

# TREŚĆ UMOWY O USŁUGI TURYSTYCZNE W KONTEKŚCIE ZMIAN PRZEPISÓW DOTYCZĄCYCH IMPREZ TURYSTYCZNYCH

DOI: 10.26399/iusnovum.v12.1.2018.02/a.kosinska-madera

AGATA KOSIŃSKA-MADERA \*

## 1. WSTĘP

W doktrynie jednoznacznie podkreśla się, iż prowadzenie działalności profesjonalnej uzasadnia zwiększone oczekiwania otoczenia – w tym i konsumentów – co do wiedzy, umiejętności, skrupulatności, rzetelności, zapobiegliwości i zdolności przewidywania podmiotów profesjonalnych. Zatem, to od podmiotów profesjonalnych, w komentowanym przypadku organizatorów turystyki, można wymagać więcej, co jest uzasadnione założeniem, iż posiadają oni określonego rodzaju kompetencje do prowadzenia działalności w zakresie organizacji turystyki. Jak jednakże wskazuje P. Kaflik (2016), nie można oczekiwać, „(...)aby wszyscy uczestnicy obrotu profesjonalnego mieli taką samą możliwość oceny ryzyka występującego w każdej branży”<sup>1</sup>. Przy ocenie działań podejmowanych przez podmioty profesjonalne konieczne jest zatem wybranie (dookreślenie) odpowiednich mierników staranności, które powinny różnić się w zależności od branży. Nieodłącznym elementem umowy o usługi turystyczne (in. umowy o imprezę turystyczną, podróż, czy wycieczkę), a zarazem czynnikiem wyróżniającym rzeczoną umowę od innych rodzajów, czy kategorii podziału umów, jest obowiązek organizatora turystyki dotyczący świadczenia opieki nad uczestnikami imprezy turystycznej<sup>2</sup>. To właśnie rzeczony obowiązek stanowi podstawowy

\* mgr prawa, agata.kosinska@amu.edu.pl

<sup>1</sup> P. Kaflik, *Glosa do wyroku s. apel. z dnia 1 kwietnia 2015 r., I ACa 1431/14*, [w:] *Glosa 2016*, nr 2, s. 46–50 (dostęp: Lex Omega).

<sup>2</sup> P. Cybula (2012) wskazuje – „W literaturze za charakterystyczne elementy kształtujące naturę stosunku prawnego z omawianej umowy, których eliminacja lub istotne zniekształcenie powinno być wykluczone, proponuje się uznać: świadczenie usług w ściśle określonym czasie w przyszłości, ekwiwalentność świadczeń stron umowy, integralność i kompleksowość świadczenia, **obowiązek organizatora podróży do zapewnienia opieki nad uczestnikami** oraz obowiązek współdziałania uczestników w realizacji programu podróży” (P. Cybula, *Usługi turystyczne. Komentarz*, Warszawa 2012, dostęp: Lex Omega). Często wskazuje się zatem, iż ww. należy uznać za elementy rudymentalne umowy

miernik oceny działań podejmowanych przez podmioty profesjonalne. Sama nazwa ww. „zadania” intuicyjnie może powodować skojarzenia, iż obowiązek ten powstaje jedynie w czasie trwania imprezy turystycznej, gdzie, co do zasady, spełniany jest przez osoby związane z wykonaniem usługi (np. różnego rodzaju podwykonawców, pilota wycieczki, przewodnika turystycznego, czy rezydenta). Wniosek ten należy uznać jednakże za błędny, czego potwierdzeniem są normy prawa wyrażone w przepisach dotyczących imprez turystycznych. Jego realizacja zaczyna się w zasadzie od ochrony zaufania konsumenckiego, traktowanego jako wartość społeczna, jak i ekonomiczna. Ochrona słabszej strony kontraktu, konsumenta, sprowadza się w zasadzie do ochrony zaufania, co wymusza na prawodawcy konieczność podejmowania działań w zakresie tworzenia regulacji – mechanizmów ułatwiających prawidłowe funkcjonowanie podmiotom profesjonalnym, na przykład w zakresie prawa umów (zawarcia i realizacji), taka by konsument zyskał pewność co do określonego rozwoju zdarzeń (spełnienia zobowiązania). Już Z. Radwański (2010) zauważał, iż konsument musi być chroniony przed niebezpieczeństwami wynikającymi z cechującego go zaufania, uwidaczniającego się w nieświadomości rynkowej oraz braku wystarczającej wiedzy na temat zjawisk zachodzących w gospodarce<sup>3</sup>.

To informacja ma podstawowe znaczenie w „(...)prawidłowym i świadomym kształtowaniu praw i obowiązków stron i w należyтым wykonaniu zawartej umowy”<sup>4</sup>, co pozytywnie wpływa na proces stosowania prawa (głównie prawa zobowiązań), a pośrednio również na obrót gospodarczy. Warto przy tym zaznaczyć, iż reżimy konsumenckie posiadają specyficzną cechę, gdzie informacja ma znaczenie nie tylko na etapie przedkontraktowym, ale również podczas zawierania umowy, czy po jej zawarciu. Prawidłowe spełnienie obowiązku informacyjnego jest wyrazem spełnienia opieki nad uczestnikami imprezy turystycznej (ew. potencjalnymi uczestnikami, do których kierowana jest oferta organizacji podróży), a przeto ochrony ich zaufania. Oczywiście, prawo konsumenta do informacji kształtowane jest już na poziomie reżimu konstytucyjnego, jednakże jego realizacja bez wątpienia gwarantowana jest normami prawa cywilnego, które to normy nakładają na podmioty profesjonalne pewne ściśle określone obowiązki. Za P. Mikłaszewicz (2008) należy zatem stwierdzić, iż „Zapewnieniu konsumentowi dostępu do informacji służą instrumenty części ogólnej prawa cywilnego (zasady wykładni oświadczeń woli, podstawowe mechanizmy prawne zawierania umów, wady oświadczenia woli), pewne szczególne rozwiązania przyjmowane z myślą o obrocie z udziałem konsumentów (kontrola abuzywności postanowień nieuzgod-

---

o świadczenie usług turystycznych, dla porównania W. Kurek (2007) konkluduje, iż chodzi o następujące elementy: (1) układ podmiotowy umowy, (2) kompleksowy charakter świadczenia, (3) zryczałtowana odpłatność za świadczenie, (4) świadczenie przez podmiot profesjonalny opieki na uczestnikiem imprezy turystycznej (zob. W. Kurek, *Turystyka*, Warszawa 2007; por. J. Gospodarek, *Prawo w turystyce i rekreacji*, Bydgoszcz–Warszawa 2003).

<sup>3</sup> Z. Radwański, *Kodeks cywilny wymaga unowocześnień*, [w:] „Kancelaria” 2010, nr 7–8, s. 18; ciekawie na temat zaufania jako gwaranta wykonania zobowiązania zob. M. Grochowski, *Venire contra factum proprium a zaufanie i „słabość sytuacyjna”*, [w:] M. Boratyńska (red.), *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, Warszawa 2016 (dostęp: Lex Omega).

<sup>4</sup> P. Mikłaszewicz, *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2008 (dostęp: Lex Omega).

nionych indywidualnie, konstrukcja odstąpienia od umowy w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa), szczegółowe obowiązki informacyjne ustanawiane z myślą o określonych umowach nazwanych oraz inne bardziej generalne mechanizmy, takie jak ogólne wymogi dotyczące sposobu wykonania zobowiązania czy też doktrynalne konstrukcje obowiązku lojalności (uczciwości) kontraktowej. Realizacja prawa konsumenta do informacji w sferze stosunków kontraktowych następuje przez stosowanie wszystkich wymienionych mechanizmów, przy czym każdy z nich działa w odmienny sposób i na innym <polu><sup>5</sup>. Zasadnicza jest zatem kwestia do jakich informacji ma prawo konsument usług turystycznych oraz jak to prawo jest realizowane. Obowiązek rzetelnej oraz prawdziwej informacji kontrahenta o umowie należy do cech generalnych (podstawowych) prawa umów, a wypływa z obowiązku zachowania lojalności i profesjonalizmu we wszystkich stadiach stosunku prawnego.

Co do zasady, w reżimie umowy o usługi turystyczne można wyróżnić następujące kategorie obowiązków informacyjnych podmiotów profesjonalnych:

- informacje przedkontraktowe, tj. informacje udzielane przed zawarciem umowy o usługi turystyczne;
- **informacje umowne, tj. informacje zawarte w umowie**<sup>6</sup>;
- informacje udzielane przed rozpoczęciem podróży<sup>7</sup>.

Niniejsze opracowanie konkretyzuje problematykę informacji umownych (informacji zawartych w umowie), gdyż zasadne jest wskazanie, iż podmioty profesjonalne „komunikują się” z konsumentami również za pomocą treści umowy, w której zawarte są podstawowe informacje dotyczące świadczonych usług turystycznych, a zatem konsumenci powinni szczególną uwagę poświęcić analizie owej treści. Oczywiście jest, iż brak równorzędności pomiędzy podmiotami profesjonalnymi, a konsumentami na jakimkolwiek rynku usług jest przejawem jego wadliwości, a przeto powoduje daleko idące zaburzenia konkurencji – przy czym, bardzo często wady te uzależnione są od wewnętrznych cech danego rynku<sup>8</sup>. Konsument zajmuje zatem pozycję przeciwną przedsiębiorcy (tak też konsument rozumiany jest w języku ekonomii), znajdując się na końcu łańcucha ekonomicznego (końcowy odbiorca dóbr i usług wytwarzanych przed podmioty profesjonalne)<sup>9</sup>.

---

<sup>5</sup> P. Mikłaszewicz, *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2008 (dostęp: Lex Omega).

<sup>6</sup> Zaznacza się, iż reżimy umów konsumenckich wymuszają nie tylko, aby posiadały one odpowiednią formę (utrwalenie jej treści), lecz również, aby w jej treści znalazły się ściśle określone informacje (m.in. o jej wykonywaniu z punktu widzenia potrzeb konsumenta, zob. B. Gnęła, *Umowa konsumencka w polskim prawie cywilnym i prywatnym międzynarodowym*, Warszawa 2013).

<sup>7</sup> W tym miejscu wskazuje się, iż w literaturze dokonuje się również innego podziału obowiązków informacyjnych podmiotów profesjonalnych, dla przykładu obowiązki informacyjne podmiotów profesjonalnych M. Sekuła-Lelena (2014) podzieliła na 3 kategorie, mianowicie: (1) obowiązki organizatora przed zawarciem umowy; (2) obowiązki organizatora wynikające z postanowień umowy; (3) obowiązki organizatora przed rozpoczęciem imprezy turystycznej (zob. M. Sekuła-Lelena, *Odpowiedzialność za szkodę niemajątkową wyrządzoną niewykonaniem umowy o imprezę turystyczną*, Warszawa 2014).

<sup>8</sup> J. Bazylińska, *Ochrona zbiorowych interesów konsumentów w prawie Unii Europejskiej i wybranych porządkach prawnych państw członkowskich*, Toruń 2012, s. 218.

<sup>9</sup> E. Łętowska, *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2004, s. 45 i n.

Stąd, w pierwszej kolejności w niniejszych rozważaniach zostaną wskazane najważniejsze cechy rynku turystycznego (kreowane przez specyfikę produktów turystycznych), dopiero następnie szczegółowo zostaną omówione kwestie związane z treścią komentowanej umowy.

## 2. PRODUKT TURYSTYCZNY JAKO ELEMENT UMOWY KONSTYTUUJĄCY JEJ TREŚĆ

Treść umowy o usługi turystyczne stanowi jeden z ważniejszych elementów konstytuujących jakość funkcjonowania umowy na rynku usług turystycznych. Poprzez ogromną transgraniczność zjawiska turystyki ww. problematyka ma swoje odzwierciedlenie w bogatym prawodawstwie europejskim, przede wszystkim w zakresie ochrony konsumenta.

Co do zasady, można przyjąć, iż impreza turystyczna, pod pewnymi względami, może być zaliczana do kategorii dóbr konsumenckich<sup>10</sup> – niemniej jednak, jest to dobro posiadające swoje osobliwe, specyficzne cechy. Termin impreza turystyczna, zgodnie z „nową” dyrektywą dotyczącą rynku turystycznego, tj. dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych, zmieniającą rozporządzenie (WE) 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylającą dyrektywę Rady 90/314/EWG (dalej jako: dyrektywa 2015/2302)<sup>11</sup>, został zasadniczo rozszerzony (art. 3 pkt 2). Stawiając wskazaną definicję w szerszej perspektywie należy podkreślić, iż impreza turystyczna będzie rodzajem produktu turystycznego (tj. zespołem elementów, w tym dóbr i usług, a także wyobrażeniem o nich, które są nabywane przez turystów w celu zaspokojenia potrzeb związanych z uprawianiem turystyki<sup>12</sup>). Jej obligatoryjne elementy i cechy będą kształtowane więc nie tylko przepisami prawa, ale będą uzależnione od nieodłącznych cech produktu turystycznego. Mianowicie, w odróżnieniu od innych dóbr konsumpcyjnych, można wyróżnić immanentne, a zarazem najważniejsze cechy produktu turystycznego, tj.: usługowy charakter, nieuchwytność, jedność czasu i miejsca wytwarzania oraz konsumpcji, niemożność magazynowania, nieprzenośność, złożoność, kompleksowość, swoisty brak właściciela; sezonowość<sup>13</sup>. W tym miejscu podkreślenia wymaga fakt, iż tak dobrany katalog cech będzie wyróżniał tylko i wyłącznie produkty turystyczne. Oczywiście, same produkty turystyczne można podzielić na różne ich rodzaje – za J. Kaczmarkiem, A. Stasiakiem i B. Włodarczykiem (2005) można wskazać następujące rodzaje produktów turystycznych: (1) produkt tury-

---

<sup>10</sup> Ew. „dóbr konsumpcyjnych”, przez które (na potrzeby niniejszego artykułu) rozumieć należy dobra (produkty) wytworzone w celu ich nabycia oraz późniejszego wykorzystania przez konsumenta.

<sup>11</sup> Dz. Urz. UE. L z 2015 r., poz. 326, str. 1; państwa członkowskie są zobligowane stosować przepisy dyrektywy od dnia 1 lipca 2018 r. (harmonizacja zupełna).

<sup>12</sup> Zob. W. Kurek, *Turystyka*, Warszawa 2007.

<sup>13</sup> R. Seweryn, *Produkt turystyczny i wyznaczniki jego atrakcyjności*, [w:] Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie 2005, nr 697, s. 71.

styczny rzecz, (2) produkt turystyczny usługa, (3) produkt turystyczny wydarzenie, (4) **produkt turystyczny impreza (in. produkt turystyczny – pakiet turystyczny)**, (5) produkt turystyczny obiekt, (6) produkt turystyczny szlak, (7) produkt turystyczny obszar<sup>14</sup>.

Przenosząc uwagi dotyczące produktu turystycznego na grunt niniejszych rozważań należy bezsprzecznie zauważyć, iż zasadnicze znaczenie dla zidentyfikowania i ewentualnej oceny katalogu obowiązków informacyjnych ma ustalenie ww. cech oraz kategorii podziału. Można bardzo wstępnie pokusić się o stwierdzenie, iż przepisy prawa są (a przynajmniej powinny być) od tych ww. uzależnione, a zatem ich konstrukcja powinna z nimi współgrać.

Turysta (ew. odwiedzający)/konsument/podróżny podejmuje decyzję o uczestnictwie/zakupie produktu turystycznego w postaci imprezy turystycznej pod wpływem pewnej idei, wyobrażenia. Jakość oferowanego klientom pod postacią zryczałtowanego zestawu usług (oraz pewnych korzyści) pakietu turystycznego zależy niemal wyłącznie od jego organizatora, tj. rzetelności i profesjonalizmu w wyborze jakości usług cząstkowych<sup>15</sup>. Przy czym, między innymi dzięki informacjom udzielanym przez podmiot profesjonalny konsument może powziąć podstawową wiedzę o rzeczonej jakości pakietu turystycznego. Impreza turystyczna, która jest postrzegana przez konsumenta jako swoistego rodzaju „przeżycie dostępne za określoną cenę” co do zasady może stanowić jedynie kombinację podstawowych elementów oferty turystycznej (dóbr i usług). W praktyce jednakże ma to marginalne zastosowanie, stąd struktura pakietów turystycznych jest bardzo zróżnicowana i obejmuje:

- **pakiet podstawowe**, tj. dobra i usługi turystyczne podstawowe, m.in. nocleg, wyżywienie, transport;
- **pakiet poszerzone**, tj. pakiet podstawowy, jak również usługi i dobra dodatkowe, zwiększające atrakcyjność oferty, na wybór których klient (turysta) zazwyczaj nie ma wpływu;
- **pakiet fakultatywne**, tj. elementy uzupełniające pakiet podstawowy (ewentualnie poszerzony), które turysta może zamówić za określoną dopłatą, dobierane swobodnie w różnych konfiguracjach<sup>16</sup> (ryc. 1).

Stąd, zadaniem niezwykle trudnym jest wybranie ogólnego katalogu informacji przekazywanych konsumentom. Katalog ten musi zatem być na tyle elastyczny, aby mógł obejmować wszystkie możliwości wykreowanych pakietów turystycznych.

W celu podjęcia decyzji konsument musi zatem posiadać pełen wachlarz rzetelnych i prawdziwych informacji dotyczących elementów składowych imprezy turystycznej (produktu turystycznego), a zatem wszelkich informacji dotyczących każdego jej elementu (m.in. dotyczących pakietu podstawowego, pakietu poszerzonego, pakietu fakultatywnego, czy miejsca docelowego). Dzięki nabyciu produktu turystycznego, gdzie decyzja zostaje podjęta na podstawie rzetelnie przeanalizowanych informacji „(...) konsument uzyskuje pewne dodatkowe korzyści stanowiące o jego atrakcyjności, jak: wygoda, wynikająca z otrzymania w jednym miejscu wszystkich

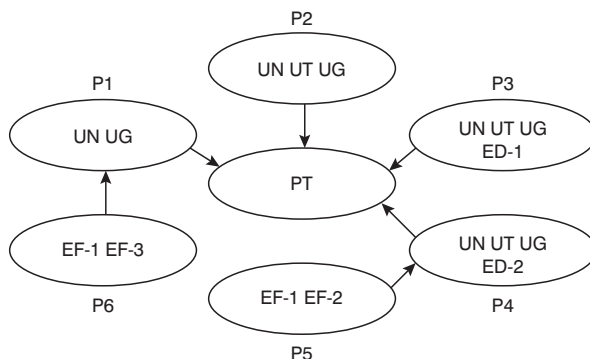
<sup>14</sup> J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny*, Warszawa 2005, s. 75–89.

<sup>15</sup> *Ibidem*, s. 91.

<sup>16</sup> *Ibidem*, s. 99.

usług, na dodatek zsynchronizowanych rzeczowo, przestrzennie i czasowo **oraz poczucie bezpieczeństwa**, związane z zagwarantowaniem świadczeń wcześniej, jeszcze w miejscu zamieszkania, a także z możliwością zogniskowania odpowiedzialności za ich niewykonanie lub niewłaściwe wykonanie na jednym podmiocie (organizatorze)<sup>17</sup>.

### Ryc. 1. Przykładowe struktury pakietów turystycznych



**Objaśnienia:** PT – produkt turystyczny; UN – usługa noclegowa; UG – usługa gastronomiczna; UT – usługa transportowa; ED-1, ED-2 – element dodatkowy; EF-1, EF-2, EF-3 – elementy fakultatywne; P1, P2 – pakiety podstawowe; P3, P4 – pakiety poszerzone; P5, P6 – pakiety fakultatywne.

Źródło: J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny*, Warszawa 2005, s. 99.

Reasumując podjęte rozważania z zakresu zagadnień teoretycznych dotyczących zjawiska turystyki niewątpliwie jest, iż każda (nawet najkrótsza) podróż wymaga zarówno przygotowania materialnego, jak i usługowego. Przygotowanie to należy do zadań strony podażowej (tj. organizatora turystyki), którego obowiązkiem jest wykreowanie propozycji potencjalnego produktu turystycznego (w komentowanym przypadku imprezy turystycznej), który po odpowiedniej ocenie przez potencjalnego turystę bądź odwiedzającego, po dokonaniu przez niego wyboru staje się realnym produktem turystycznym. Wyrazem wyboru przez konsumenta konkretnego produktu turystycznego będzie związanie się węzłem obligacyjnym, a zatem przystąpienie do umowy o usługi turystyczne. Zasadnicze pytanie jakie w tym miejscu się pojawia to kwestia, czy obligacyjna treść umowy nakładana przez przepisy prawa koresponduje z szczególnymi cechami jakie produkt turystyczny w postaci imprezy turystycznej posiada?

<sup>17</sup> R. Seweryn, *Produkt turystyczny i wyznaczniki jego atrakcyjności*, [w:] Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie 2005, nr 697, s. 76.

### 3. OBLIGATORYJNA TREŚĆ UMOWY O USŁUGI TURYSTYCZNE

#### 3.1. UWAGI NA TLE USTAWY Z DNIA 29 SIERPANIA 1997 R. O USŁUGACH TURYSTYCZNYCH ORAZ DYREKTYWY 90/314

Na poziomie wspólnotowym, jak i w wewnętrznym systemie prawa, uregulowane zostały kwestie związane z zagrożeniami jakie wiążą się z nabywaniem przez konsumenta imprezy turystycznej (pakietu usług turystycznych)<sup>18</sup>. Przepis art. 14 ust. 2 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych<sup>19</sup> (dalej jako: ustawa o usługach turystycznych) konkretyzuje elementy, które powinna posiadać każda umowa o usługi turystyczne. Kwestie dotyczące prawa do informacji odnoszące się do umowy o usługi turystyczne zostały zawarte w rozdziale 3 ustawy o usługach turystycznych, zatytułowanym „ochrona klienta” (ww. rozdział obejmuje przepisy art. 11-19a, w tym dotyczące prawa do informacji kontraktowej, bezpośrednio odnoszące się do treści umowy o usługi turystyczne).

Przyglądając się elementom umowy o usługi turystyczne wymienionym przez ustawodawcę można dokonać ich kategoryzacji, mianowicie:

- postanowienia dotyczące informacji o stronach umowy;
- postanowienia dotyczące praw i obowiązków stron umowy;
- postanowienia dotyczące imprezy turystycznej;
- postanowienia dotyczące reżimu prawnego umowy<sup>20</sup>.

Przed wszystkim należy zauważyć, iż prawodawca nie wskazał w art. 14 ust. 2, iż treść umowy o usługi turystyczne powinna zawierać podstawowe informacje dotyczące konsumenta – przede wszystkim dane służące jego identyfikacji (imię i nazwisko, adres zamieszkania, numer aktualnego dokumentu tożsamości, czy numer identyfikacji PESEL) – w przeciwieństwie do organizatora turystyki, które zostały ujęte w komentowanym przepisie. Wydaje się, iż można założyć, iż ww. należy uznać za oczywistą omyłkę ustawodawcy (przeoczenie). Niewątpliwie jest, iż dla ważności umowy potrzebne są zgodne oświadczenia woli przynajmniej dwóch podmiotów (w komentowanym przypadku zatem podmiotu profesjonalnego – organizatora turystyki oraz podmiotu nieprofesjonalnego – konsumenta).

---

<sup>18</sup> W tym miejscu warto zwrócić uwagę na twierdzenie B. Gnelli (2013) – zgodnie, z którym (...) *umowa o imprezę turystyczną jest kwalifikowana podmiotowo i przedmiotowo. Jednakże ustawa o usługach turystycznych, podobnie jak dyrektywa 90/314/EWG, nie regulują typu umowy o imprezę turystyczną, jedynie fragmentaryczne kwestie związane z zagrożeniami, jakie wiążą się dla konsumenta w związku z korzystaniem z pakietu usług turystycznych zwanych imprezą turystyczną* (B. Gnelli, *Umowa konsumencka w polskim prawie cywilnym i prywatnym międzynarodowym*, Warszawa 2013, dostęp: Lex Omega).

<sup>19</sup> Dz.U. z 2017 r., poz. 1553 z późn. zm.

<sup>20</sup> Oczywiście w literaturze można znaleźć również odmienny podział postanowień proponowanych przez ustawodawcę. Mianowicie: (1) dane umożliwiający identyfikację organizatora; (2) regulacje odnoszące się wprost do świadczeń będących przedmiotem umowy; (3) regulacje odnoszące się do zasad modyfikowania umowy lub jej rozwiązywania; (4) regulacje normujące tryb postępowania stron na wypadek zaistnienia nieprawidłowości przy wykonywaniu umowy (Delegatura UOKiK w Katowicach, *Raport z kontroli działalności organizatorów turystyki*, Warszawa-Katowice 2011, s. 8).

Przechodząc do meritum niniejszych rozważań należy dokonać krytycznej oceny przepisów dotyczących treści umowy. Przede wszystkim, zauważa się, iż co do zasady nakładają one obowiązek zawarcia umowy w formie pisemnej, niemniej jednak wątpliwości budzi obligatoryjna treść umowy zaproponowana przez ustawodawcę. Przepis nie pozostawia przeto żadnych wątpliwości interpretacyjnych, wyrażenie „umowa powinna określać” wyraźnie wskazuje, iż dookreślone przez ustawodawcę jej elementy uznać należy za treść obligatoryjną (a zarazem minimalną) umowy, gdzie jej „poszerzenie” może być wyrazem napoleońskiej zasady swobody kształtowania stosunków umownych. Komentowany przepis w praktyce oznacza, iż podmiot profesjonalny nie ma wyboru (umieścić, czy też nie) co do poszczególnych postanowień umownych, a zatem określa „ostry” obowiązek zawarcia wszystkich wymienionych w ustawie elementów. Również w literaturze często podkreśla się, iż w ustawie o usługach turystycznych określono minimalny zakres informacji, jaki powinien znaleźć się w umowie. Często wskazuje się, iż ww. mają zagwarantować właściwy katalog zobowiązań ciążyących na stronach. Przy czym, *„Brak określonych danych w umowie powoduje, że zakres wzajemnych zobowiązań stron nie jest precyzyjnie określony, co może prowadzić do powstania sporu na tle wykonania umowy oraz powodować trudności dowodowe w razie wystąpienia takiego sporu”*<sup>21</sup>.

Biorąc pod uwagę literalne brzmienie ww. przepisu, trudno nie zgodzić się z prezentowanym ujęciem, niemniej jednak pewne dysfunkcje pojawiają się na gruncie funkcjonowania umowy o usługi turystyczne. Elementy dookreślone w art. 14 ust. 2 ustawy nie zawsze będą odnosić się do wszystkich umów, tj. nie będą dotyczyć każdej imprezy turystycznej, a zatem nie będą współgrać z jej cechami. Przyjęcie zatem, iż są to elementy obligatoryjne nakładają na podmioty profesjonalne obowiązek przekazywania w umowie o usługi turystyczne tzw. „informacji negatywnej” (tytułem przykładu: wyraźnie wskazane, iż organizator nie zapewnia posiłków w trakcie trwania imprezy turystycznej). Należy wstępnie uznać, iż zasadniczo narusza to interesy podmiotów profesjonalnych, trudno zgodzić się na sytuację, kiedy to ww. podmiot musi udzielać informacji dotyczących usług, które nie zostały oferowane w pakiecie turystycznym.

Powyższe wynika również z cech charakterystycznych imprezy turystycznej, którą bez wątpienia klasyfikować należy jako produkt turystyczny. W praktyce bardzo rzadko występuje sytuacja, w której to impreza turystyczna stanowi jedynie proste zestawienie zaledwie kilku usług. Niemniej jednak, nie jest to sytuacja, która wystąpić nie może. Stąd, należy ponownie podkreślić, iż struktura imprezy turystycznej jest bardzo zróżnicowana i obejmuje: pakiety podstawowe, poszerzone i fakultatywne (zob. ryc. 1). Przyjęcie powyższego, prowadzi do jednoznacznego wniosku, iż niemożliwe jest włożenie w ramy określone przez art. 14 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych wszystkich produktów należących do tejże kategorii (nie zawsze impreza turystyczna będzie zawierać elementy w ustawie wskazane, a zatem nie wszystkie imprezy turystyczne będą posiadały tożsame elementy składowe). Ponadto, w tym miejscu zasadne jest zauważanie, że nie można postawić

---

<sup>21</sup> E. Rutkowska-Tomaszewska, *Decyzje prezesa UOKiK w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych przez organizatorów turystyki*, [w:] P. Cybula (red.), *Transformacje prawa turystycznego*, Kraków 2009, s. 170–171.



tezy jakoby z przepisu art. 14 ust. 2 pkt 4 (mianowicie: „(...)program imprezy turystycznej obejmujący rodzaj, jakość i terminy oferowanych usług, w tym: (a) rodzaj, charakter i kategorię środka transportu oraz datę, godzinę, miejsce wyjazdu i planowanego powrotu; (b) położenie, rodzaj i kategorię obiektu hotelarskiego zgodnie z przepisami kraju pobytu lub opis wyposażenia obiektów niezaliczanych do rodzajów i kategorii; (c) ilość i rodzaj posiłków; (d) program zwiedzania i inne usługi wliczone w cenę imprezy turystycznej(...)”) wynikała możliwość wyboru elementów jakie powinien zawrzeć podmiot profesjonalny w programie imprezy turystycznej, stanowiącym obligatoryjny element umowy (właśnie kwestię przepisów dotyczącą programu imprezy turystycznej należy uznać za szczególnie sporną przy rozważaniach dotyczących obligatoryjności elementów wymienionych w art. 14 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych). Użyte przez ustawodawcę wyrażenie „w tym” podobne jest do pojęcia „w szczególności”, co oznacza, iż przepis zawiera katalog otwarty elementów, które podmiot profesjonalny może zawrzeć w programie imprezy turystycznej. Niemniej jednak, wyraźnie należy zaznaczyć, iż te elementy, które zostały wymienione przez prawodawcę muszą znaleźć się w programie, co ponownie wskazuje na obligatoryjność udzielania przez podmiot profesjonalny „informacji negatywnej”.

Zwraca się uwagę na twierdzenia wyrażone przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 26 maja 2010 r., sygn. akt: XVII Ama 77/09 – zgodnie, z którym „Ustawa o usługach turystycznych **precyzyjnie reguluje działalność organizatora turystyki zarówno co do rodzaju świadczonych usług, warunków ich świadczenia, obligatoryjnych elementów umowy, odpowiedzialności organizatora za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy etc.(...)**”. Można wskazać również na stanowisko zgodnie, z którym „Niedopełnienie obowiązków informacyjnych polegające na zwięźszeniu treści umów w stosunku do tej, która jest wymagana przepisami ustawy o usługach turystycznych jest w orzecznictwie Prezesa Urzędu oraz sądów uznawane za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. (...)Wszystkie wymienione w art. 14 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych informacje są istotne, aczkolwiek zgodzić się trzeba, że ich pominięcie w umowie może rodzić różnorakie konsekwencje”<sup>22</sup>. Uznać należy jednakże, iż bez znaczenia pozostaje kategoria postanowień umownych, która zostanie „pominięta” w procesie tworzenia umowy o usługi turystyczne. Odmienne twierdzenie prowadziłoby do wniosku, iż ustawodawca dokonuje klasyfikacji (hierarchizacji) ww. klauzul, co nie wynika z literalnego brzmienia przepisu art. 14 ust. 2 ww. ustawy, ani zamierzeń ustawodawcy. Stąd też, należy wskazać, iż obecnie niedopełnienie któregokolwiek z obowiązku informacyjnego (tj. niezawarcie wszystkich elementów w umowie) rodzi tożsame konsekwencje prawne.

Wydaje się również, iż nie nastąpiła prawidłowa implementacja przepisów unijnych, w szczególności przepisu art. 4 ust. 2 lit. a dyrektywy Rady z dnia 13 czerwca 1990 r. 90/314/EWG w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek<sup>23</sup> (dalej jako: dyrektywa 90/314), który stanowi, iż **w zależności od rodzaju imprezy turystycznej** umowa powinna zawierać co najmniej warunki wymienione w załączniku do

<sup>22</sup> Delegatura UOKiK w Katowicach, *Raport z kontroli działalności organizatorów turystyki*, Warszawa–Katowice 2011, s. 11–12. Na tenże cytat powołuje się również P. Cybula, *Usługi turystyczne. Komentarz*, LEX 2012 (dostęp: Lex Omega).

<sup>23</sup> Dz. Urz. UE L z 1990 r., poz. 158, s. 58, z późn. zm.

ww. dyrektywy. Przy czym, umowa powinna również jasno i wyraźnie określać obowiązek zawiadomienia usługodawcy, organizatora lub sprzedawcy usługi turystycznej o dostrzeżonych na miejscu zaniedbaniach w wykonaniu umowy (art. 5 ust. 4 ww. dyrektywy)<sup>24</sup>. Należy podkreślić, iż wskazane przepisy bardziej precyzyjnie określają obowiązek podmiotów profesjonalnych, wskazując na obligatoryjność zawarcia w umowie klauzul jedynie odnoszących się do konkretnej imprezy turystycznej (przy czym oczywiste jest, iż postanowienia dotyczące praw i obowiązków stron umowy pozostaną tożsame bez znaczenia na kształt produktu turystycznego). Reasumując, przepisy europejskie nie nakładają na podmiot profesjonalny obowiązku przekazywania „informacji negatywnej”, przez co stają się bardziej elastyczne, z możliwością dopasowania kształtu umowy do oferowanych przez organizatora świadczeń.

Należy również podkreślić dwa ostatnie, aczkolwiek istotne, aspekty. Po pierwsze, szczegółowa analiza ustawy o usługach turystycznych wskazuje, iż kwestia treści umowy została ustanowiona nie tylko w przepisie art. 14 ust. 2, co powoduje, iż podmiot profesjonalny może mieć problemy z jej interpretacją, a przeto z przygotowaniem samej umowy. Między innymi ustawa w art. 16 b ust. 2 stanowi, iż umowa powinna jednoznacznie określać obowiązek klienta w zakresie, o którym mowa w ust. 1 – mianowicie: *„Jeżeli w trakcie imprezy turystycznej klient stwierdza wadliwe wykonanie umowy, powinien niezwłocznie zawiadomić o tym wykonawcę usługi oraz organizatora turystyki, w sposób odpowiedni dla rodzaju usługi”*. Niemniej jednak, jak wynika z szczegółowej analizy art. 14 ust. 2 prawodawca „nakazuje” jedynie powinnośc wskazania w umowie sposobu zgłaszania reklamacji związanych z wykonywaniem usług przez organizatora turystyki lub osobę z nim współpracującą wraz z podaniem terminu zgłaszania takich reklamacji. Przy czym, jak wyraźnie wskazuje się w literaturze<sup>25</sup>, procedurę reklamacyjną należy zdecydowanie odróżnić od obowiązku zawiadomienia przez konsumenta (klienta) podmiot profesjonalny w przypadku wadliwego wykonywania umowy (jeszcze w trakcie trwania imprezy turystycznej). Ponadto, redakcja art. 16b ust. 1 ustawy o usługach turystycznych dookreśla, iż zawiadomienie przez klienta traktować należy nie jako uprawnienie, ale obowiązek (organizator turystyki zobowiązany jest zatem poinformować o obligatoryjnej powinności klienta). P. Cybula (2012) wskazuje, iż brak ww. zawiadomienia może rodzić konsekwencje o dwojakim charakterze, mianowicie:

1. Zaniechanie może zostać uznane za powód zwiększenia szkody, co jednocześnie może prowadzić do zmniejszenia obowiązku jej naprawienia zgodnie z art. 362<sup>26</sup> ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> Uwagi szczegółowe zob. P. Mikłaszewicz, *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2008.

<sup>25</sup> zob. P. Cybula, *Usługi turystyczne. Komentarz*, Warszawa 2012.

<sup>26</sup> Zgodnie z art. 362 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny – *„Jeżeli poszkodowany przyczynił się do powstania lub zwiększenia szkody, obowiązek jej naprawienia ulega odpowiedniemu zmniejszeniu stosownie do okoliczności, a zwłaszcza do stopnia winy obu stron”*. Przy czym, można lapidarnie wskazać, iż za przesłanki kwalifikowane przyczynienia się do powstania lub zwiększenia szkody należy uznać: (1) adekwatny związek przyczynowy pomiędzy zachowaniem poszkodowanego a szkodą (lub jej zwiększeniem); (2) obiektywną nieprawidłowość zachowania poszkodowanego (tj. naruszająca normy prawne, zasady współżycia społecznego lub prakseologiczne reguły postępowania; A. Olejniczak, *Komentarz do art. 362 Kodeksu cywilnego*, [w:] A. Kidyba (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz. Tom III. Zobowiązania – część ogólna*, Warszawa 2014, dostęp: Lex Omega).

<sup>27</sup> Dz.U. z 2017 r., poz. 459 z późn. zm.

2. Zaniechanie może mieć dla klienta negatywne skutki pod względem dowodowym (art. 6 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny<sup>28</sup>)<sup>29</sup>.

Po drugie, zasadne jest również wskazać, iż zakres przepisów dotyczących obligacyjnej treści umowy jest w zasadzie tożsamy z tym zawartym w art. 12 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych (zakres informacji podawanych konsumentom przy proponowaniu imprezy turystycznej), gdzie związek pomiędzy nimi może przejawiać różne zależności, różny kształt. Zgodnie z ust. 2 ww. artykułu pierwszeństwo posiadają postanowienia umowne, niemniej jednak w przypadku kiedy umowa nie odnosi się do informacji pisemnych zawartych w różnego rodzaju materiałach (np. broszurach), wówczas należy uznać, iż treść tej informacji staje się częścią (elementem) umowy<sup>30</sup>.

Wyraźnego podkreślenia wymaga w tym miejscu fakt, iż obecnie orzecznictwo (przede wszystkim Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów) dość jednoznacznie wskazuje, iż pominięcie przez podmiot profesjonalny jakiegokolwiek postanowienia umownego wskazanego w ustawie o usługach turystycznych albo niewłaściwie wykonany obowiązek informacyjny, uznane być powinno za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, a zatem za tzw. delikt niekomercyjny<sup>31</sup> (konsekwencje są zatem tożsame niezależnie od rodzaju postanowienia, które zostało wykluczone z umowy). Przepis art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów<sup>32</sup> stanowi, iż zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Prawodawca wskazuje, iż poprzez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów<sup>33</sup> należy rozumieć godzące w nie, sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, zachowanie przedsiębiorcy, w tym<sup>34</sup>: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i **pełnej** informacji.

Za działanie (zaniechanie) naruszające zbiorowe interesy konsumentów będzie uznane zachowanie, w którym to podmiot profesjonalny będzie wykorzystywał

---

<sup>28</sup> Zgodnie z art. 6 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny – „Ciężar udowodnienia faktu spoczywa na osobie, która z faktu tego wywodzi skutki prawne”. W tym miejscu jednakże zasadne jest zauważenie, iż nowa dyrektywa unijna (2015/2302) wprowadza zasadę, zgodnie z którą podmiot profesjonalny będzie obciążony ciężarem dowodu **w zakresie spełnienia wymogów informacyjnych** – art. 8. Po wprowadzeniu do wewnętrznego porządku prawnego będzie to zatem *lex specialis* w stosunku do art. 6 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny.

<sup>29</sup> Zob. P. Cybula, *Usługi turystyczne. Komentarz*, Warszawa 2012.

<sup>30</sup> B. Gneta, *Umowa konsumentka w polskim prawie cywilnym i prywatnym międzynarodowym*, Warszawa 2013 (dostęp: Lex Omega).

<sup>31</sup> W literaturze wyróżnia się również delikty komercyjne, tj. związane z naruszeniami prawa wśród przedsiębiorców.

<sup>32</sup> Dz.U. z 2017 r., poz. 229 z późn. zm.

<sup>33</sup> Za szczególnie interesujące należy uznać rozważania M. Sieradzkiej w ww. tematyce, zob. M. Sieradzka, *Wykładnia pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” na tle orzecznictwa*, [w:] *Glosa* 2008, nr 3.

<sup>34</sup> Wyraźnego podkreślenia wymaga, iż ww. kategorii naruszeń zbiorowych interesów konsumentów nie stanowią katalogu zamkniętego (*numerus clausus*). Zatem, „Kwalifikacja zachowania przedsiębiorcy jako praktyki godzącej w zbiorowy interes konsumentów może opierać się bądź na ustaleniu wypełnienia znamion klauzuli generalnej pojęcia praktyki naruszającej zbiorowy interes konsumentów (art. 24 ust. 2), bądź też na stwierdzeniu stosowania nazwanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (art. 24 ust. 2 pkt 1–3)” (M. Sieradzka, *Glosa do wyroku SOKiK w Warszawie z dnia 25 maja 2009 r.*, XVII *Ama* 98/08, LEX/el. 2010).

swoją silniejszą pozycję rynkową, ale również podczas, gdy będzie mogło być one ocenione jako nierzetelne, nieprofesjonalne, wynikające z niewiedzy podmiotu profesjonalnego. Stąd, podkreśla się wyjątkową rolę przygotowania podmiotów do prowadzenia profesjonalnej działalności rynkowej (w tym organizacji imprez turystycznych). W literaturze często określa się przykładowe nadużycia ze strony przedsiębiorców. Wśród nich można wyróżnić:

- nieprawidłowe lub nieprawdziwe informacje przekazywane konsumentom na temat towarów oraz usług;
- nierzetelne (lub całkowity brak) informacji istotnych dla konsumenta, m.in. dotyczące praw przysługujących konsumentowi (np. prawo do reklamacji, odstąpienia od umowy, itd.);
- narzucanie konsumentom niekorzystnych warunków umów, często niezgodnych z prawem;
- presję wywieraną na konsumenta, aby skorzystali z towarów bądź usług (za głównie narażone grupy można uznać małoletnich, tudzież osoby starsze)<sup>35</sup>.

Powyższy katalog pozwala na zakwalifikowanie w jego ramy również działań polegających na konstrukcji umowy niezgodnie z przepisem prawa powszechnie obowiązującego (w tym i przygotowanie umowy, która nie zawiera klauzul przewidzianych przepisami prawa). Co do zasady, należy zatem przyjąć, iż działanie takie będzie niezgodne z przepisami prawa, ale również będzie naruszało dobre obyczaje, gdyż za niezgodne z dobrymi obyczajami bezsprzecznie uznaje się działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, lecz również wykorzystania jego niewiedzy (ewentualnie również naiwności)<sup>36</sup>. Wystąpi zatem naruszenie na etapie zawierania kontraktu, podczas przygotowania klauzul umownych „(...)polegające na naruszeniu przepisów prawa wpływającym na treść kontraktu”<sup>37</sup> (wyróżnia się również naruszenia na etapie przedkontraktowym – np. naruszenia mające za zadanie nakłonienie konsumenta do zawarcia kontraktu, oraz naruszenia na etapie wykonywania kontraktu – polegające na wykorzystaniu przewagi wynikającej z zawarcia kontraktu przez zniekształcanie wynikających z przepisów praw i obowiązków stron kontraktu)<sup>38</sup>. Za M. Sieradzką (2014) można przeto wskazać, iż „(...)za najpoważniejsze uznano naruszenia zbiorowych interesów konsumentów dokonywane na etapie wykonywania kontraktu, a w dalszej kolejności naruszenia na etapie zawierania kontraktu oraz naruszenia na etapie przedkontraktowym”<sup>39</sup>. Uszczegółowiając, w literaturze dość jednoznacznie określa się, iż praktyka niezawarcia w treści umowy postanowień prawem wymaganych należy do kategorii praktyk wprowadzających konsumenta w błąd, jako kreująca po stronie adresata pewnego rodzaju błędne wyobrażenie o usłudze, tudzież towarze (lub mogące takie

<sup>35</sup> A. Wędrychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska [w:] A. Stawicki (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2011 (dostęp: Lex Omega).

<sup>36</sup> Zob. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt: XVII Ama 118/04.

<sup>37</sup> M. Sieradzka, *Komentarz do art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014 (dostęp: Lex Omega).

<sup>38</sup> *Ibidem*.

<sup>39</sup> *Ibidem*.

błędne wyobrażenie wywołać). Oczywiście, nie chodzi tutaj o błąd w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (zob. art. 84 Kodeksu cywilnego). Niezasadne byłoby stwierdzenie, iż zachodzi naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, a przeto wprowadzenie konsumenta w błąd co do informacji, które konsument sam zobowiązany jest posiadać (inaczej: których podmioty profesjonalne z logicznego punktu widzenia nie są zobowiązane udzielać).

Oczywiste jest również, iż treść umowy o usługi turystyczne jest szczególnie istotna przy określaniu odpowiedzialności podmiotu profesjonalnego za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy. Podstawowe znaczenie w tym zakresie ma art. 11a ustawy o usługach turystycznych, będący odpowiednikiem art. 5 ust. 1 i 2 dyrektywy 90/314, statuującego odpowiedzialność organizatora imprezy turystycznej (podróży) za szkody wyrządzone klientowi (konsumentowi) w wyniku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy. Powyższe przepisy stały się również podstawą do przyznania konsumentowi odszkodowania za uszczerbek niemajątkowy, tak zwany zmarnowany urlop<sup>40</sup>. Wskazać przeto należy, iż skoro orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości wyraźnie wskazuje, iż art. 5 dyrektywy 90/314 powinien być wykładany w sposób obejmujący pojęciem szkody także uszczerbek niemajątkowy w postaci „zmarnowanego urlopu”, to wskazany art. 11a, przenoszący art. 5 dyrektywy do polskiego porządku prawnego, musi być wykładany w ten sam sposób. Taka wykładnia, mająca zarazem charakter scalającą, pozwala również na wniosek, że rozwiązanie zastosowane w prawie krajowym jest zgodne z dyrektywą<sup>41</sup>. Jak wskazuje J. Gospodarek (2012) „Możliwość dochodzenia odszkodowania za tzw. zmarnowany urlop w ramach odpowiedzialności kontraktowej daje odpowiednio interpretowany art. 11a ustawy [z 1997 r. o usługach turystycznych], który jest przepisem szczególnym w stosunku do art. 471 k.c.”<sup>42</sup>. W zasadzie podobne rozwiązanie zostało wprowadzone dyrektywą 2015/2302, jak i w Projekcie ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych<sup>43</sup>, w której wprowadzono legalną definicję terminu „niezgodność”, która oznacza niewykonanie lub nienależyte wykonanie usług turystycznych objętych imprezą turystyczną; wydaje się przeto, iż został spełniony postulat zaproponowany przez M. Łolik (2011) – „W związku z powyższym celowe zdaje się zgłoszenie postulatu, ażeby ustawodawca dokonał nowelizacji ustawy w zakresie ustanowienia wyraźnej podstawy prawnej dla żądania zadośćuczynienia, tak jak to uczynił chociażby w ostatnim czasie w stosunku do możliwości dochodzenia zadośćuczynienia za śmierć osoby bliskiej (...). Wprowadzenie takiej wyraźnej podstawy prawnej z pewnością prowadziłoby do większej przejrzystości i spójności prawa prywatnego oraz wyeliminowałoby konieczność dokonywania karkołomnych interpretacji prawnych służących możliwości kompensacji szkody niemajątkowej”<sup>44</sup>.

<sup>40</sup> Por. wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 12 marca 2002 r. w sprawie C-168/00.

<sup>41</sup> Uchwała Sądu Najwyższego z dnia 19 listopada 2010 r., sygn. akt: III CZP 79/10.

<sup>42</sup> J. Gospodarek, *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r.*, III CZP 79/10, [w:] Orzecznictwo Sądów Polskich 2012, nr 1, s. 2 i n., por.: P. Zasuwik, *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r.*, III CZP 79/10, [w:] Monitor Prawniczy 2016, nr 24; K. Kryla, *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r.*, III CZP 79/10, [w:] Przegląd Sądowy 2011, nr 9; M. Łolik, *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r.*, III CZP 79/10, Europejski Przegląd Sądowy 2011, nr 9.

<sup>43</sup> Dostęp: Lex Omega, 30.09.2017.

<sup>44</sup> M. Łolik, *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r.*, III CZP 79/10, [w:] Europejski Przegląd Sądowy 2011, nr 9 (dostęp: Lex Omega).

### 3.2. UWAGI NA TLE PROJEKTU USTAWY O IMPREZACH TURYSTYCZNYCH I POWIĄZANYCH USŁUGACH TURYSTYCZNYCH ORAZ DYREKTYWY 2015/2023

Dyrektywa 2015/2302, która samej konstrukcji umowy poświęca rozdział II – Obowiązek informacyjny oraz treść umowy o udział w imprezie turystycznej, w porównaniu z aktami ww. wskazuje na dużo bardziej szczegółowe podejście do kwestii związanych z treścią umowy o usługi turystyczne – przepis art. 7. Katalog postanowień, które powinny znaleźć się w umowie jest bardzo szeroko zakrojony (m.in. dot.: głównych właściwości usług turystycznych, danych organizatora turystyki, ceny – w tym płatności, praw i obowiązków stron, reżimu prawnego i in.). Przepisy dyrektywy 2015/2302 w zakresie treści umowy o imprezę turystyczną należy uznać za wyjątkowo precyzyjne, w szczególności dokonując ich porównania z tymi wskazanymi w dyrektywie 90/314. Kwestią wymagającą największej uwagi jest fakt, iż nowa dyrektywa również wskazuje na obligatoryjność zawarcia wszystkich określonych w niej elementów w umowie o usługi turystyczne, co zostało w niniejszym artykule poddane krytyce (org. „*The package travel contract or confirmation of the contract shall set out the full content of the agreement which shall include all the information referred to(...)*”). Można również zauważyć, iż przepisy nowej dyrektywy w zasadzie są wyrazem ogólnej polityki unijnej w zakresie ochrony konsumentów, a zatem zwiększenia ich ochrony niejako kosztem podmiotów profesjonalnych.

Teoretycznie nowe przepisy miały dostosować politykę unijną do zmieniających się warunków na rynku usług turystycznych, a więc „braku granic” przy wyborze organizatora turystyki (stąd zapewne wynika surowość w zakresie harmonizacji przepisów<sup>45</sup>) oraz poziomu informatyzacji usług turystycznych (tj. kupowanie pakietów w systemie internetowym), niemniej jednak wydaje się, iż prawodawca nie zauważył, iż zasadne byłoby określenie pewnych obowiązków również na poziomie konsumenckim. Jednocześnie można zauważyć, iż pomimo coraz wyraźniejszego wyodrębnienia się nowego typu konsumenta, w tym konsumenta usług turystycznych, regulacje prawa tworzone są w zasadzie w oderwaniu od jego wyróżnienia, w szczególności powyższe nie koresponduje z specyfiką unijnego prawa konsumenckiego. Jedynie co do zasady, należy przyjąć, iż konsument jako słabsza strona kontraktu, cechująca się zaufaniem do podmiotu profesjonalnego wymaga od prawodawcy otoczeniem szczególną ochroną prawną. Powyższe jako idea występuje od początków formowania się reżimów konsumenckich, niemniej jednak wraz z rozwojem – w szczególności nowych technologii – wymaga pewnego uaktualnienia, a przynajmniej rewizji standardów w zakresie obowiązków ciążyących na podmiotach

---

<sup>45</sup> Za pozytywny przejaw polityki unijnej należy uznać chęć stworzenia jednolitego rynku wewnętrznego, który stanowi podwaliny dla rozwoju konkurencyjności pomiędzy podmiotami profesjonalnymi różnych państw europejskich. Jest to istotne również dla swobodnego świadczenia usług turystycznych. Stąd, postulat ustandaryzowania przepisów powinien być uznany za proces pozytywny, a przeto i pożądany. Dyskusja natomiast dotyczy kształtu wspólnych przepisów. Krytycznie na temat narzuconego modelu harmonizacji maksymalnej z licznymi odstępstwami zob. K. Marak, *Harmonizacja maksymalna projektowanej dyrektywy turystycznej i możliwe odstępstwa od tak wyznaczonego poziomu harmonizacji*, [w:] B. Gnela, *Współczesne wyzwania prawa konsumenckiego*, Warszawa 2016.

profesjonalnych celem zapewnienia prawidłowego (oczekiwanego) wykonania obowiązków umownych. Standardy ochrony powinny przeto opierać się na szerszym rozumieniu słabości ekonomicznej – nie bez znaczenia pozostają sytuacje kiedy to konsument działa profesjonalnie w obrocie gospodarczym, cechuje go doinformowanie i doświadczenie (zatem wskazywanie cech konsumenta zgodnie z rozumieniem języka ekonomicznego, czy potocznego może okazać się zawodne). Niemniej jednak, dzisiejszy konsument – niejednokrotnie aktywnie uczestniczący w tworzeniu dobra jakim jest impreza turystyczna, a przede wszystkim aktywny użytkownik Internetu ma potencjał, a przede wszystkim możliwości w zakresie zdobycia informacji pozwalających na podjęcie świadomego wyboru, stąd też coraz trudniej traktować go jako słabszą stronę kontraktu, co w zasadzie powinno wpłynąć na ograniczenia niektórych obowiązków ciążyących na podmiotach profesjonalnych (dla przykładu w zakresie informacji kontraktowej – tj. przekazywania informacji negatywnej, którą wymusza obligatoryjność zawarcia wszystkich klauzul określonych przepisem art. 7 dyrektywy 2015/2302). Zachowania konsumentów współczesnych „(...) znacznie różnią się od zachowań tradycyjnych konsumentów (...). O ile poświęca się im dość dużo uwagi w badaniach ekonomicznych, socjologicznych czy medioznawczych, o tyle nauki prawnicze pozostają głuche na zachodzące zmiany. W dalszym ciągu postrzega się konsumenta jako słabszą stronę umowy, którego należy chronić prze zakusami producentów, a odbiorca czy użytkownik treści internetowych traktowany jest jako „dodatek” do relacji zachodzących między twórcą i producentem”<sup>46</sup>.

Dokonując porównania powyższych aktów (dyrektywa 90/314, ustawa o usługach turystycznych, dyrektywa 2015/2302) można wskazać również co następuje. Dyrektywa 2015/2302 pomimo swojej szczegółowości podobnie jak uchylana dyrektywa 90/314 oraz ustawa o usługach turystycznych nie zawiera wymogu zawarcia informacji o konsumencie – przede wszystkim dane służące jego identyfikacji (imię i nazwisko, adres zamieszkania, numer aktualnego dokumentu tożsamości, czy numer identyfikacji PESEL). W poprzedniej części rozważań zostało to zakwalifikowane jako swoiste niedopatrzanie prawodawców, jednocześnie ponownie podkreśla się, iż dookreślenie, kto jest w danej umowie konsumentem jest czynnością oczywistą. Zauważyć w tym miejscu należy, iż zgodnie z „nową” dyrektywą umowa o usługi turystyczne powinna zawierać informacje umożliwiające bezpośredni kontakt z małoletnim lub osobą odpowiedzialną za małoletniego w miejscu jego pobytu. Przy czym, zgodnie z przepisami ustawy o usługach turystycznych, tudzież dyrektywy 90/314 w odniesieniu do imprez turystycznych dla małoletnich – informację o możliwości bezpośredniego kontaktu z dzieckiem lub osobą odpowiedzialną w miejscu pobytu dziecka – podmiot profesjonalny jest obowiązany podać we właściwym czasie, przed rozpoczęciem imprezy turystycznej<sup>47</sup>,

---

<sup>46</sup> K. Grzybczyk, *Nowy typ konsumenta w kulturze konwergencji*, [w:] M. Boratyńska (red.), *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, Warszawa 2016 (dostęp: Lex Omega).

<sup>47</sup> Krytycznie należy ocenić użycie wyrażenia niedookreślonego, a przeto wyjątkowo nieostrego „we właściwym czasie”, gdyż co do zasady za taki można by uznać moment tuż przed wyjazdem małoletniego. Co więcej, wskazać należy, iż ustawa o usługach turystycznych posługuje się niejasnym pojęciem „dziecko”, wydaje się, iż powinno być ono zastąpione wyrażeniem „małoletni” (tj. jako osobę, która nie ukończyła 18 roku życia).

a nie w umowie o usługi turystyczne (ww. dotyczy również informacji identyfikujących podmiot, na którego pomoc mógłby liczyć konsument w razie pojawienia się trudności). Ciekawy jest natomiast wymóg określenia (dotyczy jedynie ustawy o usługach turystycznych) imienia i nazwiska osoby, która w imieniu organizatora podpisała umowę. Wydaje się, iż ww. informacja ma znaczenie jedynie dla ewentualnych działań wewnątrzorganizacyjnych podmiotu profesjonalnego i nie ma większego znaczenia dla sytuacji ewentualnego dochodzenia roszczeń przez konsumenta.

Jeżeli chodzi o klauzule dotyczące informacji o imprezie turystycznej uwagi krytyczne zostały już poczynione, stąd w tym miejscu zwraca się jedynie uwagę na istnienie postanowień, które w dyrektywie 2015/2302 zwracają szczególną uwagę, w tym:

- informacja o tym, czy jakiegokolwiek usługi będą świadczone podróżnemu w grupie, a jeżeli tak, to – gdy jest to możliwe – informacja o przybliżonej liczbie osób w grupie;
- w przypadku, gdy skorzystanie przez podróżnego z innych usług świadczonych turystom zależy od skutecznej komunikacji ustnej – informacja o języku, w jakim usługi będą wykonywane;
- informacja o tym, czy dana podróż lub wakacje są co do zasady odpowiednie dla osób o ograniczonej sprawności ruchowej, a na wniosek podróżnego – dokładne informacje na temat dostosowania danej podróży lub wakacji do potrzeb tego podróżnego.

Powyższe uznać należy za *novum* wprowadzone przepisami dyrektywy 2015/2302.

Za szczególnie istotny należy uznać wymóg informacji dotyczącej dostosowania imprezy turystycznej dla osób o ograniczonej sprawności ruchowej, co można uznać za wyraz trendów w gospodarce turystycznej pojawiających się na przestrzeni ostatnich lat (w tym związanych z problemem starzejącego się społeczeństwa, co powoduje zwiększenie się liczby osób z niepełnosprawnościami)<sup>48</sup>. Za A. Zajadacz oraz E. Stroik (2016) zauważa się, iż „Ratyfikacja Konwencji o Prawach Osób Niepełnosprawnych (2006), jak również wielu innych aktów przyjętych na poziomie UE czy poszczególnych państw członkowskich zmierza w kierunku «agendy równego dostępu» (equal access agenda), która bazuje na zasadach antydyskryminacji i równego uczestnictwa osób z niepełnosprawnościami w życiu społecznym (Ambrose 2012). Zapewnienie równego dostępu do dóbr i usług będzie zatem warunkiem obowiązkowym w zakresie usług turystycznych. Organizatorzy turystyki zarówno

---

<sup>48</sup> Rzetelność i łatwość w uzyskaniu informacji o możliwości uczestnictwa w imprezie turystycznej osoby z ograniczeniami ruchowymi niewątpliwie uznać należy za postulat „turystyki dostępnej”, przez którą rozumie się „(...) formę turystyki, która wymaga współpracy między interesariuszami w celu umożliwienia osobom z różnymi wymaganiami – związanymi z mobilnością, wzrokiem, słuchem i wymiarem poznawczym – samodzielnego, godnego funkcjonowania” (A. Zajadacz, E. Stroik, *Podstawy planowanie rozwoju „turystyki dostępnej”*, [w:] Z. Młynaczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Społeczno-ekonomiczne problemy rozwoju turystyki*, Poznań 2016, s. 66). Powszechne prawo do uczestnictwa w turystyce niewątpliwie związane jest również z postulatem wyrównania szans dla osób z niepełnosprawnościami, zatem konieczne jest kreowanie postulatu uniwersalnej dostępności w odniesieniu do wszystkich elementów łańcucha turystycznego, w tym informacji na temat imprezy turystycznej dostępnej, oraz gwarancji wykonania usługi dostosowanej do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.



w sektorze prywatnym, jak i publicznym powinni mieć zatem wiedzę i zdolność do spełnienia obowiązków prawnych. Działania zmierzające w kierunku wsparcia branży turystycznej w zakresie rozwoju oferty spełniającej warunki dostępności powinny być podejmowane na wszystkich poziomach związanych z rozwojem turystyki i przez wszystkich interesariuszy zaangażowanych w ten rozwój<sup>49</sup>. Zauważa się przy tym, iż postulat równego dostępu do turystyki w kontekście informacji konsumenckich powinien być realizowany również na poziomie informacji przedkontraktowych.

W kontekście ceny imprezy turystycznej zasadnicza różnica pomiędzy komentowanymi aktami polega na sposobie podania konsumentowi ww. informacji. Zgodnie z ustawą o usługach turystycznych oraz dyrektywą 90/314 konsument otrzymuje informacje o cenie imprezy turystycznej, niemniej jednak wraz z wyszczególnieniem (określeniem) podatków, opłat i innych koniecznych należności (dyrektywa 90/314 posługuje się również sformułowaniem „narzutów obciążających usługi”, chyba że są one uwzględnione w cenie imprezy turystycznej). Dyrektywa 2015/2302 nakłada obowiązek podania ceny całkowitej, a możliwość osobnego określenia tzw. kosztów dodatkowych powstaje jedynie w przypadku kiedy przed zawarciem umowy ww. kosztów nie można ustalić (jednakże konsument musi być poinformowany o tym jakie to mogą być koszty), zatem będzie to sformułowanie okoliczności, które mogą spowodować podwyższenie ceny.

Dyrektywa 2015/2302 nakłada również na podmiot profesjonalny obowiązek zawarcia klauzul, które nie są wymagane w obecnym kształcie przepisów w ustawie o usługach turystycznych, czy też dyrektywie 90/314, należy do nich zaliczyć:

- informacje dotyczące przepisów paszportowych i wizowych w państwie docelowych (ustawa o usługach turystycznych oraz dyrektywa 90/314 zobowiązują podmiot profesjonalny do podania ww. informacji na etapie przedkontraktowym – np. w broszurach, ulotkach, tudzież przed zawarciem umowy, podkreślając jednocześnie, iż może być to okoliczność wpływająca na podjęcie decyzji o chęci uczestnictwa w wyjeździe);
- informacje o odpowiedzialności podmiotu profesjonalnego za należyte wykonanie umowy oraz o zapewnieniu opieki podróżnemu, jeżeli ten znajdzie się w trudnej sytuacji (ustawa o usługach turystycznych oraz dyrektywa 90/314 określają reżim odpowiedzialności podmiotów profesjonalnych, niemniej jednak nie ma obowiązku zawarcia ww. informacji w umowie – regulacje dotyczą jedynie braku możliwości ograniczenia odpowiedzialności).

Przy czym, na przykład wszystkie akty wymagają, aby konsument został poinformowany o terminie, w jakim powinien zostać powiadomiony o odwołaniu podróży w związku z niewystarczającą liczbą zgłoszeń (dyrektywa 2015/2302 dokłada do ww. klauzuli również postanowienia dotyczące informacji o tym, że podróżny może rozwiązać umowę w każdym momencie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej za stosowną opłatą za rozwiązanie lub – w stosownych przypadkach – informacja o standardowych opłatach za rozwiązanie pobieranych przez organizatora).

---

<sup>49</sup> A. Zajadacz, E. Stroik, *Podstawy planowanie rozwoju „turystyki dostępnej”*, [w:] Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Społeczno-ekonomiczne problem rozwoju turystyki*, Poznań 2016, s. 70.

Ustawa o usługach turystycznych oraz dyrektywa 2015/2302 określają również obowiązek zawarcia w umowie postanowień dotyczących prawa do przeniesienia przez podróżnego umowy na innego podróżnego, niemniej jednak ustawa wskazuje na uszczegółowienie informacji (o podanie terminu w jakim przeniesienie jest możliwe), analizując literalne brzmienie przepisów dyrektywy można by wskazać, iż wymaga ona jedynie zaznaczenia konsumentowi, iż takie prawo posiada.

Można również zauważyć, iż informacje dotyczące podstaw prawnych umowy i konsekwencji prawnych wynikających z umowy są wymagane jedynie w reżimie ustawy o usługach turystycznych.

Wskazać również należy, a co uznać trzeba za szczególnie istotne, iż dyrektywa 2015/2302 określa obowiązek podania konsumentowi nazwy podmiotu zapewniającego ochronę na wypadek niewypłacalności i jego dane kontaktowe, w tym adres geograficzny oraz, w odpowiednim przypadku, nazwę właściwego organu wyznaczonego w tym celu przez państwo członkowskie i jego dane kontaktowe. Biorąc pod uwagę problemy w związku z niewypłacalnością biur podróży, w szczególności wśród organizatorów turystyki proponujących wyjazdy w dalekie destynacje, przepis ten należy uznać za szczególnie konieczny i uzasadniony.

Przepisy dyrektywy 2015/2302 dookreślają, iż „Państwa członkowskie zapewniają, aby umowy o udział w imprezie turystycznej były sporządzone prostym i zrozumiałym językiem”. Dookreślają zatem wymogi języka (substratu materialnego znaku) w jakim zawarta ma zostać treść umowy o usługi turystyczne. Zgodnie z słownikiem języka polskiego wyrażenie „prosty” oznacza „łatwy, nieskomplikowany, oczywisty”<sup>50</sup>, termin „zrozumiały”, czyli dający się zrozumieć, co oznacza „uświadomić sobie znaczenie wyrazu, wypowiedzi, istnienie relacji między rzeczami, zjawiskami (...) wyciągnąć z czegoś wniosek”<sup>51</sup>. Wydaje się zatem, iż zrozumiała będzie dla konsumenta treść umowy skonstruowana w języku, którym się posługuje, i który jest dla konsumenta komunikatywny (niekoniecznie zaś w języku ojczystym). Zrozumiały – co zostało już podkreślone – oznacza również bezpośredni, a zatem niewymagający tłumaczenia oraz dokonywania interpretacji jakie intencje posiadał podmiot dokonujący aktu woli<sup>52</sup>. Prostota języka zaś niewątpliwie odnosi się do stopnia skomplikowania użytych sformułowań i zwrotów, tak, aby konsument przeciętny mógł z łatwością zrekonstruować znaczenie postanowień umowy. W kontekście powyższego wskazać należy, iż w brzmieniu poprzednio obowiązującej dyrektywy 90/314, jak i ustawy o usługach turystycznych, umowa o usługi turystyczne, ze względu na fakt, iż jest kategorią umowy konsumenckiej, zgodnie z art. 7 ustawy z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim<sup>53</sup>, co do zasady powinna być zawarta w języku polskim. Należy pamiętać jednakże, iż dyrektywa 90/314, zawierała standard harmonizacji minimalnej, a zatem państwa członkowskie mogły przyjąć bardziej restrykcyjne przepisy. Obecnie, dyrektywa 2015/2302 wprowadza harmonizację maksymalną, zupełną, a zatem wyznacza standard minimalny, jak

<sup>50</sup> Słownik Języka Polskiego, <https://sjp.pl/prosty> (dostęp: 13.09.2017).

<sup>51</sup> Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/sjp/zrozumiec;2547310.html> (dostęp: 13.09.2017).

<sup>52</sup> S. Dmowski, S. Rudnicki, *Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga pierwsza. Część ogólna, wyd. X*, Warszawa 2011 (dostęp: Lex Omega).

<sup>53</sup> Dz.U. z 2011 r., nr 43, poz. 224, z późn. zm.

i maksymalny regulacji krajowych, stąd też państwa członkowskie nie mogą wprowadzać przepisów bardziej restrykcyjnych (na przykład narzucających język umowy, w przypadku kiedy dyrektywa wskazuje swobodę jego wyboru, ograniczając go jedynie względami zrozumiałości). W wyroku Trybunału z dnia 3 czerwca 1999 r. w sprawie C-33/97 *Colim NV v. Bigg's Continent Noord NV*, wskazano, iż jedynie w razie braku pełnej (zupelnej) harmonizacji wymogów językowych, mających zastosowanie do informacji pojawiających się na importowanych produktach, państwa członkowskie mogą wydać własne akty prawne nakładające obowiązek podawania takich informacji w języku terytorium, w którym wyroby są sprzedawane lub w innym języku, w którym mogą być bez trudu zrozumiane przez konsumentów na tym terytorium, pod warunkiem że owe przepisy krajowe będą stosowane bez rozróżnienia wobec wszystkich tak krajowych, jak i importowanych produktów i będą proporcjonalne w stosunku do celu realizowanego przez ochronę konsumentów. Trybunał podkreślił, iż co do zasady, przepisy nakładające obowiązek stosowania konkretnego języka mogą być uznane za barierę w handlu wewnętrznym, niemniej jednak w przypadku kiedy przepisy przewidują możliwość wprowadzenia regulacji surowszych, a jednocześnie kiedy jest to podyktowane konsumenckim prawem do informacji, zabieg taki jest możliwy (nie dochodzi do naruszenia art. 34 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej<sup>54</sup>)<sup>55</sup>. Wyrażenie „język zrozumiały”, którego celem jest zagwarantowanie udzielenia konsumentowi informacji, a nie narzucenie używania konkretnego języka nie jest równoznaczne z urzędowym językiem państwa członkowskiego, ani z językiem danego regionu<sup>56</sup>. Zatem, regulacje wewnętrzne, które, z jednej strony, nakładają bardziej rygorystyczny obowiązek niż używanie języka bardziej zrozumiałego, taki jak na przykład obowiązek używania wyłącznie języka regionu językowego wykraczają poza wymogi wynikające w tym przypadku z przepisu dyrektywy 2015/2302. W tym przypadku ewentualny obowiązek użycia wyłącznie języka danego kraju stanowiłby środek mający skutek równoważny do ograniczeń ilościowych, zakazany na mocy art. 34 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

Po zapoznaniu się z Projektem ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych<sup>57</sup> (dalej jako: Projekt) można stwierdzić, iż stanowi on w zasadzie przeniesienie (1:1) na grunt krajowy regulacji dyrektywy w zakresie treści umowy o usługi turystyczne. Jak wskazano w uzasadnieniu projektu ustawy „*Rozwiązania przyjęte w przedmiotowym rozdziale, jakkolwiek mogą jawić się jako ograniczające swobodę umów, są niezbędne w świetle uregulowań art. 8 dyrektywy 2015/2302. Wprowadzają znaczącą standaryzację umów, zawieranych przez organizatorów turystyki oraz podmioty ułatwiające nabywanie powiązanych usług turystycznych, co ułatwi posługiwanie się nimi. Równocześnie zapewniają one przekazanie podróżnemu wszelkich niezbędnych informacji, zwiększając tym samym jego bezpieczeństwo. W konsekwencji pozwoli to wyeliminować moż-*

<sup>54</sup> Dz. Urz. UE L z 2004 r., poz. 90, str. 864/2, z późn. zm.

<sup>55</sup> Wyrok Trybunału z dnia 3 czerwca 1999 r. w sprawie C-33/97; por. wyrok Trybunału z dnia 18 czerwca 1991 r. w sprawie C-369/89.

<sup>56</sup> Por. wyrok Trybunału z dnia 12 października 1995 r. w sprawie C-85/94.

<sup>57</sup> Dostęp: Lex Omega, 30.09.2017.

*liwość powstawania choć części sporów i roszczeń na linii podróży – organizatorzy turystyki lub podmioty ułatwiające nabywanie powiązanych usług turystycznych*<sup>58</sup>.

Wydaje się również, iż w Projekcie zaostrzono wymogi w odniesieniu do przepisów proponowanych przez prawodawcę europejskiego. Dla przypomnienia przepisy dyrektywy wskazują, iż „Państwa członkowskie zapewniają, aby umowy o udział w imprezie turystycznej były sporządzone prostym i zrozumiałym językiem oraz, w przypadku gdy sporządzono je na piśmie, aby były czytelne” (art. 7 ust. 1). Projekt wskazuje, iż umowa o udział w imprezie turystycznej jest sporządzana w sposób prosty, zrozumiały i czytelny. Wydaje się zatem, iż niewłaściwie wyartykułowano postulat „czytelności”, który zgodnie z przepisami dyrektywy 2015/2302 jest adekwatny zatem tylko i wyłącznie w przypadku sporządzenia umowy na piśmie<sup>59</sup> (org. „(...) *package travel contracts are in plain and intelligible language and, in so far as they are in writing, legible*”). Prawodawca czytelność wiąże zatem z zasadą pisemności, wskazując, iż czytelny oznacza łatwy w odczytaniu, a zatem łatwy do poznania, czytając, treść tekstu<sup>60</sup>. A nie jako poznanie właściwego znaczenia czegoś<sup>61</sup> (a takie znaczenie wydaje się proponować Projekt), które co do zasady może być osiągnięte nie tylko poprzez odczytanie tekstu, ale również odtworzenie dokumentu audio, itp. Projektodawca zapomina również, iż postulat prostoty oraz zrozumiałości odnosić ma się do języka, w którym sporządzono treść umowy, wskazując przeto, iż umowa o usługi turystyczne może być zawarta w każdym zrozumiałym dla konsumenta języku, niekoniecznie jego języku ojczystym, co stanowi *lex specialis* w zakresie przepisów dotyczących stosowania języka polskiego w stosunkach z udziałem konsumenta.

Harmonizacja zupełna dookreślona w dyrektywie 2015/2302 wyznacza nie tylko minimalny, ale i maksymalny zakres harmonizacji, ingeruje więc w sferę regulacji wewnętrznych bardziej agresywnie. Państwo członkowskie nie może zatem odmienić niż w sposób w dyrektywie wskazany regulować problematyki w niej zawartej. Przepisy bardziej liberalne, tudzież bardziej restrykcyjne, zostają więc usunięte z systemu prawa wewnętrznego, a swoboda implementacyjna przyjmuje charakter pewnej fikcji (pole „manewru” państwa członkowskiego zostaje zasadniczo ograniczone, stąd konieczne jest właściwe wyodrębnienie zakresu podmiotowego, jak i przedmiotowego dyrektywy). Harmonizacja zupełna w praktyce przysparza państwom członkowskim problemy implementacyjne w zakresie poziomu transpozycji przepisów, w szczególności żeby nie narazić się na zarzut nieprawidłowej implementacji, często zatem dokonuje się jej w zakresie jeden do jednego, co może zaburzać wewnętrzny porządek prawny. Niemniej jednak, „*Harmonizacja zupełna w praktyce zbliża się do unifikacji – ich rezultat jest podobny. Skutkiem zastosowania harmonizacji zupełnej jest usztywnienie («zamrożenie») danego standardu (np. poziomu ochrony konsumenta) na szczeblu wspólnotowym. Przyjmując*

<sup>58</sup> <https://legislacja.rcl.gov.pl/docs//2/12294859/12412687/12412688/dokument271980.pdf> (dostęp: 21.09.2017).

<sup>59</sup> Rozważania dotyczące zasady pisemności zawarte zostały w komentarzu do przepisów dyrektywy 90/314.

<sup>60</sup> Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/sjp/odczytac;2492822.html> (dostęp: 23.09.2017).

<sup>61</sup> Wielki Słownik Języka Polskiego, [http://wsjp.pl/index.php?id\\_hasla=281&id\\_znaczenia=4874413&l=12&ind=0&pwh=1](http://wsjp.pl/index.php?id_hasla=281&id_znaczenia=4874413&l=12&ind=0&pwh=1) (dostęp: 23.09.2017).

pewne uproszczone założenia należy stwierdzić, że harmonizacja zupełna prowadzi do «zajęcia pola» poprzez wyparcie ustawodawstwa krajowego, a zakres swobody implementacyjnej w rzeczywistości nie istnieje<sup>62</sup>. W kontekście powyższego należy zauważyć, iż pewne wątpliwości budzi warstwa językowa propozycji implementacji przepisów dotyczących treści umowy o usługi turystyczne. W szczególności należy zwrócić uwagę na propozycję przepisów dookreślających główne właściwości usług turystycznych (art. 40 ust. 1 pkt 1), w której wskazano między innymi, iż umowa powinna wskazywać liczbę i rodzaj posiłków, podczas gdy prawodawca europejski nakłada na podmiot profesjonalny obowiązek poinformowania podróżnego o wyżywieniu (nie dookreśla zatem jakie informacje składowe należy przekazać podróżnemu, wydaje się zatem, iż dla spełnienia wymogu nałożonego dyrektywą 2025/2302 wystarczyłaby informacja o tym, czy podmiot profesjonalny zapewnia, lub nie, wyżywienie). Odwrotnie natomiast w zakresie dat imprezy turystycznej, Projekt nakłada na podmiot profesjonalny obowiązek zawarcia w treści umowy co najmniej przybliżonych dat, a zatem dat „niezupełnie dokładnych, ale bardzo bliskich rzeczywistości”<sup>63</sup>, co stoi w sprzeczności z treścią dyrektywy, w której wyraźnie wskazano, iż należy podać „(...) miejsce lub miejsca docelowe podróży, trasa i czas pobytu wraz z datami [wyraźnie dookreślonymi – przypis A.K.M.] oraz – w przypadku gdy impreza turystyczna obejmuje zakwaterowanie – liczbą noclegów objętych daną usługą” (art. 5 ust. 1 lit. a). W kontekście powyższego wskazać również należy, iż prawodawca europejski nakłada obowiązek informacji o liczbie noclegów, jedynie gdy impreza turystyczna zawiera zakwaterowanie, w Projekcie wskazano, iż należy podać liczbę noclegów zapewnianych w trakcie imprezy turystycznej, a zatem nałożono na podmiot profesjonalny przekazania informacji negatywnej. Biorąc pod uwagę zabiegi prawodawcy europejskiego podkreślić należy jego niekonsekwencję, która przejawia się w dość dowolnym (nieuzasadnionym) nakładaniu na podmiot profesjonalny przekazania informacji negatywnej tylko w odniesieniu do niektórych rodzajów usług składowych.

#### 4. PODSUMOWANIE

Niniejsze rozważania pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków:

1. Zarówno przepisy ustawy o usługach turystycznych, jak i dyrektywy 2015/2302 oraz Projekt ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych narzucają na podmioty profesjonalne obligatoryjny obowiązek zawarcia w treści umowy wszystkich klauzul dotyczących treści umowy wymienionych w powyższych aktach. Sprowadza się to w zasadzie do obowiązku zawarcia przez podmioty profesjonalne również informacji negatywnej (dla przykładu wyraźne wskazanie, iż impreza turystyczna nie zawiera wyżywienia), co z kolei może być postrzegane jako naruszające ich interesy. Przy przyjęciu powyższej propozycji za trafne należałoby uznać twierdzenia P. Mikłaszewicza (2008) „W literaturze trafnie zwraca się ponadto uwagę na fakt, że niektóre z obowiązkowych elementów umowy nie

<sup>62</sup> A. Kunkiel-Kryńska, *Glosa do wyroku TS z dnia 25 kwietnia 2002r., C-183/00*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2008, nr 10, s. 49–55.

<sup>63</sup> Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/sjp/przyblizony;2511796.html> (dostęp: 14.10.2017).

są (i ze swej natury nie mogą być) na tyle konkretne, aby mogły kształtować treść zobowiązania w razie braku porozumienia stron co do kwestii, których te elementy dotyczą. Stąd nacisk na informowanie konsumenta i umieszczenie wśród obowiązkowych elementów umowy danych, których zasadniczą funkcją jest dostarczenie konsumentowi wiedzy o usłudze. Przyjmuje się, że tak poinformowany konsument będzie potrafił zadbać o siebie<sup>64</sup>. W kontekście powyższego wskazać również należy na niekonsekwencję prawodawcy wyrażającą się w przepisach dyrektywy 2015/2302, co do niektórych elementów składowych usługi (np. nocleg) wskazuje, iż informacja ma być podana jedynie w przypadku, gdy dana usługa jest składową imprezy turystycznej, a zatem nie wymusza zawarcia informacji negatywnej, przy innych natomiast wymóg taki wprowadza (np. wyżywienie).

2. W kontekście powyższego wskazać zatem należy, iż przepisy prawa powszechnie obowiązującego, w tym dyrektywy 2015/2302, nie korespondują z cechami jaki produkt turystyczny w postaci imprezy turystycznej posiada, co budzi daleko idące konsekwencje, gdyż regulacje nie są na tyle elastyczne, aby móc korespondować z różnymi strukturami pakietów turystycznych, co może prowadzić do naruszenia interesów podmiotów profesjonalnych.
3. Przepisy dyrektywy 2015/2302 w zasadzie nie odzwierciedlają postulatu zmiany rozumienia terminu „konsument przeciętny”, którego cechy wskazane w powyższych rozważaniach (w tym staranność, rozważa w podejmowanych decyzjach<sup>65</sup>) powinny być poszerzone o cechy konsumenta żyjącego w społeczeństwie informacyjnym, zdominowanym przez nowoczesne technologie, a zatem konsumenta, który w pewnym zakresie sam może poszukiwać pewnej kategorii informacji. Niemniej jednak, wyraźnie należy podkreślić, iż stanowczo za wcześnie, aby mówić o przeniesieniu ciężaru informacji z przedsiębiorców na konsumentów, a zatem na zaproponowanie modelu, w którym to konsumenci będą zobligowani do poszukiwania informacji, ewentualnego zadawania pytań, przy jednoczesnej biernej postawie przedsiębiorcy<sup>66</sup>. Wydaje się jednakże, iż rozwiązaniem porządanym powinno być uaktywnienie postaw konsumentów, a zatem stworzenie systemu, gdzie obie strony mają obowiązki w zakresie prawa do informacji. Dyrektywa 2015/2302 niestety przerzuca w całości ten obowiązek na podmioty profesjonalne, co w ocenie autorki może powodować negatywne konsekwencje dla rynku usług turystycznych, między innymi poprzez ograniczenie konkurencji. Podobne rozwiązanie proponowano wprowadzić do przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny. Mianowicie, projekt zakłada wprowadzenie obowiązku informacyjnego na dwóch płaszczyznach, tj. obowiązek udostępniania informacji (bierny obowiązek informacyjny), obowiązek udzielania informacji na wniosek oraz obowiązek udzielania infor-

<sup>64</sup> P. Mikłaszewicz, *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2008 (dostęp: Lex Omega).

<sup>65</sup> K. Jasińska, *Pojęcie przeciętnego konsumenta w rozumieniu ustawy i przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i jego znaczenie dla wykładni przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2008, 3–4, s. 39–40.

<sup>66</sup> Por. M. Gumularz, *Ochrona konsumenta a fenomen „rozszerzonej rzeczywistości” – nowe wyzwania polityki prawa*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2013, 3, s. 39–58.

macji z inicjatywy strony obowiązanej (spontaniczny obowiązek informacyjny)<sup>67</sup>. Samą inicjatywę zaproponowaną w ww. projekcie należy zatem ocenić pozytywnie. Co ciekawe, projekt (tak jak dyrektywa 2015/2302) zakłada przeniesienie ciężaru dowodu wykonania obowiązku informacyjnego na przedsiębiorcę obowiązanego do udostępnienia lub udzielania informacji. Pojawia się jednakże pytanie, jak ocenić, które z informacji nie powinny być częścią obligatoryjnej treści umowy o usługi turystyczne, a konsument byłby zobowiązany do samodzielnego ich zdobycia?

4. Ponowić należy również postulat związany z prostotą konstrukcji przepisów dotyczących umowy o usługi turystyczne. Uwagi dotyczą technicznej strony konstrukcji przepisów dotyczących treści umowy o usługi turystyczne. Analiza Projektu nowej ustawy wskazuje, iż kwestia treści umowy została zawarta nie tylko w jednym przepisie, co powoduje, iż podmiot profesjonalny może mieć problemy z jej interpretacją, a przeto z sformułowaniem prawidłowej treści umowy (m. in. przepisy dotyczące podwyższenia ceny usługi).
5. W Projekcie ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych zaproponowano nieprawidłową implementację przepisów dotyczących języka, w jakim treść umowy o usługi turystyczne ma być przekazana. Projektodawca zapomina również, iż postulat prostoty oraz zrozumiałości odnosić ma się do języka, w którym sporządzono treść umowy, zatem umowa o usługi turystyczne może być zawarta w każdym zrozumiałym dla konsumenta języku, niekoniecznie języku ojczystym, co stanowi *lex specialis* w zakresie przepisów dotyczących stosowania języka polskiego w stosunkach z udziałem konsumenta. Ponadto, niewłaściwie wyartykułowano postulat „czytelności”, który zgodnie z przepisami dyrektywy 2015/2302 jest adekwatny tylko i wyłącznie w przypadku sporządzenia umowy na piśmie (co jednakże wymagałoby dalszych rozważań dotyczących formy umowy o usługi turystyczne).
6. Twórcy Projektu ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych powinni większą wagę przywiązać do celu jaki dyrektywa nakłada na państwa członkowskie, w szczególności zwrócić uwagę na wymóg harmonizacji zupełnej, stąd też większa uwaga powinna zostać przywiązana do warstwy językowej Projektu, tak aby uniknąć ewentualnego zarzutu wprowadzenia przepisów zbyt, tudzież za mało surowych.

## BIBLIOGRAFIA

- Bazylińska J., *Ochrona zbiorowych interesów konsumentów w prawie Unii Europejskiej i wybranych porządkach prawnych państw członkowskich*, Toruń 2012.
- Boratyńska M. (red.), *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, Warszawa 2016.
- Cybulka P., *Usługi turystyczne. Komentarz*, Warszawa 2012.
- Delegatura UOKiK w Katowicach, *Raport z kontroli działalności organizatorów turystyki*, Warszawa–Katowice 2011.

---

<sup>67</sup> U. Ernst, M. Kućka, M. Pecyna, F. Zoll, *Obowiązki informacyjne – projekt*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2010, 4, s. 74.

- Dmowski S., Rudnicki S., *Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga pierwsza. Część ogólna*, wyd. X, Warszawa 2011.
- Ernst U., Kučka M., Pecyna M., Zoll F., *Obowiązki informacyjne – projekt*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2010, nr 4.
- Gnela B., *Umowa konsumencka w polskim prawie cywilnym i prywatnym międzynarodowym*, Warszawa 2013.
- Gospodarek J., *Prawo w turystyce i rekreacji*, Bydgoszcz–Warszawa 2003.
- Gospodarek J., *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r., III CZP 79/10*, „Orzecnictwo Sądów Polskich” 2012, nr 1.
- Grzybczyk K., *Nowy typ konsumenta w kulturze konwergencji*, [w:] Boratyńska M. (red.), *Ochrona strony słabszej stosunku prawnego. Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Adamowi Zielińskiemu*, Warszawa 2016.
- Gumularz M., *Ochrona konsumenta a fenomen „rozszerzonej rzeczywistości” – nowe wyzwania polityki prawa*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2013, nr 3.
- Jasińska K., *Pojęcie przeciętnego konsumenta w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i jego znaczenie dla wykładni przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2008, nr 3–4.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, Warszawa 2005.
- Kaczorowska S., Kurzyńska-Lipniewicz A., *Prawne aspekty ochrony konsumenta w Polsce i w Unii Europejskiej*, Legnica 2009.
- Kaflik P., *Glosa do wyroku s.apel. z dnia 1 kwietnia 2015 r., I ACa 1431/14*, „Glosa” 2016, nr 2.
- Kryła K., *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r., III CZP 79/10*, „Przegląd Sądowy” 2011, nr 9.
- Kurek W., *Turystyka*, Warszawa 2007.
- Łętowska E., *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2004.
- Łolik M., *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r., III CZP 79/10*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2011, nr 9.
- Marak K., *Harmonizacja maksymalna projektowanej dyrektywy turystycznej i możliwe odstępstwa od tak wyznaczonego poziomu harmonizacji* [w:] Gnela B., *Współczesne wyzwania prawa konsumenckiego*, Warszawa 2016.
- Mikłaszewicz P., *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2008.
- Olejniczak A., *Komentarz do art. 362 Kodeksu cywilnego*, [w:] Kidyba A. (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz. Tom III. Zobowiązania – część ogólna*, Warszawa 2014.
- Radwański Z., *Kodeks cywilny wymaga unowocześnienia*, „Kancelaria” 2010, nr 7–8.
- Rutkowska-Tomaszewska E., *Decyzje prezesa UOKiK w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych przez organizatorów turystyki*, [w:] Cybula P. (red.), *Transformacje prawa turystycznego*, Kraków 2009.
- Sekuła-Leleno M., *Odpowiedzialność za szkodę niemajątkową wyrządzoną niewykonaniem umowy o imprezę turystyczną*, Warszawa 2014.
- Seweryn R., *Produkt turystyczny i wyznaczniki jego atrakcyjności*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” 2005, nr 697.
- Sieradzka M., *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008.
- Sieradzka M., *Wykładnia pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” na tle orzecnictwa*, „Glosa” 2008, nr 3.
- Sieradzka M., *Glosa do wyroku SOKiK w Warszawie z dnia 25 maja 2009 r., XVII Ama 98/08*, LEX/el. 2010.



- Sieradzka M., *Komentarz do art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, [w:] Kohutek K., Sieradzka M., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014.
- Tischner A., *Model przeciętnego konsumenta w prawie europejskim*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 2006, nr 1.
- Wędrzychowska-Karpińska A., Wiercińska-Krużewska A., [w:] A. Stawicki (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2011.
- Zajadacz A., Stroik E., *Podstawy planowanie rozwoju „turystyki dostępnej”*, [w:] Młynaczyk Z., Zajadacz A. (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Społeczno-ekonomiczne problemy rozwoju turystyki*, Poznań 2016.
- Zasuwik P., *Glosa do uchwały SN z dnia 19 listopada 2010 r., III CZP 79/10*, „Monitor Prawniczy” 2016, nr 24.

## TREŚĆ UMOWY O USŁUGI TURYSTYCZNE W KONTEKŚCIE ZMIAN PRZEPISÓW DOTYCZĄCYCH IMPREZ TURYSTYCZNYCH

### Streszczenie

Umowa o usługi turystyczne jest jedną z najbardziej powszechnych umów zawieranych na rynku usług turystycznych, która w zasadzie kompleksowo reguluje stosunek łączący uczestnika imprezy turystycznej (konsumenta, podróżnego) i podmiot profesjonalny, za jaki co do zasady i dla pewnego uproszczenia należy uznać organizatora turystyki. Właściwe stymulowanie wzajemnych relacji pomiędzy podmiotem profesjonalnym, a nieprofesjonalnym (konsumentem) należy zatem do zadań priorytetowych polityki turystycznej, która w celu ich realizacji wykorzystuje szeroki katalog instrumentów, w tym prawnych. Problemy w prawidłowym funkcjonowaniu umowy powodują różnego rodzaju dysfunkcje, które ze względu na powszechność umowy, rodzą daleko posunięte negatywne skutki. Należy przy tym pamiętać, iż treść umowy o usługi turystyczne stanowi jeden z ważniejszych elementów konstytuujących jakość funkcjonowania umowy na rynku usług turystycznych. Niniejsze opracowanie konkretyzuje zatem problematykę informacji umownych (informacji zawartych w umowie), gdyż zasadne jest wskazanie, iż podmioty profesjonalne „komunikują się” z konsumentami również za pomocą treści umowy, w której zawarte są podstawowe informacje dotyczące świadczonych usług turystycznych, a zatem konsumenci powinni szczególną uwagę poświęcić analizie owej treści. Oczywiście jest, iż brak równorzędności pomiędzy podmiotami profesjonalnymi, a konsumentami, na jakimkolwiek rynku usług, jest przejawem jego wadliwości, a przeto powoduje daleko idące zaburzenia konkurencji – przy czym, bardzo często wady te uzależnione są od wewnętrznych cech danego rynku. Stąd, w pierwszej kolejności w niniejszych rozważaniach zostaną wskazane najważniejsze cechy rynku turystycznego (kreowane przez specyfikę produktów turystycznych), dopiero następnie szczegółowo zostaną omówione kwestie związane z obowiązkiem informacyjnym podmiotów profesjonalnych, ze szczególnym uwzględnieniem treści komentowanej umowy. Rozważania główne zostaną podzielona na dwie sfery: (1) uwagi dotyczące ustawy z dnia 29 stycznia 1997 r. o usługach turystycznych oraz dyrektywy 90/314; (2) uwagi dotyczące dyrektywy 2015/2302 oraz Projektu ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych.

Słowa kluczowe: prawo w turystyce, rynek usług turystycznych, umowa o usługi turystyczne, treść umowy o usługi turystyczne, obowiązek informacyjny

## CONTENT OF A TOURIST SERVICES CONTRACT IN THE LIGHT OF AMENDMENTS TO THE REGULATIONS ON TOURIST PACKAGES

### Summary

The tourism services agreement is one of the most common contract on the market of tourism services, which basically comprehensively regulates the relationship between the participant of tourism event (the consumer) and professional entity (the tour operator). Proper stimulation of the relationship between professional and non-professional entities should therefore be the priority tasks of tourism policy, which can be achieved by using a wide catalog of instruments, including legal acts. Problems in the proper functioning of the agreement causes dysfunctions, which, due to the universality of the agreement, can create far-reaching negative effects. Of course, with no doubt, the content of the tourism services contract is one of the most important elements constituting the quality of the agreement on the market of tourism services. That is why, studies made concentrate on the issue of contractual information (the information contained in the contract), because it is reasonable to indicate that the professional entities 'communicate' with consumers also by using the content of the agreement, which includes basic information about the services and therefore consumers should pay special attention to the analysis of that content. It is more than obvious that the lack of equivalence between professional and non-professional entities can be considered as the market defect, and hence can create far-reaching distortion of competition. Defects appearance often depends on the internal characteristics of the market. Therefore, firstly the identification of the main characteristics of the tourism market (created by the specificity of tourism products) will be done. Then, the detail issues related to professional entities information duties with special emphasis on the content of the tourism services agreement will be discussed. The main considerations are divided into two areas: (1) remarks on the Directive 90/314 and the Tourism Services Act from 1997; (2) remarks on the Directive 2015/2302 and the proposal of new regulations (bill) on tourism events and linked travel arrangement.

Keywords: tourism law, tourism services market, tourism services agreement, content of tourism services agreement, information duty

#### Cytuj jako:

Kosińska-Madera A., *Treść umowy o usługi turystyczne w kontekście zmian przepisów dotyczących imprez turystycznych*, „Ius Novum” 2018 (Vol. 12) nr 1, s. 20–45. DOI: 10.26399/iusnovum.v12.1.2018.02/a.kosinska-madera

#### Cite as:

Kosińska-Madera, A. (2018) 'Content of a tourist services contract in the light of amendments to the regulations on tourist packages'. *Ius Novum* (Vol. 12) 1, 20–45. DOI: 10.26399/iusnovum.v12.1.2018.02/a.kosinska-madera