając wysokość kar pieniężnych zgodnie z ust. 1 Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie.]

<2. Ustalając wysokość kar pieniężnych zgodnie z ust. 1, Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie, oraz sankcje, o których mowa w ust. 5.>

3. Okolicznościami łagodzącymi, o których mowa w ust. 2, są w szczególności:

1) w przypadku naruszenia zakazu praktyk ograniczających konkurencję:

- a) dobrowolne usunięcie skutków naruszenia,
- b) zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,
- c) podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków,
- d) współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania,
- e) bierna rola przedsiębiorcy w naruszeniu zakazu porozumień ograniczających konkurencję, w tym unikanie przez niego wprowadzenia w życie postanowień porozumienia ograniczającego konkurencję,
- f) działanie pod przymusem - w przypadku naruszenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję;

- 2) w przypadku naruszenia zakazu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub stosowania niedozwolonych postanowień wzorców umów - okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. a-d;
 - 2a) w przypadku dopuszczenia przez osobę zarządzającą do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów, o których mowa w art. 23a lub art. 24:
 - a) działanie pod przymusem,
 - b) przyczynienie się do dobrowolnego usunięcia przez przedsiębiorcę skutków naruszenia,
 - c) przyczynienie się do zaniechania przez przedsiębiorcę z własnej inicjatywy stosowania niedozwolonej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,
 - d) okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. c i d;
 - 3) w przypadku dopuszczenia przez osobę zarządzającą do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 ustawy lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e TFUE:
 - a) działanie pod przymusem,
 - b) przyczynienie się do dobrowolnego usunięcia przez przedsiębiorcę skutków naruszenia,
 - c) przyczynienie się do zaniechania przez przedsiębiorcę z własnej inicjatywy stosowania niedozwolonej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,
 - d) okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. c i d;
 - 4) w przypadku niezgłoszenia zamiaru koncentracji, o którym mowa w art. 13 - poinformowanie Prezesa Urzędu o dokonaniu koncentracji oraz okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. d.
4. Okolicznościami obciążającymi, o których mowa w ust. 2, są:
- 1) w przypadku naruszenia zakazu praktyk ograniczających konkurencję:
 - a) rola lidera lub inicjatora porozumienia ograniczającego konkurencję lub nakłanianie innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu - w przypadku naruszenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję,
 - b) przymuszanie, wywieranie presji lub stosowanie środków odwetowych w stosunku do innych przedsiębiorców lub osób w celu wprowadzenia w życie lub kontynuowania naruszenia,
 - c) dokonanie uprzednio podobnego naruszenia,
-

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- d) umyślność naruszenia;
- 2) w przypadku naruszenia zakazu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub stosowania niedozwolonych postanowień wzorców umów:
 - a) znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków,
 - b) znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem,
 - c) okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. c i d;
- 2a) w przypadku dopuszczenia przez osobę zarządzającą do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów, o których mowa w art. 23a lub art. 24:
 - a) znaczne korzyści uzyskane przez osobę zarządzającą w związku z dokonaniem naruszeniem,
 - b) dokonanie uprzednio podobnego naruszenia;
- 3) w przypadku dopuszczenia przez osobę zarządzającą do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1-6 ustawy lub w art. 101 ust. 1 lit. a-e TFUE:
 - a) rola organizatora, inicjatora porozumienia ograniczającego konkurencję lub nakłanianie innych przedsiębiorców lub osób do uczestnictwa w porozumieniu,
 - b) znaczne korzyści uzyskane przez osobę zarządzającą w związku z dokonaniem naruszeniem,
 - c) okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. b i c;
- 4) w przypadku niezgłoszenia zamiaru koncentracji, o którym mowa w art. 13 - okoliczności, o których mowa w pkt 1 lit. c i d.

<5. Ustalając wysokość kar pieniężnych w przypadku naruszenia zakazu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub stosowania niedozwolonych postanowień wzorców umów, Prezes Urzędu bierze pod uwagę sankcje nałożone na przedsiębiorcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem nr 2017/2394.>

U S T A W A z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070)

Art. 2.

Ilekróć w ustawie jest mowa o:

- 1) przedsiębiorcy - rozumie się przez to osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, które prowadzą działalność gospodarczą lub zawodową, nawet jeżeli działalność ta nie ma charakteru zorganizowanego i ciągłego, a także osoby działające w ich imieniu lub na ich rzecz;
- 2) konsumentie - rozumie się przez to konsumenta w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (Dz. U. z 2017 r. poz. 459, 933 i 1132);
- [3) produkcie - rozumie się przez to każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych;]*
- <3) produkcie – rozumie się przez to każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, usługi cyfrowe, treści cyfrowe, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych;>**
- 4) praktykach rynkowych - rozumie się przez to działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta;
- 5) kodeksie dobrych praktyk - rozumie się przez to zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych, przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania w odniesieniu do jednej lub większej liczby praktyk rynkowych;
- 6) propozycji nabycia produktu - rozumie się przez to informację handlową określającą cechy produktu oraz jego cenę, w sposób właściwy dla użytego środka komunikowania się z konsumentami, która bezpośrednio wpływa bądź może wpływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy;
- 7) decyzji dotyczącej umowy - rozumie się przez to podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania;

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- 8) przeciętnym konsumentem - rozumie się przez to konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa;
- 9) państwie członkowskim - rozumie się przez to państwo członkowskie Unii Europejskiej lub państwo członkowskie Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) - stroną umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym;
- 10) systemie konsorcyjnym - rozumie się przez to prowadzenie działalności gospodarczej polegającej na zarządzaniu mieniem gromadzonym w ramach grupy z udziałem konsumentów, utworzonej w celu sfinansowania zakupu produktu na rzecz uczestników grupy[.] <;>
- <11) plasowaniu – rozumie się przez to przyznawanie określonej widoczności produktom lub wagi nadawanej wynikom wyszukiwania przez przedsiębiorców, którzy udostępniają funkcję wyszukiwania internetowego w formie, w jakiej zostało przedstawione, zorganizowane lub przekazane niezależnie od wykorzystanych środków technologicznych;**
- 12) internetowej platformie handlowej – rozumie się przez to internetową platformę handlową w rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r. poz. 287, z 2021 r. poz. 2105 oraz z 2022 r. poz. ...).>**

Art. 5.

1. Praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
2. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności:
 - 1) rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji;
 - 2) rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd;
 - 3) działanie związane z wprowadzeniem produktu na rynek, które może wprowadzać w błąd w zakresie produktów lub ich opakowań, znaków towarowych, nazw handlowych lub

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

innych oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorcę lub jego produkty, w szczególności reklama porównawcza w rozumieniu art. 16 ust. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. poz. 1503, z późn. zm.);

- 4) nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk[.] <;>

<5) każdy rodzaj wprowadzenia na rynek w co najmniej jednym państwie członkowskim towaru jako identycznego z towarem wprowadzonym na rynki w innych państwach członkowskich, mimo że towar ten w sposób istotny różni się składem lub właściwościami, chyba że przemawiają za tym uzasadnione i obiektywne czynniki.>

3. Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć:

- 1) istnienia produktu, jego rodzaju lub dostępności;
 - 2) cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem;
 - 3) obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług, części, wymiany lub naprawy;
 - 4) praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy;
 - 5) ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej;
 - 6) rodzaju sprzedaży, powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień.
4. Przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Art. 6.

1. Praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
 2. W razie wątpliwości za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów.
 3. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności:
 - 1) zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu;
 - 2) nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
 4. W przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uznaje się w szczególności:
 - 1) istotne cechy produktu w takim zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka komunikowania się z konsumentami i produktu;
 - 2) imię, nazwisko (nazwę) i adres przedsiębiorcy (siedzibę) oraz przedsiębiorcy, na którego rzecz działa;
 - 3) cenę uwzględniającą podatki lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informację o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów;
 - [4) uzgodnienia dotyczące sposobu płatności, dostawy lub wykonania produktu oraz procedury rozpatrywania reklamacji;]*

<4) uzgodnienia dotyczące sposobu płatności, dostawy lub wykonania produktu;>

 - 5) informacje o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy lub rozwiązania umowy, jeżeli prawo takie wynika z ustawy lub umowy[.] <>
 - <6)informacje o tym, czy osoba trzecia oferująca produkty na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą – na podstawie oświadczenia tej osoby złożonego**
-

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

dostawcy internetowej platformy handlowej w rozumieniu art. 2 pkt 9 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta;

- 7) **informacje o tym, czy i w jaki sposób przedsiębiorca zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli – w przypadku przedsiębiorcy, który umożliwia dostęp do wystawionych przez konsumentów opinii o produktach;**
- 8) **ogólne informacje udostępniane w specjalnej części interfejsu internetowego dostępnej w sposób bezpośredni i łatwy ze strony, na której prezentowane są wyniki wyszukiwania dotyczące głównych parametrów decydujących o plasowaniu produktów przedstawianych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względne znaczenie tych parametrów w porównaniu z innymi parametrami – w przypadku gdy udostępnia się konsumentom możliwość wyszukiwania produktów oferowanych przez różnych przedsiębiorców lub konsumentów i niezależnie od tego, gdzie transakcja ostatecznie zostanie zawarta.>**
5. Przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez zaniechanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.
6. W przypadku gdy ze specyfiki środka komunikowania się z konsumentami stosowanego dla danej praktyki rynkowej wynikają ograniczenia przestrzenne lub czasowe, ograniczenia te i wszystkie środki podjęte przez przedsiębiorcę w celu udostępnienia informacji konsumentom w inny sposób uwzględnia się przy ocenie, czy doszło do pominięcia informacji.
- <7. Przepisu ust. 4 pkt 8 nie stosuje się do dostawców wyszukiwarek internetowych w rozumieniu art. 2 pkt 6 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego (Dz. Urz. UE L 186 z 11.07.2019, str. 57).>**

Art. 7.

Nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są następujące praktyki rynkowe wprowadzające w błąd:

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- 1) podawanie przez przedsiębiorcę informacji, że zobowiązał się on do przestrzegania kodeksu dobrych praktyk, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 2) posługiwanie się certyfikatem, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem, nie mając do tego uprawnienia;
- 3) twierdzenie, że kodeks dobrych praktyk został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 4) twierdzenie, że:
 - a) przedsiębiorca uzyskał stosowne uprawnienie od organu publicznego lub podmiotu prywatnego,
 - b) praktyki rynkowe lub produkt zostały zatwierdzone, zaaprobowane lub uzyskały inne stosowne uprawnienie od organu publicznego lub podmiotu prywatnego
- przy jednoczesnym niespełnieniu warunków zatwierdzenia, aprobaty lub warunków niezbędnych do uzyskania innego stosownego uprawnienia;
- 5) reklama przynęta, która polega na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, bez ujawniania, że przedsiębiorca może mieć uzasadnione podstawy, aby sądzić, że nie będzie w stanie dostarczyć lub zamówić u innego przedsiębiorcy dostawy tych lub równorzędnych produktów po takiej cenie, przez taki okres i w takich ilościach, jakie są uzasadnione, biorąc pod uwagę produkt, zakres reklamy produktu i oferowaną cenę;
- 6) reklama przynęta i zamiana, która polega na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, a następnie odmowie pokazania konsumentom reklamowanego produktu lub odmowie przyjęcia zamówień na produkt lub dostarczenia go w racjonalnym terminie lub demonstrowaniu wadliwej próbki produktu, z zamiarem promowania innego produktu;
- 7) twierdzenie, że produkt będzie dostępny jedynie przez bardzo ograniczony czas lub że będzie on dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas, jeżeli jest to niezgodne z prawdą, w celu nakłonienia konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia go możliwości świadomego wyboru produktu;
- 8) zobowiązanie się do zapewnienia usług serwisowych konsumentom, z którymi przedsiębiorca przed zawarciem umowy komunikował się w języku niebędącym językiem urzędowym państwa członkowskiego, na którego terytorium przedsiębiorca ma swoją siedzibę, a następnie udostępnienie takich usług jedynie w innym języku, bez wyraźnego poinformowania o tym konsumenta przed zawarciem przez niego umowy;

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- 9) twierdzenie lub wywoływanie wrażenia, że sprzedaż produktu jest zgodna z prawem, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 10) prezentowanie uprawnień przysługujących konsumentom z mocy prawa, jako cechy wyróżniającej ofertę przedsiębiorcy;
- 11) kryptoreklama, która polega na wykorzystywaniu treści publicystycznych w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu w sytuacji gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta;
- <11a) podawanie wyników wyszukiwania bez wyraźnego ujawnienia płatnej reklamy lub płatności dokonanej specjalnie w celu uzyskania wyższego plasowania produktów w ramach wyników wyszukiwania – w odpowiedzi na internetowe wyszukiwanie konsumenta;>**
- 12) przedstawianie nierzetelnych informacji dotyczących rodzaju i stopnia ryzyka, na jakie będzie narażone bezpieczeństwo osobiste konsumenta lub jego rodziny, w przypadku gdy nie nabędzie produktu;
- 13) reklamowanie produktu podobnego do produktu innego przedsiębiorcy w sposób celowo sugerujący konsumentowi, że produkt ten został wykonany przez tego samego przedsiębiorcę, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 14) zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów;
- 15) twierdzenie, że przedsiębiorca wkrótce zakończy działalność lub zmieni miejsce jej wykonywania, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 16) twierdzenie, że nabycie produktu jest w stanie zwiększyć szanse na wygraną w grach losowych;
- 17) twierdzenie, że produkt jest w stanie leczyć choroby, zaburzenia lub wady rozwojowe, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 18) przekazywanie nierzetelnych informacji dotyczących warunków rynkowych lub dostępności produktu, z zamiarem nakłonienia konsumenta do zakupu produktu na warunkach mniej korzystnych niż warunki rynkowe;

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

- 19) twierdzenie, w ramach praktyki rynkowej, że organizowany jest konkurs lub promocja z nagrodami, a następnie nieprzyznanie opisanych nagród lub ich odpowiedniego ekwiwalentu;
- 20) prezentowanie produktu jako "gratis", "darmowy", "bezpłatny" lub w podobny sposób, jeżeli konsument musi uiścić jakąkolwiek należność, z wyjątkiem bezpośrednich kosztów związanych z odpowiedzią na praktykę rynkową, odbiorem lub dostarczeniem produktu;
- 21) umieszczanie w materiałach marketingowych faktury lub podobnego dokumentu, sugerującego obowiązek zapłaty, który wywołuje u konsumenta wrażenie, że już zamówił reklamowany produkt, mimo że tego nie zrobił;
- 22) twierdzenie lub stwarzanie wrażenia, że sprzedawca nie działa w celu związanym z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, lub podawanie się za konsumenta, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- 23) wywoływanie u konsumenta wrażenia, że usługi serwisowe dotyczące danego produktu są dostępne w państwie członkowskim innym niż państwo członkowskie, w którym produkt ten został sprzedany, jeżeli jest to niezgodne z prawdą[.] <;>
- <24) odsprzedaż konsumentom biletów na wszelkiego rodzaju imprezy kulturalne lub sportowe, jeżeli przedsiębiorca nabył je z wykorzystaniem oprogramowania pozwalającego mu obchodzić środki techniczne lub przekraczać limity techniczne nałożone przez pierwotnego sprzedawcę, aby obejść ograniczenia nałożone w odniesieniu do liczby biletów, które dana osoba może kupić, lub innych zasad mających zastosowanie do zakupu biletów;**
- 25) twierdzenie przez przedsiębiorcę, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, że te opinie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli, mimo że przedsiębiorca ten nie podjął uzasadnionych i proporcjonalnych kroków, aby sprawdzić, czy opinie te pochodzą od tych konsumentów;
- 26) **zamieszczanie lub zlecenie zamieszczania innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów albo zniekształcanie opinii lub rekomendacji konsumentów w celu promowania produktów.>**

Art. 12.

1. W razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać:

- 1) zaniechania tej praktyki;
- 2) usunięcia skutków tej praktyki;
- 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;

<3a) obniżenia ceny;>

- 4) naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądania unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu;
- 5) zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

2. Z roszczeniami, o których mowa w ust. 1 pkt 1, 3 i 5, mogą również wystąpić:

- 1) Rzecznik Praw Obywatelskich;
- 2) Rzecznik Finansowy;
- 3) krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów;
- 4) powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.

U S T A W A z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2019 r. poz. 178)

Art. 3.

1. Użyte w ustawie określenia oznaczają:

- 1) cena - wartość wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę;
- [2) cena jednostkowa towaru (usługi) - cenę ustaloną za jednostkę określonego towaru (usługi), którego ilość lub liczba jest wyrażona w jednostkach miar w rozumieniu przepisów o miarach;]*

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

<2) cena jednostkowa towaru lub usługi – cenę ustaloną za jednostkę określonego towaru lub określonej usługi, których ilość lub liczba są wyrażone w jednostkach miar w rozumieniu przepisów o miarach;>

- 3) przedsiębiorca - podmiot, o którym mowa w art. 4 ust. 1 lub 2 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. poz. 646, 1479, 1629, 1633 i 2212);
- 4) towar - rzecz, również energię oraz prawa majątkowe zbywalne;
- 5) usługa - czynność świadczoną odpłatnie, wymienioną w klasyfikacjach wydanych na podstawie przepisów o statystyce publicznej.

[2. W cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług lub podatkiem akcyzowym. Przez cenę rozumie się również stawkę taryfową.]

<2. W cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru lub usługi podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług lub podatkiem akcyzowym. Przez cenę rozumie się również stawkę taryfową.>

[Art. 4.

- 1. W miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen.*
 - 2. Minister właściwy do spraw gospodarki, po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, określi, w drodze rozporządzenia:*
 - 1) sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów (usług),*
 - 2) wykaz towarów, w przypadku których nie jest wymagane uwidocznienie ceny jednostkowej towarów (usług)*
- mając na uwadze potrzebę zapewnienia dostępności informacji o cenie, a także uwzględniając przypadki, gdy uwidocznienie ceny jednostkowej towaru (usługi) nie byłoby przydatne ze względu na rodzaj lub przeznaczenie towaru (usługi).]*

<Art. 4.

- 1. W miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru lub usługi w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen.**
- 2. W każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.**
- 3. Jeżeli dany towar lub dana usługa są oferowane do sprzedaży w okresie krótszym niż 30 dni, obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie od dnia rozpoczęcia oferowania tego towaru lub tej usługi do sprzedaży do dnia wprowadzenia obniżki.**
- 4. W przypadku towarów, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności, obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się informację o cenie sprzed pierwszego zastosowania obniżki, z zastrzeżeniem, że terminy, o których mowa w ust. 2 i 3, nie mają zastosowania.**
- 5. Do reklamy towaru lub usługi wraz z ceną, przepisy ust. 1–4 stosuje się odpowiednio.**
- 6. Minister właściwy do spraw gospodarki, po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, określi, w drodze rozporządzenia:**
 - 1) sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów lub usług, oraz informacji o obniżonej cenie,**
 - 2) wykaz towarów, w przypadku których nie jest wymagane uwidocznienie ceny jednostkowej towarów lub usług**

– mając na uwadze potrzebę zapewnienia dostępności informacji o cenie, a także uwzględniając przypadki, gdy uwidocznienie ceny jednostkowej towaru lub usługi nie byłoby przydatne ze względu na rodzaj lub przeznaczenie towaru lub usługi.>

Art. 5.

W przypadku rozbieżności lub wątpliwości co do ceny za oferowany towar lub usługę konsument ma prawo do żądania sprzedaży towaru lub usługi po cenie dla niego najkorzystniejszej.

Objaśnienie oznaczeń: *[] kursywa – tekst usunięty przez Sejm*

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

[Art. 6.

1. *Jeżeli przedsiębiorca nie wykonuje obowiązków, o których mowa w art. 4, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 20 000 zł.*
2. *Jeżeli przedsiębiorca nie wykonał obowiązków, o których mowa w art. 4, co najmniej trzykrotnie w okresie 12 miesięcy licząc od dnia, w którym stwierdzono naruszenie tych obowiązków po raz pierwszy, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 40 000 zł.*
3. *Przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej uwzględnia się stopień naruszenia obowiązków oraz dotychczasową działalność przedsiębiorcy, a także wielkość jego obrotów i przychodu.]*

<Art. 6.

1. **Jeżeli przedsiębiorca nie wykonuje obowiązków, o których mowa w art. 4 ust. 1–5, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 20 000 zł.**
2. **Jeżeli przedsiębiorca nie wykonał obowiązków, o których mowa w art. 4 ust. 1–5, co najmniej trzykrotnie w okresie 12 miesięcy, licząc od dnia, w którym stwierdzono naruszenie tych obowiązków po raz pierwszy, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 40 000 zł.**
3. **Przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej uwzględnia:**
 - 1) **stopień naruszenia obowiązków, o których mowa w art. 4 ust. 1–5, w tym charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia tych obowiązków;**
 - 2) **dotychczasową działalność przedsiębiorcy, w tym podjęte przez niego działania w celu złagodzenia lub naprawienia szkody poniesionej przez konsumentów, wcześniejsze naruszenia obowiązków, o których mowa w art. 4 ust. 1–5, przez tego przedsiębiorcę oraz uzyskane przez przedsiębiorcę korzyści majątkowe lub straty w związku z naruszeniem tych obowiązków;**
 - 3) **wielkość obrotów i przychodu przedsiębiorcy;**
 - 4) **sankcje nałożone na przedsiębiorcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o**

Objaśnienie oznaczeń: [] kursywa – tekst usunięty przez Sejm

<> druk pogrubiony – tekst wstawiony przez Sejm

takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylającym rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz. Urz. UE L 345 z 27.12.2017, str. 1, z późn. zm.).>

Art. 7.

1. Przedsiębiorca uiszcza karę pieniężną na rachunek bankowy wojewódzkiego inspektoratu Inspekcji Handlowej, wskazany przez wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej, w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja o nałożeniu kary pieniężnej stała się ostateczna.
- [2. Nie wydaje się decyzji, jeżeli od dnia stwierdzenia niewykonania obowiązku, o którym mowa w art. 4, upłynęły 3 lata, licząc od końca roku, w którym stwierdzono naruszenie tego obowiązku.]*
- <2. Nie wydaje się decyzji, jeżeli od dnia stwierdzenia niewykonania obowiązku, o którym mowa w art. 4 ust. 1–5, upłynęły 3 lata, licząc od końca roku, w którym stwierdzono naruszenie tego obowiązku.>**
3. Kary pieniężne stanowią dochód budżetu państwa.