

dr hab. Jakub Jan Zięty, prof. UWM

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Wydział Prawa i Administracji, Katedra Prawa Gospodarczego i Prawa Handlowego (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1243-3394>)

Karol Rulka

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Wydział Prawa i Administracji, Katedra Prawa Gospodarczego i Prawa Handlowego (ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6264-4220>)

Udział w autorstwie tekstu:

Jakub Jan Zięty – 50%

Karol Rulka – 50%

Nowy mechanizm ochrony konsumenta wynikający ze zmian wprowadzonych dyrektywą 2023/2673 – czy konieczne są zmiany polskich przepisów?

Słowa kluczowe: prawo odstąpienia od umowy, umowy na odległość, ochrona konsumenta, interfejs internetowy, obowiązki przedsiębiorcy, nowe obowiązki w prawie UE

Artykuł przedstawia zmiany przewidziane w art. 11a dyrektywy 2011/83/UE, dodanym dyrektywą 2023/2673. Przepis ten nakłada na przedsiębiorcę obowiązek zapewnienia w interfejsie internetowym funkcji umożliwiającej konsumentowi odstąpienie od umowy zawartej na odległość w sposób odpowiadający mechanizmowi jej zawarcia. W celu omówienia nowej regulacji przedstawiono dotychczasowy model wykonywania prawa odstąpienia. Następnie wskazano zakres zmian, ze szczególnym uwzględnieniem obowiązków techniczno-organizacyjnych po stronie przedsiębiorcy. W podsumowaniu sformułowano wniosek, że art. 11a dyrektywy 2011/83/UE nie modyfikuje treści prawa odstąpienia, lecz ustanawia nowy odrębny obowiązek o charakterze techniczno-organizacyjnym dla przedsiębiorcy w zakresie sposobu wykonania tego uprawnienia, odnoszący się do architektury interfejsu internetowego. Autorzy wskazują, że implementacja art. 11a dyrektywy 2011/83/UE wymaga w prawie polskim wyodrębnionej regulacji, a nie rozszerzenia art. 30 ustawy o prawach konsumenta.

I. Wprowadzenie

Przepis art. 11a dyrektywy 2011/83/UE¹, dodany dyrektywą (UE) 2023/2673², wprowadza obowiązek udostępnienia konsumentowi w interfejsie internetowym

funkcji umożliwiającej odstąpienie od umowy zawartej na odległość w sposób odpowiadający zawarciu tej umowy. W artykule zaprezentowano ocenę, czy obecne przepisy krajowe (polskie) wymagają zmian implementujących art. 11a dyrektywy 2011/83/UE. Przy tak zakreślonym celu sformułowano trzy pytania badawcze. Pierwsze o przyczynę wprowadzonego nowego mechanizmu odstąpienia w dyrektywie 2011/83/UE. Drugie o konieczność zmian w obecnie obowiązujących w Polsce przepisach. W końcu trzecie o ewentualny sposób implementacji art. 11a dyrektywy 2011/83/UE.

W badaniach zastosowano jako podstawową metodę dogmatycznoprawną. Przedmiotem analizy za pomocą tej metody jest jednocześnie interpretacja przepisów

1 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25.10.2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.Urz. UE L 304, s. 64) – dalej dyrektywa 2011/83/UE.

2 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2023/2673 z 22.11.2023 r. zmieniająca dyrektywę 2011/83/UE w odniesieniu do umów o usługi finansowe zawieranych na odległość oraz uchylająca dyrektywę 2002/65/WE (Dz.Urz. UE L 2023/2673).

dokonywana przez judykaturę i doktrynę. Celem badań prowadzonych tą metodą jest nie tylko wykładnia przepisów, lecz także poszukiwanie odpowiedzi na kwestie dogmatyki prawa. Metoda ta została zastosowana w zakresie, w jakim konieczna była analiza obowiązujących rozwiązań prawnych w Polsce. Analizy tej dokonano przez pryzmat celów właściwej dyrektywy dotyczącej praw konsumentów.

Tak zakreślony przedmiot i cel badań oraz postawione pytania badawcze uzasadniają podział artykułu na kilka części. Poza wstępem i zakończeniem, wyodrębniono część obejmującą ogólne zagadnienia dotyczące praw konsumenta w przypadku umów zawieranych na odległość. Kolejna część przedstawia genezę i kontekst wprowadzenia art. 11a dyrektywy 2011/83/UE oraz analizę jego treści. Wykazano, że przepis ten nie modyfikuje zakresu ani treści prawa konsumenta do odstąpienia od umowy, lecz ingeruje w sposób jego wykonywania, nakładając na przedsiębiorcę nowy, publicznoprawny obowiązek o charakterze techniczno-organizacyjnym. Obowiązek ten ma zapewnić konsumentowi infrastrukturę cyfrową umożliwiającą realizację uprawnienia do odstąpienia od zawartej umowy przy jej wykorzystaniu. Z tego względu konieczna była analiza warunków stosowania nowego mechanizmu odstąpienia. Wskazano na warunki prawidłowego zaprojektowania i działania funkcji odstąpienia, w szczególności konieczność zapewnienia mechanizmu potwierdzenia zamiaru konsumenta, wymogu niezwłocznego potwierdzenia otrzymania oświadczenia na trwałym nośniku oraz obowiązek zapewnienia dostępności tej funkcji przez cały okres przysługiwania konsumentowi prawa odstąpienia od umowy.

Nałożenie na przedsiębiorców określonego obowiązku wiąże się z określonymi skutkami w razie braku jego realizacji. Dlatego też w artykule wskazano konsekwencje wadliwego działania interfejsu dla sytuacji konsumenta na gruncie prawa cywilnego. W kolejnej części odniesiono się do zakresu koniecznych zmian dostosowujących obowiązujące polskie przepisy prawne do zmian wprowadzonych w dyrektywie 2011/83/UE. W podsumowaniu autorzy doszli do wniosku, że implementacja art. 11a dyrektywy 2011/83/UE wymaga w prawie polskim odrębnego uregulowania obowiązków przedsiębiorcy, gdyż ich włączenie do art. 30 ustawy z 30.05.2014 r. o prawach konsumenta³ byłoby utrudnione konstrukcyjnie. Łącząc w jednym artykule kwestie dotyczące oświadczenia konsumenta o odstąpieniu wraz z regulacją o charakterze techniczno-organizacyjnym, adresowaną do przedsiębiorcy, może dojść do utrudnień interpretacyjnych w odniesieniu właśnie do technicznego charakteru regulacji odnoszących się do interfejsu. Nowy obowiązek będzie musiał być wprowadzony przez przedsiębiorcę jako element technicznej infrastruktury realizacji prawa do odstąpienia i wymusi dostosowanie zarówno rozwiązań legislacyjnych, jak i praktyki projektowania interfejsów cyfrowych. Nowe przepisy wymagają przemyślenia sposobu ich implementacji. W tym autorzy upatrują nowości swojego opracowania.

2. Uprawnienia konsumenta do odstąpienia od umowy zawieranej na odległość w polskim porządku prawnym przed wprowadzeniem art. 11a dyrektywy 2011/83/UE

Konsumenckie prawo odstąpienia od umowy zawieranej na odległość stanowi szczególną instytucję prawa prywatnego, funkcjonującą wyłącznie w ramach obrotu konsumenckiego. Jego zakres podmiotowy wyznacza definicja konsumenta zawarta w art. 22¹ Kodeksu cywilnego⁴, zgodnie z którą za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową⁵.

Prawo odstąpienia od umowy w reżimie konsumentkim ma charakter ustawowo zagwarantowany jedynie w odniesieniu do umów zawieranych w tzw. sytuacjach atypowych, a więc w szczególności do umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa⁶. Pojęcie to obejmuje zasadniczo wszelkie przypadki dokonania czynności prawnej, w których nie dochodzi do osobistego stawiennictwa konsumenta w lokalu przeznaczonym przez przedsiębiorcę do obsługi klientów, przykładowo w jego oddziale⁷. Celem konsumenckiego prawa odstąpienia od umowy jest doprowadzenie do zakończenia stosunku prawnego łączącego strony, ze skutkiem unicestwienia wszystkich skutków⁸. Skorzystanie przez konsumenta z prawa odstąpienia powoduje uznanie umowy za niezawartą oraz zwolnienie go z wszelkich zobowiązań, podczas gdy w przypadku wypowiedzenia umowy dochodzi do rozwiązania łączącego strony stosunku prawnego⁹.

Artykuł 11 dyrektywy 2011/83/UE, implementowany do polskiego porządku prawnego poprzez art. 30 u.p.k., normuje sposób realizacji prawa odstąpienia od umowy, koncentrując się na charakterze tego uprawnienia oraz minimalizacji wymogów formalnych po stronie konsumenta. Regulacja ta opiera się na założeniu, że dla skutecznego wykonania prawa odstąpienia wystarczające jest jednoznaczne zakomunikowanie przedsiębiorcy decyzji

4 Ustawa z 23.04.1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2026 r. poz. 795 ze zm.) – dalej k.c. Por. M. Skory [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (uryściąg). Komentarz*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, Warszawa 2014, s. 219.

5 Zob. P. Izdebski, *Czy akcjonariusz jest konsumentem?* [w:] *Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce. Prawo i podatki (praca zbiorowa)*, Poznań 2017, s. 8.

6 Zob. M. Jagielska, *Środki ochrony słabszej strony umowy w umowach zawieranych na odległość (uwagi na tle ustawy z dnia 30.5.2014 r. o prawach konsumentów)* [w:] *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, red. M. Boratyńska, Warszawa 2016, s. 588, a także: K. Górecka, *Ochrona konsumenta usług bankowych jako słabszej strony stosunku prawnego na przykładzie wybranych uprawnień* [w:] *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, red. M. Boratyńska, Warszawa 2016, s. 634.

7 Zob. uwagi na temat charakteru konsumentckiego uprawnienia: W.J. Kocot, J.M. Kondek, *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumenta (cz. II)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2014/12, s. 4.

8 Zob. szerzej K. Zagrobelny [w:] *Podstawy prawa cywilnego*, red. E. Gniewek, Warszawa 2011, s. 478; M. Pyziak-Szafrnicka, *Wygaśnięcie zobowiązań* [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 6, *Prawo zobowiązań – część ogólna*, red. A. Olejniczak, Warszawa 2014, s. 1464; T. Czech, *Prawa konsumenta. Komentarz*, Warszawa 2017, s. 603.

9 Zob. A. Kawalko, H. Witczak, *Prawo cywilne*, Warszawa 2008, s. 573.

3 Dz.U. z 2024 r. poz. 1796 ze zm. – dalej u.p.k.



konsumenta przed upływem ustawowego terminu, niezależnie od formy przyjętej dla tego oświadczenia¹⁰. Jeżeli przedsiębiorca zapewni możliwość złożenia oświadczenia o odstąpieniu drogą elektroniczną, konsument może skorzystać z tej drogi, w szczególności poprzez wykorzystanie wzoru formularza odstąpienia albo przez złożenie oświadczenia na stronie internetowej przedsiębiorcy (art. 30 ust. 4 u.p.k.). Rozwiązanie to odpowiada realiom obrotu cyfrowego oraz typowym sposobom komunikacji stron umowy zawieranej na odległość (przekazywania oświadczeń woli). Z chwilą złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu po stronie przedsiębiorcy aktualizuje się obowiązek niezwłocznego potwierdzenia otrzymania oświadczenia na trwałym nośniku. Pojęcie trwałego nośnika należy przy tym interpretować w sposób funkcjonalny, akcentując jego zdolność do stabilnego i niezmiennego utrwalenia treści, a nie przez odwołanie się wyłącznie do technicznej postaci nośnika (art. 2 pkt 4 u.p.k.; motyw 23 dyrektywy 2011/83/UE)¹¹.

Funkcją tego obowiązku jest usunięcie niepewności co do faktu i momentu złożenia oświadczenia, a w konsekwencji wzmocnienie pewności prawnej po obu stronach stosunku umownego¹². Przyjęcie takiej konstrukcji wykonywania prawa odstąpienia wpisuje się w szerszą tendencję prawodawcy unijnego do autonomicznego kształtowania pojęć i instytucji prawa konsumenckiego, niezależnie od kategorii wypracowanych w systemach prawa państw członkowskich. Sprzyja to jednolitemu stosowaniu tych instrumentów w całej Unii Europejskiej¹³.

3. Zakres zmian dotyczących sposobu wykonywania prawa odstąpienia wprowadzonych dyrektywą 2023/2673 – dodanie art. 11a

Dyrektywa 2011/83/UE nie przesądza o technicznym sposobie implementacji funkcji odstąpienia od umowy, lecz formułuje wobec przedsiębiorcy obowiązek zapewnienia konsumentowi możliwości skorzystania z niej w sposób odpowiadający standardom określonym w art. 11a

dyrektywy 2011/83/UE oraz w motywie 37 dyrektywy 2023/2673. Analiza mechanizmu odstąpienia w kontekście wskazanego przepisu wymaga uprzedniego doprecyzowania pojęcia interfejsu internetowego, którym posługuje się prawodawca unijny. Zgodnie z art. 3 lit. m rozporządzenia 2022/2065¹⁴ interfejs internetowy oznacza oprogramowanie komputerowe, w tym stronę internetową lub jej część, oraz aplikacje, w tym aplikacje mobilne. Tak ujęte pojęcie ma charakter funkcjonalny i obejmuje zarówno warstwę prezentacyjną (np. witrynę lub jej fragment), jak i warstwę aplikacyjną, przez którą użytkownik realizuje uprawnienia i obowiązki w relacji z przedsiębiorcą.

W literaturze wskazuje się, że sposób zaprojektowania i działania interfejsu internetowego w ekosystemie platformy przesądza o realnej możliwości wykonywania przez użytkowników (w tym konsumentów) uprawnień wynikających z prawa wtórnego UE, w szczególności w obszarze ochrony konsumenta¹⁵. Stanowisko to znajduje bezpośrednie potwierdzenie w motywie 37 dyrektywy 2023/2673, w którym prawodawca unijny wyraźnie akcentuje, że funkcjonowanie interfejsu internetowego powinno zapewniać konsumentom możliwość odstąpienia od umowy tak samo łatwo, jak mogli ją zawrzeć.

Celem tej regulacji jest zarówno podniesienie poziomu świadomości konsumentów w zakresie przysługującego im prawa odstąpienia, jak i ułatwienie korzystania z tego uprawnienia. Funkcja odstąpienia powinna być opisana w sposób jednoznaczny i czytelny, przy użyciu sformułowania „odstąpić od umowy tutaj”, „odstąpić od umowy” albo innego równoważnego określenia, które nie budzi wątpliwości co do swojego znaczenia (art. 11a dyrektywy 2011/83/UE). Udostępniona funkcja musi być łatwa do znalezienia, stale dostępna i wyraźnie widoczna w okresie przewidzianym na wykonanie tego prawa, w ramach interfejsu oferowanego przez przedsiębiorcę będącego stroną umowy (motyw 37 dyrektywy 2023/2673)¹⁶.

Interfejs internetowy musi spełniać trzy kumulatywne wymogi dotyczące sposobu zaprojektowania i udostępnienia funkcji odstąpienia¹⁷. Po pierwsze, funkcja ta powinna pozostawać dostępna w sposób nieprzerwany przez cały okres, w którym konsument może

10 Zob. A. Kołodziej [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz*, red. D. Lubasz, M. Namysłowska, Warszawa 2015, Legalis, art. 30, nb 19–21.

11 Por. W. Dziomdziora, *Umowy dotyczące treści cyfrowych na gruncie ustawy o prawach konsumenta*, „internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2014/8(3), s. 32–34. W ocenie tego autora pojęcie trwałego nośnika w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta nie przesądza technicznej postaci nośnika ani konkretnego środka komunikacji, pozostawiając przedsiębiorcy wybór adekwatnego sposobu przekazywania informacji i potwierdzeń konsumentowi.

12 Zob. W. Borysiak [w:] *Zobowiązania*, t. 5, *Przepisy pozakodeksowe. Komentarz*, red. P. Machnikowski, Warszawa 2025, Legalis, art. 30 u.p.k., nb 31–32, gdzie wskazano, że odstąpienie złożone na stronie internetowej przedsiębiorcy lub za pomocą interaktywnego formularza aktualizuje po stronie przedsiębiorcy obowiązek niezwłocznego potwierdzenia na trwałym nośniku, którego funkcją jest zapewnienie konsumentowi dowodu złożenia oświadczenia oraz pewności co do chwili jego doręczenia.

13 M. Brzoźna, *Konsument i prawo do odwołania umowy*, Warszawa 2021, Legalis, rozdz. II § 2.

14 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z 19.10.2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (akt o usługach cyfrowych) (Dz.Urz. UE L 277, s. 1).

15 M. Namysłowska, *The Silent Death of EU Consumer Law and Its Resilient Revival: Reinventing Consumer Protection Against Unfair Digital Commercial Practices*, „Journal of Consumer Policy” 2025, t. 48, s. 322–324. Jak podkreśla M. Namysłowska, architektura interfejsów cyfrowych wpływa bezpośrednio na realną możliwość wykonywania przez konsumentów uprawnień przyznanych im przez prawo wtórne UE, co uzasadnia przesunięcie ciężaru regulacji z poziomu formalnych obowiązków informacyjnych na poziom projektowania środowiska cyfrowego. Podobnie A. Jabłonowska wskazuje, że sposób projektowania interfejsów oraz architektury wyboru na platformach cyfrowych stanowi istotny czynnik warunkujący skuteczność ochrony konsumenckiej w środowisku cyfrowym; zob. A. Jabłonowska, *EU Consumer Law and Technology* [w:] *Research Handbook on Law and Technology*, red. R. Brownsword, E. Scotford, K. Yeung, Cheltenham–Northampton 2023, rozdz. 11, s. 183–184.

16 Por. P.A. De Miguel Asensio, *Novedades en la regulación de los contratos en línea en la Directiva (UE) 2023/2673*, „La Ley Unión Europea” 2023/120, s. 4–6.

17 P.A. De Miguel Asensio, *Novedades en la regulación...*, s. 4–5. Autor omawia wymogi art. 11a dyrektywy 2011/83/UE, wskazując m.in. na obowiązek zapewnienia stałej dostępności funkcji odstąpienia przez cały termin do wykonania prawa oraz jej wyraźnej widoczności i łatwej dostępności w interfejsie online. Podkreśla również (w nawiązaniu do motywu 37 dyrektywy 2023/2673), że wymóg ten nie jest spełniony, gdy konsument musi podejmować dodatkowe czynności, np. pobierać aplikację nieużywaną do zawarcia umowy.

skutecznie wykonać prawo odstąpienia (*intervallo temporis*), określany również jako okres namysłu lub okres „ochłonięcia”. Po drugie, dostęp do funkcji odstąpienia powinien być zapewniony w sposób nieskomplikowany, tak aby konsument mógł ją łatwo odnaleźć i wykorzystać bez podejmowania dodatkowych czynności, które nie były wymagane na etapie zawierania umowy. Po trzecie, funkcja ta powinna być odpowiednio wyeksponowana w interfejsie internetowym, w sposób zapewniający jej wyraźną widoczność oraz możliwość szybkiego zidentyfikowania przez konsumenta¹⁸, przy zastosowaniu odpowiednich transkrypcji spełniających wymogi prawa.

Konsument nie powinien być obciążany koniecznością podejmowania dodatkowych działań w celu odnalezienia funkcji odstąpienia lub uzyskania do niej dostępu, takich jak pobieranie aplikacji, jeżeli umowa nie została zawarta z wykorzystaniem tej aplikacji. Jednocześnie, w celu usprawnienia wykonywania prawa odstąpienia, przedsiębiorca może, przykładowo, posłużyć się rozwiązaniami technicznymi w postaci odnośników lub hiperłączy kierujących bezpośrednio do funkcji umożliwiającej odstąpienie od umowy. Można zatem przyjąć, że zapewnienie konsumentowi dostępu do funkcji odstąpienia za pośrednictwem odpowiednio umiejscowionych odnośników lub hiperłączy może stanowić prawidłowy sposób realizacji analizowanego obowiązku (motyw 37 dyrektywy 2023/2673).

W odniesieniu do konstrukcji samej funkcji odstąpienia od umowy dyrektywa przewiduje, że powinna ona umożliwiać konsumentowi złożenie oświadczenia o odstąpieniu w postaci elektronicznej, za pośrednictwem którego konsument komunikuje przedsiębiorcy wolę rozwiązania zawartej umowy. Oświadczenie to powinno jednocześnie pozwalać konsumentowi na przekazanie albo potwierdzenie informacji niezbędnych do skutecznego wykonania prawa odstąpienia. W szczególności obejmuje to możliwość wskazania: 1) imienia i nazwiska konsumenta; 2) danych pozwalających na jednoznaczną identyfikację umowy, od której konsument zamierza odstąpić; 3) informacji dotyczących elektronicznych środków komunikacji, za pomocą których konsument powinien otrzymać potwierdzenie otrzymania oświadczenia o odstąpieniu (art. 11a ust. 2 dyrektywy 2011/83/UE). Skorzystanie przez konsumenta z udostępnionej przez przedsiębiorcę funkcji prowadzi do złożenia oświadczenia woli o odstąpieniu od umowy. Co należy zaznaczyć, funkcja odstąpienia powinna być zaprojektowana w sposób umożliwiający konsumentowi świadome i zamierzone wykonanie prawa odstąpienia, w sposób ograniczający ryzyko jego przypadkowego lub nieintencjonalnego wykonania¹⁹.

Przepisy dyrektywy nie kształtują technicznych wymogów ukształtowania funkcji odstąpienia. Na gruncie art. 11a dyrektywy 2011/83/UE może być dopuszczalne korzystanie przez przedsiębiorcę z rozwiązań

zewnętrznych, takich jak moduły, wtyczki czy usługi typu SaaS, o ile spełnione są wymogi funkcjonalne przewidziane w tym przepisie. Decydujące znaczenie ma zatem nie to, kto dostarcza oprogramowanie obsługujące funkcję odstąpienia ani w jaki sposób jest ona technicznie zaimplementowana, lecz to, czy z perspektywy konsumenta jest ona łatwa do znalezienia, wyraźnie widoczna i stale dostępna w okresie na odstąpienie oraz czy umożliwia wykonanie prawa w sposób co najmniej równie prosty jak zawarcie umowy, bez wprowadzania dodatkowych barier organizacyjnych lub proceduralnych. Funkcja odstąpienia powinna pozostawać dostępna przez cały okres, w którym konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia. Odpowiedzialność za spełnienie tych wymogów spoczywa w całości na przedsiębiorcy, także wówczas, gdy realizacja funkcji odstąpienia została powierzona podmiotowi trzeciemu świadczącemu usługi informatyczne (np. w modelu SaaS), i pozostaje niezależna od przyjętego modelu technicznej implementacji. W tym kontekście niedopuszczalne jest takie ukształtowanie tej funkcji, w którym skorzystanie z niej wymagałoby od konsumenta podejmowania dodatkowych czynności organizacyjnych po stronie dostawcy oprogramowania, w szczególności zakładania odrębnego konta lub przechodzenia dodatkowej procedury weryfikacyjnej²⁰.

Należy podkreślić, że analizowany przepis nie ustanawia obowiązku wykonywania prawa odstąpienia od umowy zawartej za pośrednictwem interfejsu internetowego wyłącznie przy użyciu funkcji odstąpienia. Przewiduje on jedynie dodatkową możliwość skorzystania z tej funkcji, nie wyłączając innych prawnie dopuszczalnych form złożenia oświadczenia o odstąpieniu, w tym przy użyciu formularza przewidzianego w dyrektywie 2011/83/UE lub w innej formie²¹.

4. Wymóg potwierdzenia zamiaru konsumenta w konstrukcji funkcji odstąpienia

Szczególne znaczenie w konstrukcji funkcji odstąpienia od umowy ma wymóg zapewnienia mechanizmu potwierdzenia zamiaru konsumenta, wyraźnie zaakcentowany w motywie 37 dyrektywy 2023/2673. Jak wyżej wskazano, prawodawca unijny przyjmuje, że w celu uniknięcia sytuacji, w których konsument w sposób niezamierzony wykonuje prawo odstąpienia, przedsiębiorca

18 P.A. De Miguel Asensio, *Novedades en la regulación...*, s. 4–5. Autor omawia nowe wymogi dotyczące funkcji odstąpienia od umowy udostępnianej w interfejsie internetowym, w szczególności w zakresie jej dostępności w okresie na odstąpienie, sposobu udostępnienia oraz widoczności i łatwości dostępu dla konsumenta, a także zwraca uwagę na funkcjonalny charakter tych wymogów, niezależny od przyjętego rozwiązania technicznego.

19 Odnosząc do kwestii technicznej konstrukcji zamiaru i jego potwierdzenia jako tzw. „double click” zob. w dalszej części artykułu.

20 S. Malkowski, *Charakter prawny umowy Software as a Service w polskim systemie prawnym*, „Prawo Mediów Elektronicznych” 2022/4, s. 55–66. Autor analizuje prawny charakter modelu usługowego SaaS i wykazuje, że przedsiębiorca korzystający z usług dostawcy SaaS pozostaje w stosunku prawnym wobec swojego kontrahenta, co uzasadnia pełną odpowiedzialność przedsiębiorcy za funkcjonowanie usługi niezależnie od technicznej implementacji.

21 P.A. De Miguel Asensio, *Novedades en la regulación...*, s. 5–6. Autor omawia wymogi dotyczące konfiguracji funkcji odstąpienia, w tym obowiązek umożliwienia konsumentowi złożenia oświadczenia w postaci elektronicznej, podania lub potwierdzenia danych identyfikujących konsumenta i umowę oraz przesłania potwierdzenia otrzymania oświadczenia, a także wskazuje, że funkcja ta stanowi jedynie dodatkowy, a nie wyłączny sposób wykonania prawa odstąpienia.



powinien wymagać od konsumenta potwierdzenia decyzji o odstąpieniu za pomocą środków potwierdzających jego rzeczywisty zamiar. Wymóg ten znajduje dodatkowe potwierdzenie w materiałach z prac legislacyjnych Rady Unii Europejskiej, stanowiących element wykładni historycznej. W toku prac nad dyrektywą 2023/2673 Rada wyraźnie akcentowała potrzebę wprowadzenia odrębnego etapu potwierdzenia decyzji konsumenta, tak aby zapobiec przypadkowemu odstąpieniu od umowy wskutek pojedynczego działania użytkownika. Intencją prawodawcy było zapewnienie, aby wykonanie prawa odstąpienia wymagało świadomego i jednoznacznego potwierdzenia woli konsumenta, a nie mogło nastąpić w sposób automatyczny lub niezamierzony²².

Na tym tle pojawia się problem zgodności z prawem Unii rozwiązań technicznych opartych na mechanizmie tzw. *one-click*, które sprowadzają wykonanie prawa odstąpienia do pojedynczego działania użytkownika, bez wyraźnego etapu potwierdzenia zamiaru odstąpienia²³. Mechanizmy takie nie przewidują bowiem odrębnego etapu weryfikacji intencji użytkownika, co sprawia, że nie realizują w pełni wymogu „środków potwierdzających zamiar” w rozumieniu motywu 37 dyrektywy 2023/2673. W literaturze prawniczej i interdyscyplinarnej podkreśla się, że w środowisku cyfrowym jednokrokowe mechanizmy decyzyjne istotnie zwiększają ryzyko zachowań niezamierzonych, w szczególności w sytuacjach nieuwagi, błędnego kliknięcia lub niejednoznacznego zaprojektowania interfejsu²⁴. Funkcja potwierdzenia nie ma zatem charakteru czysto formalnego, lecz pełni rolę ochronną, ukierunkowaną na zabezpieczenie wykonania rzeczywistej decyzji konsumenta.

Dlatego też należy poszukiwać rozwiązań, w których etap powzięcia zamiaru jest wyraźnie akcentowany w architekturze funkcji, co może nastąpić chociażby poprzez tzw. *double-click*. Takie ujęcie pozostaje w zgodzie z podstawowymi zasadami polskiego prawa cywilnego. Zgodnie z art. 60 k.c. wola osoby dokonującej czynności prawnej może być wyrażona przez każde zachowanie, które ujawnia ją w sposób dostateczny, w tym również w postaci elektronicznej²⁵. Jednocześnie

art. 65 k.c. nakazuje interpretować oświadczenia woli z uwzględnieniem celu czynności prawnej oraz rzeczywistego zamiaru stron, a nie wyłącznie na podstawie ich dosłownego brzmienia²⁶. Na tle tych zasad wymóg potwierdzenia zamiaru konsumenta nie stanowi dodatkowej formy czynności prawnej, lecz element konstrukcyjny procesu ujawniania woli – składania oświadczenia woli. Czynnością techniczną niezbędną do wywołania skutku prawnego jest dopiero akt potwierdzenia zamiaru przez konsumenta, z którym będzie związane techniczne przesłanie oświadczenia. Wcześniejsze czynności użytkownika, polegające na wprowadzaniu danych lub wyborze opcji w interfejsie, mają charakter wyłącznie techniczno-przygotowawczy i służą ukształtowaniu treści oświadczenia, a nie jego złożeniu²⁷.

Z perspektywy funkcjonalnej art. 11a dyrektywy 2011/83/UE, interpretowany w świetle motywu 37 dyrektywy 2023/2673 oraz materiałów z prac legislacyjnych Rady UE, zmierza do przeniesienia na grunt obrotu elektronicznego klasycznych założeń prawa cywilnego dotyczących autonomii woli i ochrony przed niezamierzonymi skutkami czynności prawnych. Empiryczne badania nad projektowaniem interfejsów cyfrowych potwierdzają przy tym, że określone wzorce projektowe (tzw. *dark patterns*) mogą prowadzić użytkowników do podejmowania decyzji niechcianych lub przypadkowych, co dodatkowo uzasadnia konieczność stosowania mechanizmów weryfikujących zamiar użytkownika przy czynnościach o istotnych skutkach prawnych²⁸. W konsekwencji należy przyjąć, że zastosowanie mechanizmu dwuetapowego (*double-click*) najpełniej realizuje wymóg „środków potwierdzających zamiar” w świetle art. 11a dyrektywy 2011/83/UE oraz motywu 37 dyrektywy 2023/2673. Rozwiązania oparte wyłącznie na mechanizmie *one-click* mogą budzić wątpliwości z perspektywy celu tej regulacji, jakim jest ograniczenie ryzyka niezamierzonego wykonania prawa odstąpienia²⁹.

Wskazane wyżej wymagania mogą być spełnione w sytuacji, w której konsument samodzielnie i aktywnie wypełnia elektroniczny formularz odstąpienia, zgodnie z rozwiązaniem przewidzianym w art. 11a ust. 2 dyrektywy

22 Rada Unii Europejskiej, *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2011/83/EU as regards financial services contracts concluded at a distance and repealing Directive 2002/65/EC – General approach*, ST 6363/23, 2022/0147(COD), Brussels 24.02.2023, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-6363-2023-INIT/en/pdf> (dostęp: 8.07.2026 r.).

23 L.M. Miranda Serrano, *Nuevas reglas de la UE relativas al desistimiento del consumidor en los contratos celebrados a distancia*, „Cuadernos de Derecho Transnacional” 2025/1, s. 550–552. Autorka wskazuje, że nowe regulacje wprowadzone dyrektywą 2023/2673 akcentują znaczenie sposobu wykonywania prawa odstąpienia w środowisku cyfrowym, traktując procedurę odstąpienia oraz jej techniczne ukształtowanie jako element ochrony konsumenta przed niezamierzonymi decyzjami podejmowanymi online, w szczególności w kontekście interfejsów internetowych.

24 R. Lugini, L.J. Strahilevitz, *Shining a Light on Dark Patterns*, „Journal of Legal Analysis” 2021/1, s. 43–109. Autorzy, opierając się na badaniach eksperymentalnych, wskazują, że projektowanie interfejsów opartych na mechanizmach jednokrokowych oraz niejednoznacznych bodźcach decyzyjnych zwiększa prawdopodobieństwo podejmowania decyzji niezamierzonych, zwłaszcza w warunkach nieuwagi lub pośpiechu.

25 P. Sobolewski [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz*, red. W. Borysiak, wyd. 34, Warszawa 2025, Legalis, art. 60, nb 4. Jak podkreśla P. Sobolewski, oświadczenie woli składa się z woli wewnętrznej oraz jej zewnętrznego uzewnętrznienia, przy czym dla jego zaistnienia konieczne jest nie tylko wyrażenie woli, lecz także świadomość i zamiar podmiotu, aby dane zachowanie było traktowane jako oświadczenie woli wywołujące określone skutki prawne. Autor wskazuje, odwołując się do orzecznictwa Sądu Najwyższego, że brak takiej świadomości lub zamiaru wyklucza możliwość uznania danego zachowania za skuteczne oświadczenie woli.

26 P. Sobolewski [w:] *Kodeks...*, art. 60 k.c., nb 1–3; art. 65 k.c., nb 1–3.

27 Zob. J. Golażyński, *Pojęcie dokumentu elektronicznego w prawie cywilnym*, „Przegląd Prawa i Administracji” 2023, t. 133, s. 34–54; W. Kocot, J.M. Kondek, *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumenta (cz. I)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2014/11, s. 4–11.

28 A. Mathur i in., *Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites*, „Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction” 2019/CSCW, s. 81:4–81:6; por. G.M. Dickinson, *Dark Patterns and Consumer Protection Law for App Makers*, https://www.researchgate.net/profile/Gregory-Dickinson-2/publication/400702824_Dark_Patterns_and_Consumer_Protection_Law_for_App_Makers/links/699b0956ca66ef6ab995c2c1/Dark-Patterns-and-Consumer-Protection-Law-for-App-Makers.pdf, 2024, s. 3–4, gdzie autor analizuje problem niezamierzonych transakcji oraz wpływ projektowania interfejsów na decyzje użytkowników, wskazując na potrzebę stosowania mechanizmów weryfikujących zamiar użytkownika przy czynnościach o istotnych skutkach prawnych.

29 Por. A.F. Muñoz Pérez, *Practices manipulatives of artificial intelligence and consumer protection*, „Review of International & European Economic Law” 2024/6, s. a6.1–a6.14, gdzie autorka omawia zjawisko tzw. *dark patterns* oraz wpływ projektowania interfejsów na proces decyzyjny konsumentów, wskazując, że eliminowanie „momentu refleksji” i nadmierne upraszczanie aktu decyzyjnego może prowadzić do decyzji niezamierzonych lub nie w pełni świadomych, co funkcjonalnie uzasadnia stosowanie mechanizmów wymagających wyraźnego potwierdzenia woli użytkownika.

2011/83/UE. Tego rodzaju działanie, jako świadome wprowadzanie danych i ukształtowanie treści komunikatu (przyszłego oświadczenia), może być traktowane jako ujawnienie zamiaru złożenia oświadczenia woli o określonej treści w rozumieniu art. 60 k.c. W obu przypadkach natomiast skutek prawny w postaci ujawnienia woli (złożenia oświadczenia woli) następuje dopiero z chwilą jego wysłania (potwierdzenia) przez konsumenta. Wcześniejsze czynności użytkownika mają w tym ujęciu charakter wyłącznie techniczno-przygotowawczy³⁰. Należy zaznaczyć, że oświadczenie woli konsumenta o odstąpieniu od umowy, wyrażone w postaci elektronicznej, jest skutecznie złożone z chwilą, gdy zostaje wprowadzone do środka komunikacji elektronicznej w sposób umożliwiający przedsiębiorcy zapoznanie się z jego treścią, zgodnie z art. 61 § 2 k.c. Oznacza to, że skuteczność oświadczenia nie jest uzależniona ani od jego faktycznego odczytania, ani od potwierdzenia odbioru, lecz od uzyskania przez przedsiębiorcę realnej możliwości zapoznania się z treścią komunikatu³¹.

5. Obowiązki przedsiębiorcy związane z funkcjonowaniem funkcji odstąpienia oraz skutki ich naruszenia

Z chwilą skutecznego przekazania oświadczenia o odstąpieniu przez konsumenta od umowy aktualizuje się po stronie przedsiębiorcy odrębny obowiązek niezwłocznego przesłania konsumentowi potwierdzenia jego otrzymania. W obecnym stanie prawnym potwierdzenie należy wysłać na trwałym nośniku. Znowelizowana dyrektywa 2011/83/UE wymaga natomiast, aby w przypadku skorzystania przez konsumenta z funkcji odstąpienia potwierdzenie zostało do niego przesłane elektronicznie. Potwierdzenie to powinno obejmować informacje pozwalające na ustalenie treści złożonego oświadczenia, a także wskazanie daty oraz godziny jego złożenia (art. 11a ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE). Obowiązek ten nie stanowi elementu samego wykonania prawa odstąpienia, lecz pełni funkcję dowodową i gwarancyjną, zmierzającą do zapewnienia konsumentowi dowodu skutecznego złożenia oświadczenia oraz do zwiększenia pewności prawnej po obu stronach stosunku umownego.

Ciężar dowodu w zakresie skutecznego wykonania prawa odstąpienia od umowy podlega ogólnej regule wynikającej z art. 6 k.c., zgodnie z którą obowiązek wykazania faktu spoczywa na stronie, która wywodzi z niego skutki prawne³². W konsekwencji można było przyjąć, że to konsument powinien wykazać, że oświadczenie o odstąpieniu dotarło do przedsiębiorcy przed upływem terminu w sposób umożliwiający zapoznanie się z jego treścią. Rozkład

ten odzwierciedla klasyczne ujęcie ciężaru dowodu w prawie cywilnym, oparte na kryterium interesu prawnego strony powołującej się na dany fakt. W tym sensie obowiązek potwierdzenia pełni funkcję ochronno-dowodową, wzmacniając pozycję konsumenta bez naruszania ogólnej reguły rozkładu ciężaru dowodu wynikającej z art. 6 k.c.³³ Rozwiązanie to odpowiada treści art. 11a ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE, który wiąże skuteczność odstąpienia z wykazaniem przekazania oświadczenia w terminie, co znajduje potwierdzenie również w motywach dyrektywy (motyw 44 dyrektywy 2011/83/UE).

Po implementacji art. 11a ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE do prawa polskiego konstrukcja ta ulega modyfikacji w odniesieniu do odstąpienia dokonywanego za pośrednictwem funkcji udostępnionej przez przedsiębiorcę. Skoro bowiem przedsiębiorca jest zobowiązany do zaprojektowania i utrzymania funkcji odstąpienia oraz do niezwłocznego przesłania konsumentowi potwierdzenia otrzymania oświadczenia na trwałym nośniku, to brak takiego potwierdzenia nie może obciążać konsumenta. W konsekwencji w tym modelu wykonywania prawa odstąpienia ciężar wykazania, że oświadczenie nie zostało złożone albo zostało złożone po terminie, powinien obciążać przedsiębiorcę jako podmiot, który kontroluje infrastrukturę techniczną służącą do złożenia oświadczenia³⁴.

Niewykonanie obowiązku potwierdzenia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu nie wpływa na skuteczność samego oświadczenia konsumenta, podobnie jak ma to miejsce na gruncie obowiązującego już art. 30 ust. 4 u.p.k. Brak takiego potwierdzenia prowadzi jednak do osłabienia pozycji procesowej przedsiębiorcy. Skoro to przedsiębiorca jest zobowiązany do niezwłocznego przesłania potwierdzenia na trwałym nośniku, brak jego wysłania pozbawia go przewidzianego przez ustawodawcę instrumentu dokumentacyjnego, służącego wykazaniu prawidłowego funkcjonowania mechanizmu odstąpienia oraz momentu złożenia oświadczenia. W razie sporu zwiększa to ryzyko dowodowe po stronie przedsiębiorcy, w szczególności w zakresie podważania twierdzeń konsumenta co do złożenia oświadczenia lub dochowania terminu. W tym sensie obowiązek potwierdzenia pełni funkcję ochronno-dowodową i prowadzi do faktycznego wzmocnienia pozycji konsumenta, nie naruszając formalnie ogólnych zasad rozkładu ciężaru dowodu³⁵.

Powyższe uwagi dotyczące konstrukcji funkcji odstąpienia, w szczególności wymogu potwierdzenia zamiaru konsumenta, odnoszą się do jakościowego aspektu

30 P. Sobolewski [w:] *Kodeks...*, art. 60 k.c., nb 1–3; art. 65 k.c., nb 1–3.

31 Zob. wyrok SN z 16.05.2003 r., I KKN 384/01, LEX nr 358821; postanowienie SN z 10.12.2003 r., V CZ 127/03, OSNC 2005/1, poz. 12. Por. P. Machnikowski [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz*, red. E. Gniewek, P. Machnikowski, Warszawa 2025, Legalis, art. 61, nb 16.

32 I. Adrych-Brzezińska [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz*, red. W. Borysiak, wyd. 34, Warszawa 2025, Legalis, art. 6.

33 A. Kolodziej [w:] *Ustawa...*, art. 30 u.p.k., nb 29.

34 P. Rott, *Digital Fairness and the Burden of Proof*, „Journal of Consumer Policy” 2025, t. 48, s. 297–311. Autor ten wskazuje, że w środowisku cyfrowym, ze względu na „black box” i asymetrię dowodową, zasada skuteczności ochrony konsumenta przemawia za przesuwaniem ciężaru dowodu lub co najmniej obowiązku wyjaśnienia na przedsiębiorcę w sytuacjach, w których to on kontroluje infrastrukturę techniczną i dostęp do informacji, a brak odpowiedniej dokumentacji powinien wywoływać niekorzystne konsekwencje dowodowe po stronie przedsiębiorcy.

35 M. Koszowski, *Ciężar dowodu w przypadku niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową*, „Przegląd Legislacyjny” 2012/4, s. 2 oraz 5–6. Autor wskazuje, że konstrukcja ochronnych domniemań i obowiązków po stronie sprzedawcy w prawie konsumenckim prowadzi do przerzucenia na przedsiębiorcę negatywnych konsekwencji dowodowych niewykonania tych obowiązków, mimo że formalnie ogólne reguły ciężaru dowodu (art. 6 k.c.) pozostają niezmienione. W tym sensie brak realizacji obowiązków dokumentacyjnych osłabia pozycję procesową przedsiębiorcy i wzmacnia ochronę konsumenta jako strony słabszej stosunku prawnego.



wykonywania tego prawa, związanego ze sposobem zaprojektowania procesu składania oświadczenia woli w interfejsie internetowym. Artykuł 11a dyrektywy 2011/83/UE obejmuje jednak również odrębny, autonomiczny wymiar temporalny, nakładając na przedsiębiorcę obowiązek zapewnienia dostępności funkcji odstąpienia przez cały okres, w którym konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia od umowy (motyw 37 dyrektywy 2023/2673). W przypadku prawidłowego wykonania przez przedsiębiorcę obowiązku informacyjnego termin do odstąpienia od umowy biegnie na zasadach ogólnych określonych w art. 9 dyrektywy 2011/83/UE, które zostały implementowane do prawa polskiego w art. 27 u.p.k., przewidującym czternastodniowy okres na wykonanie tego prawa. Okres ten wyznacza zarazem czas, przez który przedsiębiorca zobowiązany jest zapewnić dostępność funkcji odstąpienia, jeżeli umowa została zawarta za pośrednictwem interfejsu internetowego, zgodnie z wymogiem art. 11a dyrektywy 2011/83/UE.

Odmienne należy ocenić sytuację niewykonania obowiązku informacyjnego, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. h dyrektywy 2011/83/UE. W takim przypadku zastosowanie znajduje mechanizm sankcyjny z art. 10 dyrektywy 2011/83/UE, implementowany do prawa polskiego w art. 29 ust. 1 u.p.k., prowadzący do przedłużenia terminu do odstąpienia do 12 miesięcy od upływu terminu podstawowego. Skoro art. 11a dyrektywy 2011/83/UE nakazuje zapewnienie dostępności funkcji odstąpienia przez cały okres przysługiwania konsumentowi tego prawa, przedłużenie terminu na podstawie art. 29 u.p.k. skutkuje automatycznym wydłużeniem w czasie również tego obowiązku po stronie przedsiębiorcy. Udostępnienie funkcji odstąpienia jedynie przez 14 dni w takiej sytuacji należy uznać za naruszenie obowiązku wynikającego z art. 11a dyrektywy 2011/83/UE.

6. Propozycja sposobu implementacji art. 11a dyrektywy 2011/83/UE do prawa polskiego

Analiza art. 11a dyrektywy 2011/83/UE prowadzi do wniosku, że jego implementacja w prawie polskim nie powinna polegać na prostym włączeniu wynikających z niego obowiązków do istniejącej regulacji art. 30 u.p.k. Wymieniony artykuł dyrektywy ustanawia po stronie przedsiębiorcy odrębny obowiązek o charakterze organizacyjno-technicznym, polegający na zapewnieniu odpowiednich warunków funkcjonowania interfejsu internetowego, umożliwiających skuteczne wykonanie tego prawa. Regulacja ta ma zatem charakter funkcjonalno-systemowy, ponieważ odnosi się nie do treści uprawnienia kształtującego, lecz do infrastrukturalnych warunków jego realizacji w środowisku cyfrowym.

Jak wcześniej wskazano, w realiach obrotu elektronicznego wdrożenie założeń art. 11a dyrektywy 2011/83/UE oznacza konieczność jednoznacznego zaakcentowania,

że wykonanie prawa odstąpienia nie może zostać sprowadzone do jednokrokowego działania użytkownika (tzw. mechanizmu *one-click*), lecz powinno obejmować co najmniej dwa wyraźnie wyodrębnione etapy, w tym odrębny akt potwierdzenia decyzji konsumenta (mechanizm typu *double-click*). W konsekwencji implementacja powinna wykluczać rozwiązania techniczne oparte wyłącznie na mechanizmie *one-click* jako niespełniające wymogu „środków potwierdzających zamiar” w rozumieniu art. 11a dyrektywy 2011/83/UE, odczytywanego w świetle motywu 37 dyrektywy 2023/2673. Implementacja art. 11a dyrektywy 2011/83/UE powinna zatem prowadzić do normatywnego wykluczenia takich rozwiązań, w których pojedyncze działanie użytkownika wywołuje natychmiastowy skutek w postaci wykonania prawa odstąpienia, bez uprzedniego i wyodrębnionego potwierdzenia decyzji. Brak takiego rozróżnienia prowadziłby do osłabienia funkcji ochronnej regulacji oraz do przerzucenia na konsumenta ryzyka niezamierzonego złożenia oświadczenia woli, co pozostawałoby w sprzeczności z celem art. 11a dyrektywy 2011/83/UE, interpretowanego w świetle motywu 37 dyrektywy 2023/2673.

Prawodawca unijny w art. 11a ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE ustanawia obowiązek o wyraźnym wymiarze temporalnym, nakładając na przedsiębiorcę powinność zapewnienia dostępności funkcji odstąpienia przez cały okres, w którym konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia od umowy. W prawie polskim okres ten co do zasady wynosi 14 dni, zgodnie z art. 27 u.p.k., jednak w razie niewykonania obowiązków informacyjnych ulega przedłużeniu do 12 miesięcy na podstawie art. 29 u.p.k. Z perspektywy art. 11a ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE oznacza to, że przedsiębiorca nie może ograniczyć dostępności funkcji odstąpienia do terminu podstawowego, jeżeli na skutek własnych uchybień informacyjnych termin ten został wydłużony. Obowiązek zapewnienia funkcji powinien trwać przez cały rzeczywisty okres przysługiwania prawa odstąpienia w danym stosunku prawnym. Konsekwencją powyższego jest potrzeba takiego ukształtowania regulacji krajowej, aby wymiar temporalny obowiązku wynikającego z art. 11a dyrektywy 2011/83/UE pozostawał w pełnej korelacji z rzeczywistym czasem trwania prawa odstąpienia w danym stosunku prawnym. W szczególności w sytuacji niewykonania przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych, o których mowa w art. 29 u.p.k., obowiązek zapewnienia dostępności funkcji odstąpienia powinien ulec analogicznemu wydłużeniu. Brak takiego powiązania prowadziłby do wewnętrznej niespójności systemowej, w której konsument formalnie zachowywałby prawo odstąpienia przez okres 12 miesięcy, lecz byłby pozbawiony narzędzia, którego zapewnienie dyrektywa uznaje za standardowy sposób realizacji tego prawa w środowisku cyfrowym. W konsekwencji w przepisach implementujących art. 11a dyrektywy 2011/83/UE do prawa polskiego funkcja odstąpienia od umowy, jako podstawowy instrument wykonania tego prawa w środowisku cyfrowym, powinna zostać wprost i jednoznacznie uregulowana, analogicznie do sposobu, w jaki ustawodawca krajowy normatywnie określa zasady zawierania umów na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Warto wskazać, że istnieje konieczność jasnego sformułowania przepisów zarówno w wymiarze proceduralnym, jak i technicznym. Wiąże się to nie tylko z zasadami poprawnej legislacji, lecz także z ewentualnymi karami, jakie grożą przedsiębiorcy za nieprawidłowe ukształtowanie mechanizmu odstąpienia, w tym potwierdzenia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu. Niedochowanie ustawowych wymogów może prowadzić do odpowiedzialności przedsiębiorcy na gruncie przepisów o ochronie konsumentów, w szczególności w zakresie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów³⁶. W takiej sytuacji Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może wszcząć postępowanie administracyjne, którego następstwem może być nałożenie na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości do 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, zgodnie z art. 106 ust. 1 u.o.k.k. Ryzyko to występuje niezależnie od tego, czy konsument miał dostęp do alternatywnych metod wykonania prawa do odstąpienia, ponieważ istotą naruszenia pozostaje niewdrożenie obowiązkowego mechanizmu przewidzianego w art. 11a dyrektywy 2011/83/UE.

7. Podsumowanie

Dokonana w artykule analiza obowiązujących przepisów krajowych oraz art. 11a dyrektywy 2011/83/UE w zakresie mechanizmów konsumenckiego odstąpienia od umowy zawieranej na odległość pozwala na wskazanie, że implementacja rozwiązań unijnych będzie wymagała zmiany polskich przepisów. Artykuł 11a dyrektywy 2011/83/UE wyznacza nie techniczny detal, lecz normatywny standard wykonywania prawa odstąpienia w środowisku cyfrowym. Po pierwsze, w świetle motywu 37 dyrektywy 2023/2673 standard ten wymaga wyraźnego wyodrębnienia etapu potwierdzenia decyzji konsumenta, co uzasadnia konieczność wykluczenia rozwiązań opartych wyłącznie na mechanizmie jednokrokovym (*one-click*) na rzecz sekwencji co najmniej dwuetapowej (*double-click*), w celu usunięcia wszelkich wątpliwości co do rzeczywistego zamiaru konsumenta. Po drugie, obowiązek ten ma autonomiczny wymiar temporalny: funkcja odstąpienia musi pozostawać dostępna przez cały rzeczywisty okres przysługiwania prawa odstąpienia, a więc także w razie jego ustawowego przedłużenia. Po trzecie, powiązanie wykonania prawa odstąpienia z infrastrukturą techniczną kontrolowaną przez przedsiębiorcę oraz z obowiązkiem przesłania potwierdzenia powoduje modyfikację praktycznego rozkładu ryzyka dowodowego, ograniczając możliwość obciążania konsumenta negatywnymi konsekwencjami braku takiego potwierdzenia, przy zachowaniu formalnej reguły z art. 6 k.c. Po czwarte wreszcie, „funkcja odstąpienia” w rozumieniu art. 11a dyrektywy 2011/83/UE nie jest pojedynczym przyciskiem, lecz

całościowym, normatywnie ukształtowanym procesem obejmującym inicjację, uzupełnienie danych oraz odrębny akt potwierdzenia złożenia oświadczenia. Implementacja art. 11a dyrektywy 2011/83/UE do prawa polskiego powinna zatem ujmować tę funkcję jako spójną całość organizacyjno-techniczną, a nie jako zbiór rozproszonych obowiązków, jeśli ma wiernie oddawać standard ochrony konsumenta przewidziany w prawie Unii.

Implementując art. 11a dyrektywy 2011/83/UE, ustawodawca krajowy powinien rozważyć doprecyzowanie minimalnych wymogów funkcjonalnych dotyczących „funkcji odstąpienia” w interfejsie internetowym, nie poprzestając na ogólnej klauzuli dostępności tego mechanizmu. W szczególności zasadne wydaje się normatywne określenie zarówno miejsca udostępnienia tej funkcji w strukturze interfejsu, jak i wymogu zastosowania odrębnego etapu potwierdzenia zamiaru konsumenta poprzez dodatkową czynność o charakterze decyzyjnym. Pierwszy z tych elementów ma znaczenie nie tylko techniczne, lecz także normatywne, ponieważ bezpośrednio wpływa na realny sposób wykonania obowiązku nałożonego na przedsiębiorcę oraz na faktyczną dostępność tego instrumentu dla konsumenta. Jako minimalny standard należałoby rozważyć takie ukształtowanie interfejsu, w którym opcja odstąpienia od umowy jest dostępna bezpośrednio przy informacji o zawartej umowie, ewentualnie w którym po jej wybraniu lub wyszukaniu w interfejsie konsument uzyskuje natychmiastowy dostęp do tej funkcji. Tego rodzaju doprecyzowanie ograniczałoby ryzyko implementacji rozwiązań pozornych lub nadmiernie sformalizowanych, a zarazem sprzyjałoby jednolitemu stosowaniu prawa oraz zwiększeniu pewności co do zakresu standardu ochrony konsumenta w środowisku cyfrowym.

Bibliografia/References

- Adrych-Brzezińska I. [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz*, red. W. Borysiak, wyd. 34, Warszawa 2025, Legalis
- Borysiak W. [w:] *Zobowiązania*, t. 5, *Przepisy pozakodeksowe. Komentarz*, red. P. Machnikowski, Warszawa 2025, Legalis
- Brożyna M., *Konsumenty i prawo do odwołania umowy*, Warszawa 2021, Legalis
- Czech T., *Prawa konsumenta. Komentarz*, Warszawa 2017
- Dickinson G.M., *Dark Patterns and Consumer Protection Law for App Makers*, https://www.researchgate.net/profile/Gregory-Dickinson-2/publication/400702824_Dark_Patterns_and_Consumer_Protection_Law_for_App_Makers/links/699b0956ca66ef6ab995c2c1/Dark-Patterns-and-Consumer-Protection-Law-for-App-Makers.pdf?, 2024
- Dziomdziora W., *Umowy dotyczące treści cyfrowych na gruncie ustawy o prawach konsumenta*, „internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2014/8(3)
- Gołaczyński J., *Pojęcie dokumentu elektronicznego w prawie cywilnym*, „Przegląd Prawa i Administracji” 2023, t. 133
- Górecka K., *Ochrona konsumenta usług bankowych jako słabszej strony stosunku prawnego na przykładzie wybranych uprawnień* [w:] *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, red. M. Boratyńska, Warszawa 2016

36 Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm. – dalej u.o.k.k.



Izdebski P., Czy akcjonariusz jest konsumentem? [w:] *Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce. Prawo i podatki (praca zbiorowa)*, Poznań 2017

Jabłonowska A., *EU Consumer Law and Technology* [w:] *Research Handbook on Law and Technology*, red. R. Brownsword, E. Scotford, K. Yeung, Cheltenham–Northampton 2023

Jagielska M., Środki ochrony słabszej strony umowy w umowach zawieranych na odległość (uwagi na tle ustawy z dnia 30.5.2014 r. o prawach konsumentów) [w:] *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, red. M. Boratyńska, Warszawa 2016

Kawalko A., Witczak H., *Prawo cywilne*, Warszawa 2008

Kocot W., Kondek J.M., *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumenta (cz. I)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2014/11

Kocot W.J., Kondek J.M., *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumenta (cz. II)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2014/12

Kołodziej A. [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz*, red. D. Lubasz, M. Namysłowska, Warszawa 2015, Legalis

Koszowski M., Ciężar dowodu w przypadku niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, „Przegląd Legislacyjny” 2012/4

Luguri R., Strahilevitz L.J., *Shining a Light on Dark Patterns*, „Journal of Legal Analysis” 2021/1

Machnikowski P. [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz*, red. E. Gniewek, P. Machnikowski, Warszawa 2025, Legalis

Małkowski S., Charakter prawny umowy *Software as a Service* w polskim systemie prawnym, „Prawo Mediów Elektronicznych” 2022/4

Mathur A. i in., *Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites*, „Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction” 2019/CSCW

De Miguel Asensio P.A., *Novedades en la regulación de los contratos en línea en la Directiva (UE) 2023/2673*, „La Ley Unión Europea” 2023/120

Miranda Serrano L.M., *Nuevas reglas de la UE relativas al desistimiento del consumidor en los contratos celebrados a distancia*, „Cuadernos de Derecho Transnacional” 2025/1

Muñoz Pérez A.F., *Practices manipulative of artificial intelligence and consumer protection*, „Review of International & European Economic Law” 2024/6

Namysłowska M., *The Silent Death of EU Consumer Law and Its Resilient Revival: Reinventing Consumer Protection Against Unfair Digital Commercial Practices*, „Journal of Consumer Policy” 2025, t. 48

Pzyżak-Szafrnicka M., Wygaśnięcie zobowiązań [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 6, *Prawo zobowiązań – część ogólna*, red. A. Olejniczak, Warszawa 2014

Rott P., *Digital Fairness and the Burden of Proof*, „Journal of Consumer Policy” 2025, t. 48

Skory M. [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, Warszawa 2014

Sobolewski P. [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz*, red. W. Borysiak, wyd. 34, Warszawa 2025, Legalis

Zagrobelny K. [w:] *Podstawy prawa cywilnego*, red. E. Gniewek, Warszawa 2011

Abstract

dr hab. Jakub Jan Zięty,

University of Warmia and Mazury professor
University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Faculty
of Law and Administration, Department of Economic
and Commercial Law, Olsztyn, Poland
(ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1243-3394>)

Karol Rulka

University of Warmia and Mazury in Olsztyn,
Faculty of Law and Administration, Department
of Economic and Commercial Law, Olsztyn, Poland
(ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6264-4220>)

Authors' contributions:

Jakub Jan Zięty – 50%

Karol Rulka – 50%

A New Consumer Protection Mechanism Resulting from the Changes Introduced by EU Directive 2023/2673. Are Amendments to Polish Regulations Necessary?

Keywords: right to withdraw from a contract, distance contracts, consumer protection, web interface, entrepreneur's obligations, new obligations in EU law

The aim of the article is to present the changes provided for in Article 11a of Directive 2011/83/EU, inserted by Directive (EU) 2023/2673. This provision obliges the entrepreneur to provide a function in the web interface so as to enable the consumer to withdraw from a distance contract in a manner consistent with the mechanism of entry into it. In order to discuss the changes, the current model of exercising the right of withdrawal is presented. Then, the scope of changes resulting from the new regulation is indicated, with particular emphasis on technical and organizational obligations on the part of the entrepreneur. The summary concludes that Article 11a of Directive 2011/83/EU does not modify the content of the right of withdrawal, but establishes a new, separate obligation of a technical and organizational nature for the entrepreneur regarding the manner of exercising this right, relating to the web interface architecture. The authors indicate that the implementation of Article 11a of Directive 2011/83/EU requires a separate regulation in Polish law, not an extension of Article 30 of the Consumer Rights Act.