

**Witold Chomiczewski • Hubert Kutkiewicz  
Kinga Majczak-Górecka • Monika Susańko  
Adam Szkurłat • Michał Żmijewski**

# **HANDEL ELEKTRONICZNY**

## **Praktyczny poradnik**

**Praca zbiorowa pod redakcją Witolda Chomiczewskiego**



**ODDK Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa  
Gdańsk 2022**

## Spis treści

Wykaz skrótów .....	13
<b>WPROWADZENIE</b> .....	17
<b>Rozdział 1. Ramy prawne handlu elektronicznego</b> .....	17
<b>Rozdział 2. Podstawowe pojęcia</b> .....	19
2.1. Świadczenie usług drogą elektroniczną .....	19
2.1.1. Świadczenie usługi bez jednoczesnej obecności stron .....	20
2.1.2. Świadczenie usługi poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy .....	22
2.1.3. Przesyłanie i otrzymywanie usługi za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, włącznie z kompresją cyfrową, i przechowywania danych .....	22
2.1.4. Usługa w całości nadawana, odbierania lub transmitowana za pomocą sieci telekomunikacyjnej w rozumieniu Prawa telekomunikacyjnego .....	23
2.1.5. Odpłatność – dodatkowa przesłanka? .....	24
2.1.6. Wyłączenia .....	25
2.2. Umowa zawarta na odległość .....	26
2.2.1. Geneza regulacji .....	26
2.2.2. Aktualnie obowiązujące przepisy prawa krajowego .....	29
2.2.3. Elementy konstrukcyjne umowy zawieranej na odległość .....	31
2.2.3.1. Umowa zawierana między przedsiębiorcą a konsumentem .....	31
2.2.3.2. Zawarcie umowy następuje w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość .....	31
2.2.3.3. Brak jednoczesnej fizycznej obecności stron .....	32
2.2.3.4. Wyłączne wykorzystanie jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie .....	33
2.2.3.5. Podsumowanie .....	33
2.3. Usługodawca .....	34
2.3.1. Kwestia uboczności prowadzenia działalności zawodowej lub gospodarczej, w ramach której świadczone są usługi drogą elektroniczną .....	35
2.3.2. Świadczenie usług drogą elektroniczną w ramach działalności zarobkowej lub zawodowej .....	36
2.4. Usługobiorca .....	38
2.5. Konsument .....	39
2.6. Przedsiębiorca jednoosobowy, do którego stosuje się część ochrony konsumentkiej .....	41
2.6.1. Przedsiębiorcy objęci ochroną konsumentką .....	44

2.6.2. Zawarcie umowy jako element niezbędny dla uzyskania ochrony konsumenckiej . . . . .	46
2.6.3. Bezpośredni związek z działalnością gospodarczą . . . . .	48
2.6.4. Charakter zawodowy umowy zawieranej przez przedsiębiorcę . . . . .	52
2.6.5. CEIDG jako instrument weryfikacyjny zawodowego charakteru umowy . . . . .	54
<b>Rozdział 3. Zasada państwa pochodzenia . . . . .</b>	<b>56</b>
3.1. Istota zasady . . . . .	56
3.2. Siedziba . . . . .	58
3.3. Charakter prawny zasady . . . . .	60
3.4. Odstępstwa od zasady państwa pochodzenia . . . . .	62
3.5. Zasada państwa pochodzenia a rozstrzygnięcie sporów . . . . .	64
<b>Rozdział 4. Ograniczenia dotyczące handlu elektronicznego . . . . .</b>	<b>65</b>
4.1. Napoje alkoholowe . . . . .	65
4.1.1. Zakaz sprzedaży na odległość . . . . .	65
4.1.1.1. Działalność reglamentowana wykonywana na podstawie zezwolenia . . . . .	65
4.1.1.2. Interpretacja zakresu stosowania u.o.w.w.t. dokonywana przez organy administracyjne i sądy . . . . .	67
4.1.1.3. Miejsce sprzedaży napojów alkoholowych . . . . .	68
4.1.1.4. Próba podejścia alternatywnego . . . . .	69
4.1.2. Zakaz reklamy napojów alkoholowych . . . . .	72
4.2. Wyroby tytoniowe, papierosy elektroniczne i pojemniki zapasowe . . . . .	74
4.2.1. Zakaz sprzedaży na odległość . . . . .	74
4.2.2. Zakaz reklamy . . . . .	78
4.3. Produkty lecznicze . . . . .	80
<b>Rozdział 5. Ogólne obowiązki informacyjne każdego usługodawcy . . . . .</b>	<b>83</b>
5.1. Wprowadzenie . . . . .	83
5.2. Adres elektroniczny . . . . .	86
5.3. Imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres albo nazwa lub firma oraz siedziba i adres usługodawcy, numer NIP . . . . .	86
5.4. Informacja o posiadaniu zezwoleń na wykonywanie usług drogą elektroniczną. . . . .	87
5.5. Informacja o spełnieniu ustawowych wymagań do wykonywania zawodu . . . . .	88
<b>CZĘŚĆ I. KONTRAKTOWANIE W E-HANDLU . . . . .</b>	<b>91</b>
<b>Rozdział 1. Formy zawierania umów w handlu elektronicznym . . . . .</b>	<b>91</b>
1.1. Uwagi ogólne . . . . .	91
1.2. Forma dokumentowa . . . . .	93
1.2.1. Źródła regulacji Kodeksu cywilnego . . . . .	93
1.2.2. Wymagania formy dokumentowej . . . . .	95
1.2.2.1. Dokument . . . . .	95

1.2.2.2. Złożenie oświadczenia w sposób umożliwiający ustalenie osoby składającej oświadczenie .....	99
1.2.3. Stosowanie formy dokumentowej .....	103
1.3. Forma elektroniczna .....	107
1.3.1. Regulacje prawne .....	107
1.3.2. Przesłanki formy elektronicznej .....	109
1.3.2.1. Oświadczenie w postaci elektronicznej .....	109
1.3.2.2. Kwalifikowany podpis elektroniczny .....	110
1.4. Skutki niezachowania formy dokumentowej lub elektronicznej .....	117
<b>Rozdział 2. Regulamin</b> .....	119
2.1. Uwagi ogólne .....	119
2.2. Obowiązkowa treść regulaminu .....	122
2.3. Problematyka niedozwolonych postanowień umownych .....	129
2.3.1. Uwagi ogólne .....	129
2.3.2. Przesłanki warunkujące niedozwolony charakter klauzuli umownej .....	130
2.3.3. Kontrola klauzul umownych pod kątem ich niedozwolonego charakteru .....	134
2.3.4. Lista tzw. szarych klauzul umownych .....	136
2.4. Dodatkowe wymogi wobec platform internetowych (rozporządzenie 2019/1150) .....	141
2.4.1. Uwagi ogólne .....	141
2.4.2. Zakres stosowania rozporządzenia 2019/1150 .....	142
2.4.3. Wymogi dotyczące treści warunków korzystania z usług na gruncie rozporządzenia 2019/1150 .....	145
2.4.4. Konsekwencje naruszenia przepisów rozporządzenia 2019/1150 .....	152
<b>Rozdział 3. Ochrona konsumentów w umowach zawieranych na odległość</b> .....	153
3.1. Obowiązki informacyjne .....	153
3.1.1. Zakres i moment realizacji obowiązku informacyjnego .....	153
3.1.2. Moment realizacji obowiązku informacyjnego .....	159
3.1.3. Wymagania dotyczące sposobu komunikacji informacji .....	165
3.1.4. Sankcje za naruszenie obowiązków informacyjnych .....	169
3.2. Prawo odstąpienia .....	174
3.2.1. Uwagi ogólne .....	174
3.2.2. Rozszerzenie uprawnień konsumenckich na przedsiębiorców .....	177
3.2.3. Realizacja prawa odstąpienia .....	180
3.2.3.1. Oświadczenie o odstąpieniu od umowy .....	180
3.2.3.2. Termin do odstąpienia od umowy .....	184
3.2.4. Skutki odstąpienia od umowy .....	192
3.2.4.1. Uznanie umowy za niezawartą .....	192
3.2.4.2. Zasady rozliczeń między stronami w związku z realizacją prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa .....	194
3.2.5. Wyłączenie prawa do odstąpienia od umowy .....	197

<b>CZĘŚĆ II. DANE OSOBOWE I PLIKI COOKIES</b> .....	201
<b>Rozdział 1. Dane osobowe w handlu internetowym.</b> .....	201
1.1. Kluczowe pojęcia .....	201
1.1.1. Dane osobowe .....	201
1.1.1.1. Wszelkie informacje .....	203
1.1.1.2. Związek informacji z daną osobą .....	204
1.1.1.3. Zidentyfikowanie lub możliwość zidentyfikowania osoby .....	204
1.1.1.4. Osoba fizyczna .....	205
1.1.2. Administrator .....	206
1.1.3. Podmiot przetwarzający .....	210
1.1.4. Przetwarzanie .....	212
1.1.5. Profilowanie .....	216
1.2. Zasady przetwarzania .....	219
1.2.1. Zasada legalności i rzetelności .....	220
1.2.2. Zasada przejrzystości .....	221
1.2.3. Zasada ograniczenia celu .....	222
1.2.4. Zasada minimalizacji danych .....	222
1.2.5. Zasada prawidłowości .....	223
1.2.6. Zasada ograniczenia przetwarzania .....	223
1.2.7. Zasada integralności i poufności .....	224
1.2.8. Zasada rozliczalności .....	225
1.3. Przesłanki legalizujące przetwarzanie istotne w e-handlu .....	226
1.3.1. Zgoda .....	228
1.3.1.1. Dobrowolność .....	228
1.3.1.2. Konkretność .....	230
1.3.1.3. Świadomość .....	230
1.3.1.4. Jednoznaczność .....	231
1.3.1.5. Wycofanie zgody .....	231
1.3.1.6. Zgoda dziecka .....	232
1.3.2. Wykonanie umowy .....	232
1.3.2.1. Działanie przed zawarciem umowy .....	232
1.3.2.2. Wykonanie umowy .....	234
1.3.3. Wykonanie obowiązku prawnego ciążącego na administratorze .....	235
1.3.4. Prawnie uzasadniony interes administratora lub strony trzeciej .....	236
1.3.4.1. Cel wynikający z prawnie uzasadnionego interesu .....	236
1.3.4.2. Niezbędność przetwarzania .....	237
1.3.4.3. Podstawowe prawa i wolności podmiotu danych .....	237
1.3.4.4. Test równowagi .....	238
1.4. Prawa podmiotów danych .....	239
1.4.1. Obowiązek informacyjny – art. 13 i art. 14 RODO .....	239
1.4.2. Prawa podmiotu danych realizowane na jego żądanie – art. 15–22 RODO .....	242
1.4.2.1. Forma realizacji praw podmiotów danych .....	243

---

1.4.2.2. Termin realizacji praw podmiotów danych . . . . .	243
1.4.2.3. Sankcja za naruszenie . . . . .	244
1.4.2.4. Katalog praw podmiotów danych . . . . .	244
1.5. Polityka prywatności jako centralny dokument dotyczący ochrony danych osobowych i prywatności . . . . .	253
<b>Rozdział 2. Pliki cookies</b> . . . . .	255
2.1. Istota plików <i>cookies</i> i innych zbliżonych technologii . . . . .	255
2.2. Przesłanki legalizujące stosowanie plików <i>cookies</i> . . . . .	261
2.2.1. Obowiązek informacyjny (art. 173 ust. 1 pkt 1 p.t.) . . . . .	262
2.2.2. Zgoda użytkownika na <i>cookies</i> (art. 173 ust. 1 pkt 2 p.t.) . . . . .	264
2.2.3. Brak zmian konfiguracyjnych w urządzeniu końcowym i zainstalowanym oprogramowaniu (art. 173 ust. 1 pkt 3 p.t.) . . . . .	268
2.3. Pliki <i>cookies</i> a dane osobowe. . . . .	268
2.4. Projektowane zmiany dotyczące zasad korzystania z <i>cookies</i> . . . . .	272
<b>Rozdział 3. Regulacja antyspamowa</b> . . . . .	274
3.1. Dualizm regulacji . . . . .	274
3.2. Zakaz przesyłania niezamówionej informacji handlowej – art. 10 u.ś.u.d.e. . . . .	276
3.2.1. Zamówienie informacji handlowej . . . . .	277
3.2.2. Oznaczony odbiorca będący osobą fizyczną . . . . .	283
3.2.3. Przesyłanie niezamówionej informacji handlowej za pomocą środków komunikacji elektronicznej . . . . .	285
3.2.4. Przesyłanie niezamówionej informacji handlowej jako czyn nieuczciwej konkurencji . . . . .	285
3.2.5. Środki ochrony konsumenta w przypadku przesyłania niezamówionych informacji handlowych . . . . .	286
3.2.6. Odpowiedzialność karna za przesyłanie niezamówionej informacji handlowej . . . . .	287
3.3. Zakaz używania telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego – art. 172 p.t. . . . .	288
3.3.1. Telekomunikacyjne urządzenia końcowe i automatyczne systemy wywołujące . . . . .	288
3.3.1.1. Telekomunikacyjne urządzenie końcowe . . . . .	288
3.3.1.2. Automatyczne systemy wywołujące . . . . .	289
3.3.2. Marketing bezpośredni . . . . .	290
3.3.3. Zgoda na otrzymywanie komunikatów . . . . .	292
3.3.4. Sankcje za używanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego bez zgody abonenta lub użytkownika końcowego . . . . .	294
3.4. Projekt ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej w kontekście nowych regulacji antyspamowych . . . . .	295

<b>CZĘŚĆ III. OCHRONA WŁASNOŚCI INTELKTUALNEJ W INTERNECIE ORAZ WYŁĄCZENIA ODPOWIEDZIALNOŚCI USŁUGODAWCÓW INTERNETOWYCH</b> .....	297
<b>Rozdział 1. Ochrona własności intelektualnej w Internecie</b> .....	297
1.1. Prawo ochronne na znak towarowy .....	298
1.1.1. Istota prawa .....	298
1.1.1.1. Pojęcie znaku towarowego .....	298
1.1.1.2. Udzielenie prawa ochronnego na znak towarowy .....	300
1.1.1.3. Istota prawa ochronnego na znak towarowy .....	305
1.1.2. Ochrona prawa .....	306
1.1.2.1. Naruszenie prawa ochronnego na znak towarowy .....	306
1.1.2.2. Roszczenia cywilnoprawne .....	308
1.1.2.3. Ochrona prawnokarna .....	310
1.1.3. Wybrane kwestie dotyczące znaków towarowych w kontekście handlu elektronicznego .....	310
1.1.3.1. Wykorzystanie cudzego znaku towarowego w reklamie internetowej .....	310
1.1.3.2. Wykorzystanie cudzego znaku towarowego w hasztagach .....	311
1.1.3.3. Wykorzystanie cudzego znaku towarowego w adresie strony www .....	312
1.1.3.4. Nabycie prawa do korzystania ze znaku towarowego .....	312
1.2. Prawa autorskie .....	313
1.2.1. Istota prawa .....	313
1.2.1.1. Źródła prawa .....	313
1.2.1.2. Przedmiot ochrony – definicja utworu .....	314
1.2.1.3. Prawa autorskie do utworu .....	317
1.2.1.4. Programy komputerowe .....	319
1.2.1.5. Korzystanie z cudzego utworu .....	320
1.2.1.6. Prawa zależne .....	326
1.2.1.7. Dozwolony użytek – prawo cytatu .....	326
1.2.2. Ochrona prawa .....	327
1.2.2.1. Ochrona osobistych praw autorskich .....	328
1.2.2.2. Ochrona majątkowych praw autorskich .....	328
1.2.2.3. Jurysdykcja w sprawach o naprawienie szkody wyrządzonej naruszeniem praw autorskich .....	329
1.2.2.4. Ochrona prawnokarna .....	330
1.2.3. Wybrane kwestie na styku prawa autorskiego i handlu elektronicznego ..	332
1.2.3.1. Strona internetowa jako utwór .....	332
1.2.3.2. Prawa autorskie w mediach społecznościowych .....	334
1.2.3.3. Linkowanie w Internecie .....	335
1.2.3.4. Regulaminy i inne dokumenty formalne na stronie internetowej ..	337
1.3. Prawa <i>sui generis</i> do baz danych .....	338

1.3.1. Istota prawa	338
1.3.1.1. Pojęcie bazy danych	339
1.3.1.2. Producent bazy danych	344
1.3.1.3. Pobieranie danych	346
1.3.1.4. Wtórne wykorzystanie	348
1.3.2. Ochrona prawa <i>sui generis</i> do baz danych	349
1.3.2.1. Naruszenie prawa <i>sui generis</i> do baz danych	349
1.3.2.2. Roszczenia cywilnoprawne	350
1.3.2.3. Ochrona prawnokarna	353
1.3.3. Wybrane kwestie dotyczące baz danych w kontekście handlu elektronicznego	353
1.3.3.1. Agregacja danych	353
1.3.3.2. Typowe dla e-commerce rodzaje baz danych	354
1.3.3.3. Nabywanie praw <i>sui generis</i> do baz danych	355
<b>Rozdział 2. Wyłączenia odpowiedzialności usługodawców internetowych</b>	<b>355</b>
2.1. Istota regulacji i przyczyny jej wprowadzenia	355
2.2. Przegląd możliwych podstaw odpowiedzialności usługodawców internetowych	359
2.2.1. Ogólna zasada odpowiedzialności na podstawie art. 415 k.c.	359
2.2.1.1. Zawiniony czyn człowieka	359
2.2.1.2. Szkoda	360
2.2.1.3. Adekwatny związek przyczynowy pomiędzy zawinionym czynem sprawcy a szkodą	361
2.2.2. Odpowiedzialność z tytułu naruszenia dóbr osobistych – art. 24 k.c.	361
2.2.3. Odpowiedzialność za naruszenie prawa do firmy – art. 43 <sup>10</sup> k.c.	364
2.2.4. Odpowiedzialność na podstawie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – art. 3 u.z.n.k oraz przepisy części szczegółowej	366
2.2.4.1. Podjęcie działania ocenianego jako czyn nieuczciwej konkurencji w związku z działalnością gospodarczą	367
2.2.4.2. Działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami	368
2.2.4.3. Zagrażanie interesowi innego przedsiębiorcy lub klienta lub naruszanie go	369
2.2.4.4. Najważniejsze czyny nieuczciwej konkurencji z części szczegółowej u.z.n.k.	369
2.2.5. Odpowiedzialność z tytułu naruszenia praw autorskich, praw własności przemysłowej oraz prawa do bazy danych	374
2.3. Wyłączenie odpowiedzialności usługodawcy świadczącego usługi zwykłego przekazu	374
2.3.1. Podmioty świadczące usługi zwykłego przekazu	374
2.3.2. Wyłączenie odpowiedzialności na podstawie art. 12 ust. 1 u.ś.u.d.e.	374
2.3.2.1. Brak inicjowania przekazu danych	375
2.3.2.2. Brak wyboru odbiorcy przekazu danych	376



---

2.3.2.3. Brak wyboru oraz modyfikacji informacji zawartych w przekazie .....	377
2.3.3. Wyłączenie odpowiedzialności na podstawie art. 12 ust. 2 u.ś.u.d.e. ....	377
2.3.3.1. Automatyczne przechowywanie transmitowanych danych. ....	378
2.3.3.2. Przechowywanie w celu realizacji transmisji .....	378
2.3.3.3. Przechowywanie nie dłużej niż jest to konieczne dla realizacji transmisji .....	378
2.3.4. Planowane zmiany .....	379
2.4. Wyłączenie odpowiedzialności usługodawcy świadczącego usługę <i>cachingu</i> ...	380
2.4.1. Usługodawca świadczący usługę <i>cachingu</i> .....	380
2.4.2. Warunki wyłączenia odpowiedzialności .....	381
2.4.2.1. Brak modyfikacji danych .....	382
2.4.2.2. Stosowanie technik informatycznych określających parametry dostępu do danych oraz ich aktualizacji .....	383
2.4.2.3. Brak zakłócania technik informatycznych obejmujących zbieranie informacji o korzystaniu z danych .....	384
2.4.2.4. Niezwłoczne usunięcie danych albo uniemożliwienie dostępu do nich .....	385
2.4.3. Planowane zmiany .....	386
2.5. Wyłączenie odpowiedzialności usługodawcy świadczącego usługę <i>hostingu</i> ...	387
2.5.1. Podmiot udostępniający zasoby systemu teleinformatycznego. ....	387
2.5.2. Warunki wyłączenia odpowiedzialności .....	389
2.5.2.1. Brak wiedzy o bezprawnym charakterze danych lub związanej z nimi działalności. ....	390
2.5.2.2. Niezwłoczne uniemożliwienie dostępu do danych .....	398
2.5.3. Wyłączenie odpowiedzialności kontraktowej .....	399
2.5.4. Wyłączenie zastosowania art. 14 ust. 1–3 u.ś.u.d.e. ....	402
2.5.5. Planowane zmiany .....	403
2.6. Monitorowanie treści .....	403
Bibliografia .....	407