

**Dorota Leczykiewicz, Stephen Weatherill (eds.),
The Images of the Consumer in EU Law,
Hart Publishing 2016, s. 470***

Recenzowana monografia powstała w oparciu o referaty wygłoszone na międzynarodowej konferencji naukowej pt. *The Image(s) of the 'Consumer' in EU Law: Legislation, Free Movement and Competition Law*, która odbyła się w marcu 2014 r. na Uniwersytecie Oksfordzkim (zob. Namysłowska, 2014, s. 162).

Jak wskazują redaktorzy publikacji, powodem zajęcia się tytułowym tematem jest przekonanie o niewielkim zakresie badań nad modelami konsumenta w literaturze przedmiotu. Ponadto, w opinii redaktorów, konsument jest używany, a czasem wręcz nadużywany do osiągnięcia różnych celów w Unii Europejskiej. Dlatego w monografii przeanalizowano nie tylko prawo konsumenckie, lecz także m.in. koncepcję dobrobytu konsumenta, zasad dotyczących swobodnego przepływu towarów i swobody świadczenia usług oraz prawo konkurencji.

W problematykę monografii wprowadzają w tekście pt. *The Images of the Consumer in EU Law* Dorota Leczykiewicz i Stephen Weatherill, będący jednocześnie jej redaktorami. Autorzy, nawiązując do poszczególnych rozdziałów książki, zarysowują poruszaną w niej tematykę. Ich zdaniem, konsument staje się coraz ważniejszym podmiotem w prawie UE, co wynika m.in. ze społecznych konsekwencji problemów związanych z konsumpcją i konsumeryzmem. Niemniej jednak, modele konsumenta stosowane w prawie UE znacznie się różnią. Z jednej strony, konsument jest zachęcany do zmiany przyzwyczajzeń i zawierania coraz większej ilości transakcji transgranicznych. Od konsumenta oczekuje się samodzielnego dochodzenia roszczeń. Z drugiej zaś – wiele aktów prawnych UE cechuje znaczny stopień ochrony, jak np. dyrektywę 93/13/EWG o nieuczciwych warunkach w umowach konsumenckich, dyrektywę 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych oraz część regulacji sektorowych.

Już na początku rozdziału pt. *The Consumer: Marketised, Fragmentised and Constitutionalised* H.-W. Micklitz, używając dokonanego przez Maxa Webera rozróżnienia na rynek, państwo i społeczeństwo, powiązał konsumenta z rynkiem (krajowym i wewnętrznym), państwem (państwami członkowskimi UE i Unią Europejską), a także ze społeczeństwem (narodowym i europejskim). Na tym tle zostały przedstawione odrębności prawne, również w zakresie wizerunków konsumenta stosowanych w wyróżnionych „światach prawnych”.

Albertina Albors-Llorens i Alison Jones przedstawiły wizerunek konsumenta w prawie konkurencji UE (*The Images of the 'Consumer' in EU Competition Law*). W przeciwieństwie do prawa konsumenckiego, które konsumenta definiuje i tworzy różne jego modele, prawo konkurencji UE głównie posługuje się tym pojęciem bez jego definiowania, poza wytycznymi Komisji dotyczącymi stosowania art. 101 ust. 3 TFUE. Autorki nawiązały również do trudności ze zdefiniowaniem dobrobytu konsumenta (*consumer welfare*) w prawie konkurencji UE. Jest to pojęcie często

* Badania prowadzące do powstania publikacji zostały sfinansowane przez Narodowe Centrum Nauki w ramach realizacji projektu badawczego „Nieuczciwe praktyki handlowe między przedsiębiorcami. W poszukiwaniu paradygmatu ochrony przed nieuczciwą konkurencją w prawie Unii Europejskiej i w prawie krajowym” (nr projektu: 2013/11/B/HS5/03633).

używane w prawie konkurencji na całym świecie, lecz nie wiadomo, co ono oznacza i dobrobyt jakich konsumentów jest chroniony. Zdaniem A. Albors-Llorens i A. Jones, choć dobrobyt konsumenta występuje w retoryce prawa konkurencji UE, to ani Komisja, ani skarżący nie muszą wykazać, że analizowane zachowanie narusza dobrobyt konsumentów. Komisja podkreśla jedynie, że działa na korzyść europejskich konsumentów i w celu przeciwdziałania praktykom, które powodują szkodę konsumentów wynikającą z wyższych cen, ograniczonego wyboru, gorszej jakości i mniejszych innowacji.

Angus Johnston przedstawił pogłębioną analizę związku konsumentów z regulacjami prawnymi dotyczącymi usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym (*Seeking the EU 'Consumer' in Services of General Economic Interest*). Autor podkreślił przenikanie się pojęcia „konsument” z innymi terminami, takimi jak „użytkownik końcowy” czy „klient”. Zdaniem A. Johnstona, regulacje w zakresie usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym, w szczególności w prawie energetycznym, ewoluują w kierunku zapewnienia zróżnicowanej ochrony konsumentom potrzebującym informacji, jasności i mechanizmów ułatwiających udział w rynku, lecz również potrzebującym ochrony ich bardziej wrażliwych cech.

Na szczególną uwagę zasługuje tekst Norberta Reicha, zmarłego w październiku 2015 r. wybitnego specjalisty z zakresu prawa konsumenckiego, któremu recenzowana książka została dedykowana. Autor omówił model wrażliwego konsumenta (*Vulnerable Consumers in EU Law*), który umożliwi różnicowanie ochrony konsumenta. Zdaniem N. Reicha, termin „wrażliwość” budzi współczucie, lecz nie wiadomo, jak to odczucie ma być przełożone na regulację prawną. Szczególna podatność konsumenta na praktyki przedsiębiorców może wynikać nie tylko np. z niepełnosprawności fizycznej i intelektualnej, lecz także z biedy wynikającej m.in. z kredytów i hipotek, która plasuje konsumenta na słabszej pozycji wobec przedsiębiorcy. Temu aspektowi N. Reich poświęcił więcej miejsca, również w kontekście ustalenia poziomu koniecznej ochrony. Według Autora, konsument europejski jest zawieszony między dwoma paradygmatami konsumenta – jednego, który uznaje konsumenta za autonomiczny podmiot umowy i drugiego, akceptującego słabość konsumentów, który zapewnia, że rynek wewnętrzny jest też rynkiem socjalnym.

Iain Ramsay przybliżył wrażliwość finansową konsumentów w świetle dyrektywy 2008/48/WE w sprawie umów o kredyt konsumencki i dyrektywy 2014/17/UE w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi (*Changing Policy Paradigms of EU Consumer Credit and Debt Regulation*). Autor rozważał najkorzystniejsze z punktu widzenia socjalnego rozwiązanie chroniące konsumentów w prawie kredytowym. Jego zdaniem, rozwiązania te powinny w jak najmniejszym stopniu nakładać ograniczenia na dostęp do kredytu.

W odróżnieniu od autorów analizujących pojęcie „wrażliwego konsumenta” Christian Twigg-Flesner dokonał w swoim tekście (*The Importance of Law and Harmonisation for the EU's Confident Consumer*) analizy „poinformowanego, pewnego siebie konsumenta” (*confident consumer*). Jest to pojęcie często stosowane w dokumentach UE, lecz, według Ch. Twigg-Flesnera, za mało badane. Autor dokonuje więc analizy tego pojęcia w świetle tezy, że prawo UE w sposób paternalistyczny zakłada, iż konsument unijny odnosi korzyści z informacji, z rynku wewnętrznego i z tego samego poziomu ochrony prawnej w każdym państwie członkowskim. We wnioskach Ch. Twigg-Flesner podkreśla rolę czynników praktycznych, które zachęcą konsumenta do korzystania

z rynku wewnętrznego, takich jak kwestie językowe, koszty transportu i rozwiązania kwestii, gdy transakcja napotka na problemy.

Model konsumenta poinformowanego (*confident consumer*) przybliżył również Stephen Weatherill, który w prawie i w polityce UE poświęconych ochronie konsumenta poszukuje wzmocnienia pozycji konsumenta. Dlatego już na początku swojego rozdziału (*Empowerment is not the only Fruit*) Autor przedstawił pogląd, że nawet drobna zmiana, jaką jest zmiana nazwy z „prawo ochrony konsumentów” na „prawo konsumenckie” może nieść niebezpieczeństwo utraty charakteru protekcyjnego tej dziedziny prawa.

Punktem wyjścia dla analizy dokonanej przez Stefana Grundmanna w rozdziale pt. *Targeted Consumer Protection* jest prawo umów UE, na rozwój którego duży wpływ miało prawo umów konsumenckich. Podstawą koncepcji dotyczącej rozróżnienia między konsumentem a przedsiębiorcą jest teza o słabszej pozycji konsumentów. Jednak zdaniem St. Grundmanna teza ta powinna uwzględniać nie tylko konsumentów, lecz także przedsiębiorców w sytuacjach, gdy w transakcjach zajmują pozycję słabszej strony. Dlatego też ochrona paternalistyczna powinna wynikać z poziomu i natury ryzyka związanego z daną transakcją.

Christopher Hodges przedstawił sposoby, w których konsumenci mogą stać się regulatorami, rozumianymi jako podmiot wyposażony w kompetencje nadzorcze, śledcze i wykonawcze i tym samym wpływać na wybory regulacyjne prawodawcy oraz zachowanie przedsiębiorców (*The Consumer as Regulator*). Przykładowo, dzięki procedurze alternatywnego rozwiązywania sporów wprowadzonej przez dyrektywę 2013/11/UE umożliwiono instytucjom zbieranie informacji dotyczących rynku. Dzięki temu, możliwe będzie tworzenie bardziej skutecznych polityk. Konsumenci mogą też, zdaniem Autora, wpływać na zachowania przedsiębiorców przez działania, takie jak dochodzenie roszczeń.

Dorota Leczykiewicz skupia się na odpowiedzi na pytanie, czy prawo UE bierze pod uwagę interesy gospodarcze konsumentów, realizując polityki skupione na celach innych niż osiągnięcie przystępnej dla konsumenta ceny towarów i usług (*Regulatory Cost, the Consumer, and the EU Constitutional Framework*). Autorka zwraca uwagę m.in. na art. 114 TFUE, będący podstawą kompetencji w prawodawstwie dotyczącym ochrony konsumentów. Przepis ten służy, co podkreśla Trybunał Sprawiedliwości UE, rozwojowi handlu między państwami członkowskimi. Ochrona konsumenta nie jest więc samodzielny celem, tylko służy do budowy rynku wewnętrznego. Artykuł 114 TFUE wspiera więc swobodny przepływ i paternalizm, a koncepcja „zaufania konsumentów”, o której wspomina np. dyrektywa 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych, pozwala prawodawcy unijnemu na uniknięcie napięć między tymi celami.

Lucinda Miller analizuje problematykę etycznej konsumpcji (*Ethical Consumption and the Internal Market*), która, według Autorki, odegrała niewielką rolę w kształtowaniu prawa i polityki UE dotyczących rynku wewnętrznego, mimo że dla wielu konsumentów coraz ważniejszy jest społeczny, polityczny i etyczny wymiar ich zakupów. Autorka negatywnie ocenia wpływ prawa UE na etyczną konsumpcję, ponieważ akcent położony na przeciętnego konsumenta zniechęca konsumentów do budowania więzów solidarności ze społeczeństwem. Przykładem jest regulacja dotycząca etykietowania produktów w UE, która wyłącza konieczność podawania informacji o procesie produkcji, co kieruje uwagę konsumenta na inne elementy i nie jest wobec tego „neutralne normatywnie”. Niemniej jednak, zdaniem L. Miller, konieczność podawania informacji o produkcji

i tak może być oceniona negatywnie ze względu na niejako przerzucenie odpowiedzialności za pozytywną zmianę na konsumenta.

Hugh Collins w rozdziale pt. *Conformity of Goods, the Network Society, and the Ethical Consumer* również zaprezentował rozważania dotyczące etycznej konsumpcji, lecz z perspektywy prawa umów. Według H. Collinsa, regulacja umowna wspiera konsumpcję etyczną jako kontynuację podejścia do prawa umów, które postrzega jako element polityki społecznej, wyrównującej nierówności pomiędzy stronami umowy i zapewniające poszanowanie praw człowieka. Autor uważa, że konsumenci powinni odgrywać większą rolę w dochodzeniu zgodności z prawami człowieka i standardami ochrony środowiska.

Gareth Davies dokonuje w swoim tekście pt. *The Consumer, the Citizen, and the Human Being* analizy interakcji między interesami ekonomicznymi i nieekonomicznymi konsumenta w prawie UE. Jego zdaniem rozdzielanie tych interesów jest niepotrzebne, ale widoczne w nadmiernie transakcyjnym podejściu do swobodnego przepływu towarów i swobody świadczenia usług, co popiera i pogłębia Trybunał Sprawiedliwości UE. Podkopuje to interesy konsumenta jako obywatela w społeczeństwie demokratycznym.

Model konsumenta w prawie znaków towarowych UE scharakteryzowali Graeme Dinwoodie i Dev S. Gangjee (*The Image of the Consumer in EU Trade Mark Law*). Autorzy przedstawili tezę, że model konsumenta stosowany w tej dziedzinie prawa jest częściowo empiryczny, częściowo zaś – normatywny, wskazując, kiedy jest brane pod uwagę zbadane zachowanie konsumenta. Zdaniem G. Dinwoodie i D. Gangjee, Trybunał Sprawiedliwości UE wspiera korzystanie z dowodów empirycznych, co prowadzi do bardziej zróżnicowanej ochrony, uwzględniającej cechy danego rynku i różnice językowe.

W rozdziale pt. *The Consumer in European Regulatory Private Law* Vanessa Mak prezentuje wniosek, że model konsumenta w prawie UE jest fikcyjny i jest wynikiem świadomych wyborów regulacyjnych. Model konsumenta ma bowiem wyważyć interesy konsumentów i przedsiębiorców, nie biorąc pod uwagę faktycznych cech charakterystycznych konsumentów. Autorka wyróżnia trzy modele konsumenta: model konsumenta racjonalnego (w prawie UE), słabego (w europejskim prawie prywatnym) oraz autonomicznego (w krajowym prawie prywatnym). Przyjęcie konkretnego modelu następuje, według V. Mak, w zależności od kontekstu, w jakim jest wykorzystywany.

Sybe A. de Vries omówił natomiast wzorcowego konsumenta w orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości UE dotyczącym swobodnego przepływu towarów i swobody świadczenia usług – konsumenta, który odgrywa centralną rolę w budowie rynku wewnętrznego (*The Court of Justice's 'Paradigm Consumer' in EU Free Movement Law*). Autor przedstawia też wybrane wyzwania dla polityki konsumenckiej UE: informowanie konsumenta i jego ochronę jako słabszej strony umowy, kryzys ekonomiczny, żywnościowy i klimatyczny oraz wyzwania ery cyfrowej.

Geraint Howells w rozdziale pt. *Europe's (Lack of) Vision on Consumer Protection: A Case of Rhetoric Hiding Substance?* podkreśla, że mimo intensywnego rozwoju prawa konsumenckiego w UE, działania UE są krytykowane. Autor wskazuje dwa główne powody: stosowanie harmonizacji maksymalnej, którą sam również ocenia negatywnie, oraz bezduszne traktowanie konsumenta w unijnym *acquis*, z czym polemizuje w swoim tekście. Rozważania G. Howellsa skupiają się więc na wykazaniu, że Komisja i Trybunał Sprawiedliwości UE są wrażliwi na sprawy konsumenckie.

Monografię kończy rozdział Sidneya Freedmana prezentujący w świetle historycznym rozwój prawa konsumenckiego UE, zwłaszcza jego kształtowaniem się w początkowym okresie (*A Short History of Consumer Policy in the EU*).

Krytyka recenzowanej książki nie jest możliwa. Zamieszczone w monografii obszerne teksty wybitnych przedstawicieli nauki prawa konsumenckiego prezentują bowiem wiele zagadnień i tez, z którymi oczywiście można się nie zgadzać. Jednak czytelnik ma okazję zapoznania się z kwestiami nieomawianymi wcześniej w polskiej literaturze przedmiotu, a rozważania są prowadzone na bardzo wysokim poziomie naukowym. Publikację rekomenduję z pełnym przekonaniem, mając nadzieję, że Czytelnicy znajdą w niej inspirację do dalszych badań.

Monika Namysłowska

doktor habilitowany, profesor UŁ; Katedra Europejskiego Prawa Gospodarczego WPiA UŁ;
e-mail: mnamyslowska@wpia.uni.lodz.pl