



Maja Maciejewska-Szałas

Uniwersytet Gdański

ZAWARCIE UMOWY POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA W ŚWIETLE USTAWY O PRAWACH KONSUMENTA

Wstęp

Ustawa o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r.¹ implementuje do polskiego porządku prawnego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów². Wskazany akt wspólnotowy deroguje przy tym dotychczasowe regulacje obowiązujące w zakresie jego normowania, tj. dyrektywę 85/577/EWG w sprawie ochrony konsumentów w umowach zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa³ oraz dyrektywę 97/7/EWG w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość⁴. Dyrektywa 2011/83/UE ma charakter maksymalny⁵. W związku z wejściem w życie PrKonsU nastąpiło uchylenie dotychczasowego unormowania, tj. ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny⁶.

Wymaga podkreślenia, że wszystkie przepisy PrKonsU mają charakter bezwzględnie wiążący na korzyść konsumenta (samiimperatywny). Konsument nie

¹ Dz.U. z 2014 r., poz. 827 (dalej: PrKonsU).

² Dyrektywa 2011/83/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. UE L 304 z 2011 r., s. 64) (dalej: dyrektywa 2011/83/UE).

³ Dyrektywa Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w umowach zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (Dz. Urz. WE L 372 z 1985 r., s. 31) (dalej: dyrektywa 85/577/EWG).

⁴ Dyrektywa 97/7/EWG Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość (Dz. Urz. WE L 144 z 1997 r., s. 19).

⁵ W art. 4 dyrektywy 2011/83/UE przewidziano model harmonizacji maksymalnej, oznaczający, że państwa członkowskie nie mogą utrzymywać ani wprowadzać do swojego prawa krajowego przepisów odbiegających od tych, które zostały ustalone w niniejszej dyrektywie, w tym również przepisów surowszych lub łagodniejszych w celu zapewnienia innego poziomu ochrony konsumentów, chyba że niniejsza dyrektywa stanowi inaczej.

⁶ Tekst jedn. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225 (dalej: OchrKonsU).

może bowiem zrzec się praw przyznanych mu w ustawie. Postanowienia umów mniej korzystne dla konsumenta niż postanowienia ustawy są nieważne, a w ich miejsce stosuje się przepisy ustaw (art. 7 PrKonsU).

1. Motywy wprowadzenia konsumenckiego reżimu ochronnego w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa

Problematyka umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa została uregulowana w PrKonsU w celu ochrony interesu ekonomicznego oraz prywatności konsumenta⁷. Motywy wprowadzenia przez prawodawcę unijnego tego szczególnego reżimu ochronnego zostały po raz pierwszy wskazane w preambule dyrektywy 85/577/EWG, zachowując przy tym pełną aktualność na gruncie nowej dyrektywy 2011/83/UE⁸.

Zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa z reguły inicjuje przedsiębiorca, oferując konsumentowi sprzedaż dóbr lub świadczenie usług, do których nabycia jest on nieprzygotowany. Propozycja dokonania czynności prawnej zostaje złożona w okolicznościach nietypowych, takich jak np.: publiczne prezentacje, spotkania promocyjne w hotelach lub restauracjach, wizyty w domu bądź pracy albo innym miejscu prywatnego pobytu, przez co może zaskoczyć konsumenta nieliczącego się z jej pojawieniem. Zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa wiąże się zatem z dodatkowym ryzykiem dla konsumenta. Znajduje się on bowiem w sytuacji utrudniającej mu podjęcie rozważnej i przemyślanej decyzji o dokonaniu czynności prawnej, ponieważ zazwyczaj nie ma czasu do namysłu oraz odpowiednich warunków do oceny treści złożonej mu propozycji, analizy ceny i jakości oferowanych mu dóbr bądź usług, zapoznania się z ofertami konkurencyjnymi na rynku oraz ich porównania, wreszcie ma miejsce deficyt informacyjny w szczególności odnośnie do osoby przedsiębiorcy działającego poza swoim lokalem. Nadto, kontakt konsumenta z kontrahentem jest utrudniony w przypadku konieczności skorzystania z obsługi posprzedazowej, w szczególności dochodzenia roszczeń z tytułu rękojmi lub gwarancji, albo wykonania uprawnienia do odstąpienia od umowy.

Przedsiębiorcy oferujący zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa niejednokrotnie z rozmysłem stosują różne techniki sprzedaży mające skłonić konsumenta do jak najszybszego sfinalizowania transakcji, bez zastanawiania się nad treścią propozycji i potrzebą dokonania zakupu. W szczególności wykorzystują element zaskoczenia i dezorientacji konsumenta np. poprzez podstawienie osób trzecich związanych z przedsiębiorcą, które natychmiast po złożeniu przez niego oferty pozornie składają zamówienie, chcąc jako pierwsi skorzystać z „niepowtarzalnej okazji”. Profesjonaliści często też wręczają uczestnikom spotkań promocyjnych gratisowe prezenty, chcąc wywołać u nich potrzebę rewanżu

⁷ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2001, s. 26.

⁸ Motyw 21 dyrektywy 2011/83/UE.

w postaci zawarcia umowy, a także wykorzystują kłopotliwe położenie konsumenta⁹, w tym nierzadko niechęć do odmowy osobie przebywającej w domu w charakterze „gościa”¹⁰, wreszcie stosują metody służące manipulacji klientem lub członkami jego rodziny w celu skłonienia do dokonania czynności prawnej.

Wskazane zagrożenia dostrzegł ustawodawca unijny, podkreślając w motywie 21 dyrektywy 2011/83/UE, że poza lokalem przedsiębiorstwa konsument może być narażony na potencjalną presję psychologiczną lub na element zaskoczenia i to niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez konsumenta zamówiona, czy też nie. Istnienie ryzyka dla konsumenta stwierdził również kilkakrotnie Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE), wskazując np. w wyroku z dnia 17 grudnia 2009 r. w sprawie C-227/08 *Eva Martín Martín przeciwko EDP Editores SL*, że umowy zawierane poza lokalem handlowym cechują się tym, że zwykle to przedsiębiorca rozpoczyna negocjacje, a konsument jest całkowicie nieprzygotowany, w szczególności w zakresie porównania cen i jakości różnych dostępnych ofert, na ten rodzaj obwoźnej sprzedaży.

Ze względu na powyższe niebezpieczeństwa w PrKonsU wprowadzono unormowania służące ochronie prywatności konsumenta przed agresywnymi i bezwzględными metodami proponowania mu dóbr lub usług przez przedsiębiorców, zabezpieczające go przed zaskoczeniem ofertą w sytuacji braku właściwych przesłanek do podjęcia decyzji o zawarciu umowy po dojrzałym namyśle¹¹, niwelujące deficyt informacyjny występujący po jego stronie odnośnie do transakcji, wreszcie zapewniające mu łatwą identyfikację profesjonalisty działającego poza swoim lokalem.

2. Definicje terminów „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa”, „lokal przedsiębiorstwa”

Definicja legalna terminu „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa” została zamieszczona w art. 2 pkt 2 PrKonsU. Zasadniczo stanowi ona przekład definicji tego pojęcia przewidzianej w art. 2 pkt 8 dyrektywy 2011/83/UE z zastrzeżeniem jednej różnicy. Mianowicie, w akcie wspólnotowym napisano, że umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa oznacza każdą umowę między przedsiębiorcą a konsumentem. Natomiast w ustawie pominięto to wskazanie, gdyż stanowi ono element definicji terminu „konsument” zamieszczonej w art. 22¹ k.c.

W dyrektywie i wzorowanej na niej ustawie o prawach konsumenta przewidziano cztery przypadki, w których umowę między konsumentem a przedsiębiorcą należy uznać za zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa. Po pierwsze, chodzi o umowę zawartą przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu,

⁹ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumenta (cz. I)*, PPH 2014, nr 11, s. 9.

¹⁰ M. Jagielska, *Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość*, M.P. 2000, nr 9, s. 559; W. Kocot, *Nowe zasady zawierania i wykonywania umów z udziałem konsumentów (I)*, PPH 2000, nr 11, s. 48.

¹¹ Z. Radwański, A. Olejniczak, *Zobowiązania – część ogólna*, Warszawa 2014, s. 174.

które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy (art. 2 pkt 2 lit a PrKonsU). Czynność prawna zostaje zatem dokonana między obecnymi (*inter praesentes*) w innym miejscu niż lokal przedsiębiorstwa, takim jak np. dom lub zakład pracy konsumenta, hotel, sanatorium, dom wczasowy lub pielgrzymkowy, restauracja bądź szpital albo nawet ulica¹². Nie ma przy tym znaczenia, czy do spotkania doszło na zaproszenie konsumenta, czy też z inicjatywą wizyty wystąpił przedsiębiorca¹³.

Po drugie chodzi o umowy zawarte w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta w okolicznościach, o których mowa w lit. a przepisu, czyli przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu niebędącym lokalem przedsiębiorstwa (art. 2 pkt 2 lit b PrKonsU). Proces zawierania umowy inicjuje tutaj zatem konsument, składając ofertę przedsiębiorcy poza lokalem handlowym, natomiast ten ostatni dokonuje jej akceptacji w lokalu.

Po trzecie, reżim ochronny ustawy rozciąga się na umowy zawarte w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny i osobisty kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności stron (art. 2 pkt 2 lit c PrKonsU). W niniejszym przypadku umowa wprawdzie zostaje zawarta w lokalu handlowym bądź za pośrednictwem środków komunikacji na odległość, ale natychmiast po tym jak konsument mógł być narażony na presję psychologiczną lub element zaskoczenia ze strony profesjonalisty wynikający z faktu, że ten ostatni nawiązał z nim indywidualną i osobistą styczność przy równoczesnej faktycznej obecności stron poza lokalem przedsiębiorstwa, a więc w miejscu nietypowym dla prowadzenia działalności gospodarczej, co uzasadnia objęcie tej sytuacji ochroną¹⁴.

Definicja umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa nie powinna jednak obejmować przypadków, w których przedsiębiorca udaje się do domu konsumenta wyłącznie w celu dokonania pomiarów lub oszacowania kosztów, bez powstania jakichkolwiek obowiązków po stronie konsumenta, a umowa jest zawierana dopiero w późniejszym terminie w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub przy użyciu środków porozumiewania się na odległość, na podstawie kosztorysu sporządzonego przez przedsiębiorcę. W takich sytuacjach umowy nie należy uważać za zawartą natychmiast po nawiązaniu przez przedsiębiorcę kontaktu z konsumentem, jeżeli konsument miał czas przed zawarciem

¹² M. Jagielska, *Umowy zawierane...*, s. 560.

¹³ Motyw 21 dyrektywy 2011/83/UE. Odmienne rozwiązanie było przewidziane w art. 3 ust. 3 dyrektywy 85/577/EWG. Umożliwiała ono wyłączenie w prawie wewnętrznym państw członkowskich UE stosowanie tej dyrektywy do umów o dostawę towarów i usług, które konsument zamówił, prosząc handlowca o wizytę.

¹⁴ Motyw 21 dyrektywy 2011/83/UE.

umowy na zastanowienie się nad kosztorysem przygotowanym przez przedsiębiorcę¹⁵.

Po czwarte, za umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa należy uznać te, zawarte podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami (art. 2 pkt 2 lit d PrKonsU). Wydaje się, że konsument biorący udział w takiej podróży powinien liczyć się z tym, że będą mu oferowane towary i usługi, a więc raczej nie wystąpi tutaj element zaskoczenia, natomiast może on zostać poddany presji psychologicznej ze strony profesjonalisty, stąd objęcie reżimem ochronnym również tych sytuacji. W doktrynie słusznie podkreślono, że art. 2 pkt 2 lit d PrKonsU stanowi *superfluum* ustawowe, gdyż przypadek tam przewidziany mieści się w zakresie art. 2 pkt 2 lit a PrKonsU¹⁶.

Definicję terminu „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa” różnie oceniono w doktrynie. Wyrażono pogląd, że została sformułowana w sposób dokładniejszy i jaśniejszy w stosunku do regulacji dotychczas obowiązujących, tj. art. 1 dyrektywy 85/577/EWG oraz art. 1 OchrKonsU¹⁷. Wydaje się, że w tym ostatnim przepisie nie przewidziano precyzyjnego określenia pojęcia „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa”, gdyż uważano je wówczas za dostatecznie zrozumiałe¹⁸.

Treść definicji poddano też krytyce. Wskazano bowiem, że za umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa uznaje się także umowy wymienione w art. 2 pkt 2 lit. b-d PrKonsU, obejmujące sytuacje, gdy do zawarcia umowy może *de facto* dojść w lokalu handlowym lub dochodzi, co *expressis verbis* podkreślono w lit. c tego artykułu¹⁹. W konsekwencji stwierdzono, że właściwiej byłoby zdefiniować umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa jako umowę zawartą przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, po czym wskazać, że do umów przewidzianych w art. 2 pkt 2 lit. b-d PrKonsU stosuje się przepisy ustawy dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa ze względu na ochronę interesu konsumenta²⁰.

Wydaje się, że zastosowanie takiego zabiegu legislacyjnego byłoby lepszym rozwiązaniem, gdyż obecnie na gruncie ustawy o prawach konsumenta za umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa uważa się również te, które w rzeczywistości dochodzą do skutku w lokalu przedsiębiorstwa, co budzi wątpliwości i jest nielogiczne. Przyjęcie zaproponowanego rozwiązania nie stanowiłoby przy

¹⁵ Motyw 21 dyrektywy 2011/83/UE.

¹⁶ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 10.

¹⁷ E. Wojtaszek-Mik, *Informacja przedumowna w dyrektywie 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów (problemy implementacyjne w prawie polskim)*, PPH 2014, nr 4, s. 25.

¹⁸ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 10.

¹⁹ Tak B. Kaczmarek-Templin, D. Szostek, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg)*. Komentarz, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, Warszawa 2014, s. 14.

²⁰ Tamże, s. 14–15.

tym *novum*, gdyż ustawodawca sięgnął do niego w art. 1 OchrKonsU. Mianowicie w art. 1 ust. 2 OchrKonsU zdefiniowano termin „lokal przedsiębiorstwa”, co oznacza, że umowa zawarta w każdym innym miejscu, niż tam wskazane jest umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa. Dalej w art. 1 ust. 3 OchrKonsU stwierdzono natomiast, że przepisy rozdziału 1 ustawy stosuje się także do umowy zawartej w wyniku zorganizowanego poza lokalem przedsiębiorstwa zbierania ofert konsumentów w czasie odwiedzin przedsiębiorcy lub osoby działającej w jego imieniu w miejscu pracy konsumenta, w jego mieszkaniu albo w innym miejscu jego prywatnego pobytu, czyli takiej która w rzeczywistości doszła do skutku w lokalu przedsiębiorstwa.

Definicja terminu „lokal przedsiębiorstwa” w PrKonsU różni się od określenia tego pojęcia w OchrKonsU, gdzie wskazano, że przez lokal przedsiębiorstwa rozumie się miejsce przeznaczone do obsługiwanie publiczności i oznaczone zgodnie z przepisami o działalności gospodarczej. Ustawodawca poprzez użycie sformułowania „lokal przedsiębiorstwa przeznaczony do obsługiwanie publiczności”²¹ świadomie nawiązał do tożsamego terminu przewidzianego w art. 97 kodeksu cywilnego²². W doktrynie stwierdzono, że wykładnia tych pojęć powinna być ze sobą zharmonizowana²³, aczkolwiek zgłoszono pewne wątpliwości w związku z tym, że wskazany termin bywa czasem na gruncie kodeksowym interpretowany bardzo szeroko, a taki kierunek wykładni niekoniecznie powinien być utrzymany w odniesieniu do art. 1 ust. 2 OchrKonsU ze względu na ochronny cel tej regulacji²⁴.

Nowa definicja legalna terminu „lokal przedsiębiorstwa”, wzorowana na określeniu tego pojęcia przewidzianym w art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83/UE, została ujęta w art. 2 pkt 3 PrKonsU, zgodnie z którym „lokal przedsiębiorstwa” oznacza: po pierwsze, miejsce prowadzenia działalności będące nieruchomością lub częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe; po drugie, miejsce prowadzenia działalności będące rzeczą ruchomą, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo lub na stałe.

Nowa definicja jest szersza od dotychczasowej, przy czym wyraźnie w niej wskazano, usuwając tym samym istniejące wątpliwości, że lokalem przedsiębiorstwa może być również rzecz ruchoma, np. stragan, samochód ciężarowy. Natomiast nieprzewidzenie, jak to dotąd miało miejsce, wymogu oznaczenia lokalu zgodnie z przepisami o działalności gospodarczej może jednak w pewnych przypadkach prowadzić do naruszenia interesów konsumentów w sytuacji, gdy nie posiadają oni informacji pozwalających na stwierdzenie, że znajdują się w lokalu przedsiębiorstwa²⁵.

²¹ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 29, *Ustawa*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa o prawach...*, s. 17.

²² Ustawa z 23.04.1964 r. Kodeks cywilny (tekst jedn. Dz.U. z 2014 r., poz. 121 z późn. zm.).

²³ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 29.

²⁴ M. Jagielska, *Umowy zawierane...*, s. 560.

²⁵ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 10.

Na gruncie polskiego prawa cywilnego wyróżniamy nieruchomości gruntowe, nieruchomości budynkowe, tj. budynki trwale z gruntem związane, o ile na mocy przepisów szczególnych stanowią odrębny przedmiot własności, czyli przede wszystkim budynki i urządzenia wzniesione przez użytkownika wieczystego na gruncie oddanym w użytkowanie wieczyste oraz nieruchomości lokalowe. Z definicji wynika, że lokalem przedsiębiorstwa może być także część nieruchomości, np. pokój przeznaczony na gabinet kosmetyczny w mieszkaniu lub domu jednorodzinnym stanowiącym własność przedsiębiorcy, boks lub stoisko wynajęte w galerii handlowej. Jak już wskazano, za lokal przedsiębiorstwa może też służyć ruchomość, czyli rzecz niebędąca nieruchomością, w której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą zwyczajowo albo na stałe. Przykładowo będzie tu chodzić o kiosk stanowiący ruchomość, przyczepę kempingową czy samochód wykorzystywany do sprzedaży towarów, wózek z watą cukrową lub popcornem.

Za szerokim rozumieniem terminu „lokal przedsiębiorstwa” opowiedział się ustawodawca wspólnotowy, wskazując w motywie 22 dyrektywy 2011/83/UE, że lokal przedsiębiorstwa powinien obejmować wszelkie lokale niezależnie od ich formy (takie jak sklepy, stoiska lub samochody ciężarowe), które służą przedsiębiorcy za stałe lub zwyczajowe miejsce prowadzenia działalności. Stoiska handlowe i wystawiennicze powinny być traktowane jak lokal przedsiębiorstwa, jeżeli spełniają ten warunek. Miejsce prowadzenia działalności detalicznej, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność sezonową, np. w sezonie turystycznym w kurorcie narciarskim lub nadmorskim, należy uznać za lokal przedsiębiorstwa, ponieważ przedsiębiorca wykonuje swoją działalność w tym miejscu zwyczajowo. Za lokal przedsiębiorstwa nie należy natomiast uważać miejsc dostępnych publicznie, takich jak ulice, centra handlowe, plaże, obiekty sportowe i środki transportu publicznego, w których przedsiębiorca prowadzi działalność wyjątkowo, ani też prywatnych domów lub miejsc pracy.

Lokalem przedsiębiorstwa jest też miejsce prowadzenia działalności gospodarczej przez pełnomocnika lub zastępcę pośredniego przedsiębiorcy. Kwalifikacja nieruchomości, jej części bądź ruchomości jako lokalu przedsiębiorstwa jest niezależna od tego, czy przedsiębiorcy przysługuje do niej prawo własności bądź inny tytuł prawny (np. dzierżawa)²⁶, czy też korzysta z niej bez podstawy prawnej.

3. Katalog wyłączeń z zakresu stosowania ustawy o prawach konsumenta

Nie wszystkie umowy konsumenckie są objęte szczególnym reżimem ochronnym PrKonsU. Prawodawca krajowy, wprowadzając wyłączenia, wzorował się na ustawodawcy wspólnotowym, który przewidział je w art. 3 dyrektywy 2011/83/

²⁶ Ustawa, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa o prawach...*, s. 18; W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 10.

UE. Przepisów PrKonsU w ogóle nie stosuje się do umów wskazanych w art. 3 aktu²⁷, natomiast odnośnie do tych przewidzianych w art. 4 ustawa znajduje jedynie ograniczone zastosowanie. Katalog wyłączeń ma charakter zamknięty i wyczerpujący. Ograniczenie przedmiotowego zakresu stosowania ustawy opiera się na zróżnicowanej motywacji. Niektóre umowy zostały wyłączone z powodu: braku konieczności udzielenia ochrony konsumentowi ze względu na nieistnienie elementu zaskoczenia lub deficytu informacyjnego po jego stronie albo małej wartości przedmiotu czynności prawnej bądź działania konsumenta w niekonsumenckim charakterze, np. jako inwestora na rynku kapitałowym²⁸, oraz generalnego niestosowania reżimu konsumentkiego do nieruchomości, wreszcie zindywidualizowanego charakteru umowy. Do niektórych umów ustawa nie znajduje zastosowania, ponieważ konsument podlega odrębnemu, szczególnemu reżimowi ochronnemu przewidzianemu w prawie wspólnotowym i krajowym (np. umowy o imprezę turystyczną, *timeshare*)²⁹.

Istotnym *novum* jest wprowadzenie zasadniczo jednolitego katalogu wyłączeń dla umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość³⁰. Na gruncie poprzedniej regulacji zastosowano odmienne rozwiązanie. W OchKonsU przewidziano bowiem dwa odrębne i zróżnicowane treściowo katalogi wyłączeń (odpowiednio w art. 5 i 16).

W odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa nowy katalog wyłączeń został ujęty w sposób stosunkowo odmienny od dotychczasowego. Wymaga podkreślenia, że całkowicie zniesiono wyłączenia, iż reżim ochronny ustawy nie ma zastosowania po pierwsze, do umów o charakterze ciągłym lub okresowym, zawieranych na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób, jeżeli konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy, a zarazem w tej ofercie lub informacji, jak i w umowie zastrzeżono prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia jej zawarcia (art. 5 pkt 1 OchKonsU) oraz po drugie, do umów o prace budowlane (art. 5 pkt 4 OchKonsU). Nadto, na gruncie art. 5 pkt 5 OchKonsU reżim ochronny ustawy w ogóle nie miał zastosowania do umów dotyczących nieru-

²⁷ Odstępstwo od wskazanej reguły zostało przewidziane w art. 3 ust. 1 pkt 4 PrKonsU zgodnie z którym, przepisów ustawy nie stosuje się do umów dotyczących przewozu osób, z wyjątkiem art. 10 i art. 17, co oznacza, że znajdują one zastosowanie.

²⁸ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 43; A. Piszcz, *Wyłączenia z zakresu stosowania ustawy o prawach konsumenta (ze szczególnym uwzględnieniem wyłączenia umów o usługi zdrowotne)*, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. D. Karczewska, M. Namysłowska, T. Skoczny, Warszawa 2015, s. 111.

²⁹ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 7–8; A. Piszcz, *Wyłączenia z zakresu...*, s. 111.

³⁰ Wyjątek wprowadzono w art. 3 ust. 1 pkt 10 PrKonsU, który dotyczy wyłącznie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, gdy konsument jest zobowiązany do zapłaty kwoty nieprzekraczającej 50 złotych. Nadto, do umów dotyczących usług finansowych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa PrKonsU w ogóle nie ma zastosowania, natomiast do umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość stosuje się rozdział 1 i 5 PrKonsU (art. 4 ust. 2).

chomości, z wyjątkiem jednak usług remontowych, które obejmował. Obecnie w art. 4 ust. 1 PrKonsU wyłączenie z zakresu aktu normatywnego ujęto odmiennie, wężiej, ponieważ przepisów ustawy nie stosuje się jedynie do umów dotyczących ustanawiania, nabywania i przenoszenia własności nieruchomości lub innych praw do nieruchomości oraz do umów dotyczących najmu pomieszczeń do celów mieszkalnych, z wyjątkiem przepisów rozdziału 2³¹, które stosuje się, jeżeli odrębne przepisy nie stanowią inaczej. Prawodawca krajowy nie przewidział w PrKonsU wyłączenia stosowania ustawy do umów dotyczących budowy nowych budynków oraz istotnej przebudowy istniejących budynków, statuowanego w art. 3 ust. 3 lit. f dyrektywy 2011/83/UE, korzystając z przysługującej mu kompetencji, o której mowa w motywie 13 aktu wspólnotowego, do rozszerzenia stosowania ustawy rodzimej do dziedzin nieobjętych zakresem stosowania tej dyrektywy. W konsekwencji umowy o roboty budowlane, prace remontowe itp. zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość podlegają reżimowi ustawy³². Powyższe zmiany należy ocenić pozytywnie, jako zwiększające przedmiotowy zakres ochrony udzielanej konsumentowi.

Na podstawie art. 3 ust. 1 PrKonsU reżim ochronny niniejszego aktu normatywnego nie ma zastosowania do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość dotyczących usług socjalnych, mieszkań socjalnych, opieki nad dziećmi, wsparcia dla rodzin i osób znajdujących się stale lub czasowo w potrzebie, w tym opieki długoterminowej. W motywie 29 dyrektywy 2011/83/UE wskazano, że usługi socjalne mają zasadniczo odrębny charakter, który odzwierciedla ustawodawstwo sektorowe, częściowo unijne, a częściowo krajowe. Przepisy niniejszego aktu wspólnotowego nie są dla nich odpowiednie, stąd potrzeba ich wyłączenia z zakresu jego stosowania. Z powodu swoistego charakteru usług zdrowotnych, a w konsekwencji potrzeby wprowadzenia szczególnych regulacji w tym względzie, również umowy dotyczące usług zdrowotnych zostały wyłączone z zakresu przedmiotowego dyrektywy i aktu krajowego. Ustawa nie ma również zastosowania do umów dotyczących gier hazardowych, ponieważ jak stwierdzono w motywie 31 dyrektywy 2011/83/UE państwa członkowskie powinny mieć możliwość przyjmowania innych, w tym surowszych środków ochrony konsumentów odnoszących się do tego rodzaju działalności. Prawodawca krajowy nie rozszerzył stosowania PrKonsU na gry hazardowe, poddając je odrębnemu unormowaniu w ustawie z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych³³.

Obowiązywanie szczególnych regulacji wspólnotowych chroniących konsumenta uzasadnia wyłączenie stosowania PrKonsU odnośnie do umów zawiera-

³¹ W rozdz. 2, obejmującym art. 8–11, uregulowano obowiązki przedsiębiorcy w umowach innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, czyli w umowach typowych.

³² D. Lubasz, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz*, red. M. Namysłowska, D. Lubasz, Warszawa 2015, s. 86–87; J. Kozińska, [w:] *Ustawa o prawach...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 56.

³³ Dz. U. z 2009 r. Nr 201, poz. 1540 z późn. zm.

nych z dostawcą usług, o którym mowa w art. 2 pkt 27 lit. a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne³⁴ za pomocą aparatu publicznego w celu skorzystania z takiego aparatu lub zawieranych w celu wykonania jednorazowego połączenia telefonicznego, internetowego lub faksowego przez konsumenta, a także umów o imprezę turystyczną³⁵, unormowanych w ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych³⁶, jak również umów³⁷ przewidzianych w art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 września 2011 r. o *timeshare*³⁸, wreszcie dotyczących przewozu osób³⁹, z wyjątkiem jednak art. 10 i art. 17.

Zarówno dyrektywa 2011/83/UE, jak i ustawa krajowa nie mają też zastosowania do umów zawieranych za pomocą automatów sprzedających lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży. Czynność prawna zostaje tutaj dokonana przez konsumenta bez fizycznej obecności sprzedawcy. Automat sprzedający (ang. *vending machine*) to zautomatyzowane urządzenie służące do sprzedaży samoobsługowej towarów takich jak np. napoje, batony, przekąski czy papierosy, wyposażone w system przyjmowania płatności za wydawane dobra⁴⁰. Zautomatyzowany punkt sprzedaży (ang. *automated commercial premise*) stanowi z kolei zautomatyzowany zespół urządzeń służący nie tylko do sprzedaży samoobsługowej, lecz również do świadczenia w taki sposób usług, np. samoobsługowa myjnia samochodowa, pralnia, stacja benzynowa lub paczkomat czy automat biletowy⁴¹. Wydaje się, że wyłączenie reżimu ochronnego ustawy jest tutaj uzasadnione brakiem elementu zaskoczenia konsumenta oraz z reguły niską wartością transakcji. Na podstawie art. 3 ust. 2 PrKonsU przepisów aktu normatywnego nie stosuje się również do sprzedaży dokonywanej w postępowaniu egzekucyjnym oraz postępowaniu upadłościowym w związku z likwidacją masy upadłości. W odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wszystkie powyższe wyłączenia nie miały swoich odpowiedników na gruncie OchKonsU.

Reżim ustawy nie obejmuje także umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, jeżeli konsument jest zobowiązany do zapłaty kwoty nieprzekraczającej pięćdziesięciu złotych (art. 3 ust. 1 pkt 10)⁴². Przedmiotowe wyłączenie zostało wprowadzone przede wszystkim z powodu braku potrzeby ochrony konsumenta z uwagi na odpadnięcie elementu zaskoczenia ze względu na niską wysokość spełnianego świadczenia⁴³. Prawodawca wspólnotowy chciał również

³⁴ Dz. U. z 2014 r. poz. 243, 827 z późn. zm.

³⁵ Motyw 32 dyrektywy 2011/83/UE.

³⁶ Dz. U. z 2014 r. poz. 196 z późn. zm.

³⁷ Motyw 32 dyrektywy 2011/83/UE.

³⁸ Dz. U. z 2011 r. Nr 230, poz. 1370.

³⁹ Motyw 27 dyrektywy 2011/83/UE.

⁴⁰ J. Antoniuk, [w:] *Ustawa o prawach...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 40, D. Lubasz, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, s. 77.

⁴¹ J. Antoniuk, [w:] *Ustawa o prawach...*, s. 40, D. Lubasz, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, s. 77–78.

⁴² Przedmiotowe wyłączenie nie ma zastosowania do umów zawieranych na odległość.

⁴³ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 44.

uniknąć nakładania na przedsiębiorców obciążeń administracyjnych w postaci konieczności wykonania obowiązków informacyjnych, uznając, że koszt ich realizacji byłby nieproporcjonalnie duży w stosunku do kwoty transakcji⁴⁴. Artykuł 3 ust. 1 pkt 10 PrKonsU stanowi implementację art. 3 ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE, zgodnie z którym państwa członkowskie mogą podjąć decyzję o niestosowaniu niniejszej dyrektywy lub neutrzymany bądź niewprowadzaniu odpowiednich przepisów krajowych w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, na podstawie których wysokość płatności dokonywanej przez konsumenta nie przekracza 50 euro. Ustawodawcy krajowi zostali również upoważnieni do określenia niższej kwoty transakcji. Prawodawca polski skorzystał z opcji regulacyjnej i ustalił próg na poziomie 50 zł. Wskazane wyłączenie miało swój odpowiednik w OchKonsU, przewidującej niestosowanie jej przepisów do umów powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego o przedmiocie transakcji do równowartości 10 euro (art. 5 pkt 3). Powyższa norma stanowiła z kolei implementację wcześniejszej dyrektywy 85/577/EWG, która dopuszczała wyłączenia do równowartości 60 ecu (*European Currency Unit*). W motywie 28 dyrektywy 2011/83/UE podkreślono, że próg wysokości należy ustalić na wystarczająco niskim poziomie, tak aby zostały jedynie wyłączone zakupy o niewielkim znaczeniu. Wydaje się, że prawodawca polski spełnił ten wymóg. Próg 50 zł jest dostosowany do zamożności polskiego społeczeństwa, która jest przecież mniejsza niż ludności zamieszkałej w Europie Zachodniej. Poziom wyłączenia ustalony na równowartość w złotych 50 euro, czyli obecnie ponad 200 zł, lub nawet połowy tej kwoty, byłby zbyt wygórowany i eliminowałby spod reżimu ochronnego ustawy nadmiernie dużo transakcji mających istotne znaczenie dla przeciętnego polskiego konsumenta. Należy przy tym zauważyć, że próg wyłączenia w PrKonsU (50 zł) został podniesiony w stosunku do przewidzianego w OchKonsU (równowartość 10 euro), co spowodowało, że do większej liczby umów ustawa nie znajdzie zastosowania⁴⁵.

Dodatkowo w art. 3 ust. 1 pkt 10 PrKonsU słusznie zrezygnowano z dotychczasowego wymogu, statuowanego w art. 5 pkt 3 OchKonsU, że wyłączenie z reżimu ustawy odnosi się do umów powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, pozostawiając jedynie ograniczenie kwotowe, co skutkuje brakiem konieczności dokonywania przez konsumenta oceny, czy umowa należy do bagatelnych i podlega wyłączeniu, czy też nie ma takiego charakteru, a więc jest objęta zakresem stosowania ustawy. Pozytywną zmianą jest też określenie progu wysokości w walucie polskiej, a nie obcej, co zwalnia konsumenta z konieczności przeliczania ceny w złotych na EURO i ustalania, według jakiego kursu oraz z jakiej daty powinno to nastąpić⁴⁶. W motywie 28 dyrektywy

⁴⁴ Motywy 28 dyrektywy 2011/83/UE, B. Więzowska-Czepiel, [w:] *Ustawa o prawach...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 48.

⁴⁵ A. Piszcz, *Wyłączenia z zakresu...*, s. 116.

⁴⁶ Tamże, s. 116, B. Więzowska-Czepiel, [w:] *Ustawa o prawach...*, s. 49.

2011/83/UE wskazano nadto, że w przypadku gdy konsument zawarł w tym samym czasie dwie lub większą liczbę umów, których przedmioty są ze sobą powiązane, to dla celów stosowania ustawowego progu kwotowego należy uwzględnić całkowity ich koszt.

Z reżimu PrKonsU wyłączono także umowy zawierane poza lokalem z przedsiębiorcą dokonującym częstych i regularnych objazdów, podczas których przedsiębiorca dostarcza środki spożywcze, napoje i inne artykuły, przeznaczone do bieżącego spożycia w gospodarstwach domowych, do miejsca zamieszkania, pobytu lub pracy konsumenta (art. 3 ust. 1 pkt 3). Wskazany przepis miał swój nieco węższy odpowiednik w art. 5 pkt 2 OchKonsU. W doktrynie stwierdzono, że stałość kontaktów ogranicza ryzyko zaskoczenia konsumenta odnośnie do treści umowy oraz cech świadczenia, co uzasadnia brak wprowadzenia dodatkowej ochrony⁴⁷. Wskazany przepis służy przy tym interesom przedsiębiorcy, ponieważ nie musi on wykonywać obowiązków informacyjnych, a konsument nie ma ustawowego prawa odstąpienia od umowy, gdyby mu bowiem ono przysługiwało, to mógłby dowolnie zwracać środki spożywcze, których termin przydatności do spożycia jest z reguły krótki, co zdecydowanie utrudniłoby ich ponowną sprzedaż⁴⁸.

Należy podkreślić, że reżim ochronny PrKonsU nie ma też zastosowania do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa dotyczących usług finansowych, w szczególności takich jak: czynności bankowe, umowy kredytu konsumenckiego, czynności ubezpieczeniowe, umowy uczestnictwa w funduszu inwestycyjnym otwartym, specjalistycznym funduszu inwestycyjnym otwartym, funduszu inwestycyjnym zamkniętym, specjalistycznym funduszu inwestycyjnym zamkniętym i funduszu inwestycyjnym mieszanym oraz usługi płatnicze (art. 4 ust. 2)⁴⁹. Odmienna regulacja obowiązywała na gruncie dotychczasowej OchKonsU, gdzie zakres wyłączeń był węższy, ponieważ tylko określone rodzaje umów odnoszących się do usług finansowych, tj. po pierwsze ubezpieczenia⁵⁰, w tym o członkostwo w otwartych funduszach emerytalnych i reasekuracji oraz po drugie dotyczących papierów wartościowych i jednostek uczestnictwa w funduszach powierniczych i inwestycyjnych (usługi inwestycyjne) zostały wyłączone spod reżimu ochronnego ustawy. W konsekwencji OchKonsU stosowano m.in. do usług bankowych, w szczególności umów o kredyt zawieranych w domu

⁴⁷ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 44, A. Kubiak-Cyruł, [w:] *Ustawa o prawach...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 38.

⁴⁸ A. Kubiak-Cyruł, w: *Ustawa o prawach...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 38.

⁴⁹ Natomiast do umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość stosuje się przepisy rozdziałów 1 i 5 PrKonsU.

⁵⁰ W doktrynie wskazano, że przedmiotowe wyłączenie jest skutkiem działania lobby proubezpieczeniowego. Tak E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 44, B. Gnela, *Konsumencki a ubezpieczeniowy reżim ochrony podmiotów stosunku ubezpieczenia*, [w:] *Kierunki rozwoju ubezpieczeń gospodarczych w Polsce. Wybrane zagadnienia prawne*, red. B. Gnela, M. Szaraniec, Warszawa 2013, s. 43.

klienta⁵¹ oraz o kredyt studencki, który był udzielany w siedzibie uczelni wyższej, jak również umów o prowadzenie rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego zawieranych w miejscu pracy konsumenta⁵². Obecnie wszystkie umowy dotyczące usług finansowych zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa zostały wyłącznie spod reżimu PrKonsU i należy do nich stosować przepisy zawarte w aktach normatywnych regulujących oznaczony typ usługi, np. ustawę o kredycie konsumenckim⁵³ czy też o działalności ubezpieczeniowej⁵⁴, jak również inne ustawy np. kodeks cywilny, przewidujące normy prawne chroniące konsumenta.

4. Przedkontraktowe obowiązki informacyjne przedsiębiorcy

4.1. Uwagi ogólne

Wymaga podkreślenia to, że konsumencki reżim ochronny umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wyraża się przede wszystkim w obowiązku przedsiębiorcy udzielenia konsumentowi obszernych informacji oraz przyznaniu temu ostatniemu prawa odstąpienia od umowy w ustawowym terminie.

W PrKonsU bardzo istotnie poszerzono przedkontraktowe obowiązki informacyjne przedsiębiorcy w porównaniu do dotychczasowego stanu prawnego. Mianowicie, w OchKonsU przewidziano jedynie wymóg okazania przez profesjonalistę przed zawarciem umowy dokumentu potwierdzającego prowadzenie przez niego działalności gospodarczej, dokumentu tożsamości i dokumentu potwierdzającego umocowanie osoby działającej w imieniu przedsiębiorcy (art. 1 ust. 1) oraz obowiązek poinformowania konsumenta przed zawarciem umowy na piśmie o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy i wręczenia mu wzoru oświadczenia o odstąpieniu (art. 3 ust. 1). Obecnie PrKonsU wymienia 21 typów danych, które składają się na rozbudowane obowiązki informacyjne przedsiębiorcy, przy czym ich katalog został ujednoczony dla umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, co niewątpliwie należy ocenić pozytywnie. Wprowadzenie wspólnego, uściślonego katalogu ma również walor porządkujący, pozwala bowiem konsumentowi na łatwiejsze ustalenie, jakie informacje powinny mu zostać udzielone, a przedsiębiorcy, jakie dane jest zobligowany przekazać bez względu na to, czy dochodzi do zawarcia umowy poza lokalem czy na odległość.

⁵¹ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie...*, s. 44.

⁵² E. Rutkowska-Tomaszewska, [w:] *Ustawa o prawach...*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 93; A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Komentarz*, Warszawa 2012, s. 118.

⁵³ Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 1497 z późn. zm.).

⁵⁴ Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej (Dz. U. z 2003, nr 124, poz. 1151 z późn. zm.).

4.2. Zakres obowiązków informacyjnych

W przepisach art. 12–16 i 22–26 PrKonsU unormowano czas, zakres i sposób realizacji obowiązków informacyjnych. Mianowicie, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy poza lokalem handlowym przedsiębiorca powinien wykonać po pierwsze, ciążące na nim obowiązki legitymacyjne, informując konsumenta w sposób jasny i zrozumiały m.in. o danych go identyfikujących i pozwalających łatwo się z nim skontaktować, obejmujących wskazanie firmy, organu rejestrowego, numeru, pod którym został zarejestrowany, adresu pocztowego przedsiębiorstwa, numeru telefonu lub faksu oraz adresu poczty elektronicznej. Wskazana powinność spoczywa także na osobach, które działają w imieniu przedsiębiorcy, reprezentując go (art. 12 ust. 2 w zw. z art. 12 ust. 1 pkt. 2–4).

Po drugie, przedsiębiorca jest zobligowany do realizacji nałożonych na niego obowiązków informacyjnych dotyczących treści umowy poprzez przekazanie danych obejmujących m.in.:

- 1) główne cechy świadczenia z uwzględnieniem jego przedmiotu oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;
- 2) łączną cenę lub wynagrodzenie za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości o sposobie, w jaki będą one obliczane. Każdorazowo przedsiębiorca powinien poinformować o opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia. W razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności;
- 3) koszty korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, takich jak np. telefon, faks, Internet, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka komunikacji. Termin „stosowane zwykle” odnosi się przy tym do ceny lub wynagrodzenia rynkowego;
- 4) sposób i termin zapłaty;
- 5) sposób i termin spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowaną przez przedsiębiorcę procedurę rozpatrywania reklamacji;
- 6) tryb, termin i sposób wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 PrKonsU, a także wzór formularza odstąpienia od umowy, zawarty w załączniku nr 2 do ustawy;
- 8) koszty zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument;
- 9) obowiązek zapłaty przez konsumenta poniesionych przez przedsiębiorcę uzasadnionych kosztów zgodnie z art. 35, jeżeli konsument odstąpi od umowy po zgłoszeniu żądania zgodnie z art. 15 ust. 3 i art. 21 ust. 2 (chodzi o to, że na wyraźne żądanie konsumenta wykonanie usługi albo dostarczenie wody,

- gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii cieplnej ma się rozpocząć przed upływem terminu na odstąpienie od umowy);
- 10) brak prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 38 lub w okolicznościach, w których konsument traci prawo do odstąpienia od umowy;
 - 11) obowiązek przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad;
 - 12) istnienie i treści gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposób ich realizacji;
 - 13) kodeks dobrych praktyk w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz sposobie zapoznania się z nim;
 - 14) czas trwania umowy lub sposób i przesłanki wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;
 - 15) minimalny czas trwania zobowiązań konsumenta wynikający z umowy. Przykładowo przepis ten będzie odnosił się do umów o świadczenie usług np. telekomunikacyjnych, w których początkowo przedsiębiorca oferuje lepsze warunki (np. niższe koszty połączeń, pakiety sms) lub urządzenie w symbolicznej cenie (np. smartfon za 1 zł), co jest dla przedsiębiorcy opłacalne tylko wówczas, gdy konsument pozostanie związany umową przez z góry określony czas;
 - 16) wysokość i sposób złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument jest zobowiązany spełnić na żądanie przedsiębiorcy;
 - 17) funkcjonalność treści cyfrowych oraz techniczne środki ich ochrony;
 - 18) mające znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć;
 - 19) możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur.

Zgodnie z art. 13 PrKonsU informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 9–11, czyli tych dotyczących prawa odstąpienia od umowy, można udzielić za pomocą wzoru pouczenia o odstąpieniu od umowy stanowiącego załącznik nr 1 do aktu. Przedsiębiorca, który doręczy konsumentowi prawidłowo wypełnione pouczenie, spełnia obowiązki informacyjne określone w art. 12 ust. 1 pkt 9–11. Wprowadzenie zharmonizowanego formularza ma na celu ujednoczenie praktyki stosowanej dotychczas w tym względzie przez przedsiębiorców w państwach członkowskich. Przyjęcie wspólnego wzorca powinno uprościć proces odstąpienia od umowy przez konsumenta i prowadzić do pewności prawa⁵⁵. Stosowanie ustawowego formularza może usprawnić procedury wewnętrzne obowiązujące w przedsiębiorstwie i ułatwić profesjonalistom spełnienie obowiązków informacyjnych. Z doręczeniem konsumentowi pouczenia zgodnego z wzorem wiąże się

⁵⁵ Motyw 44 dyrektywy 2011/83/UE.

domniemanie spełnienia przez przedsiębiorcę wymogów ustawowych. Korzystanie z ujednoliconego formularza nie jest jednak obligatoryjne. Przedsiębiorca może również samodzielnie sformułować treść pouczenia obejmującego informacje przewidziane w art. 12 ust. 1 pkt 9–11 PrKonsU i doręczyć je konsumentowi. W razie sporu będzie jednak musiał każdorazowo wykazać, że spełniało ono wymogi ustawowe.

Prawodawca krajowy w art. 16 PrKonsU wprowadził pewne rozluźnienie wymogów informacyjnych w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, gdy po pierwsze ustalone w umowie wynagrodzenie nie przekracza 600 zł, po drugie konsument zażądał wykonania usługi przez przedsiębiorcę w celu naprawy lub konserwacji, wreszcie po trzecie konsument i przedsiębiorca natychmiast wykonują swoje zobowiązania. W doktrynie sporne jest przy tym, czy wszystkie wskazane przesłanki muszą zachodzić kumulatywnie⁵⁶, czy też pierwsza ma charakter alternatywny wobec drugiej i trzeciej, które występują łącznie⁵⁷. Odstępstwo od reguł ogólnych polega na ograniczeniu przedkontraktowych obowiązków informacyjnych wskazanych w art. 12 ust. 1 PrKonsU oraz zmianie sposobu ich wykonania. Mianowicie w powyższym przypadku na przedsiębiorcy ciąży obowiązek poinformowania konsumenta o informacjach przewidzianych w art. 12 ust. 1 pkt 2 i 3, tj. danych identyfikacyjnych oraz dotyczących wynagrodzenia i sposobu, w jaki ma być ono obliczone, dalej powinien on przedstawić kontrahentowi kosztorys utrwalony na papierze lub za zgodą konsumenta na innym trwałym nośniku, wreszcie udzielić informacji wskazanych w art. 12 ust. 1 pkt 1, 9 i 12, a więc odnoszących się do głównych cech świadczenia, prawa odstąpienia od umowy oraz jego ograniczeń, przy czym za zgodą konsumenta nie muszą one być zapisane na papierze lub innym trwałym nośniku. Przedmiotowa regulacja stanowi implementację art. 7 ust. 4 dyrektywy 2011/83/UE. Prawodawca krajowy uznał, że rezygnacja z pewnych wymogów dotyczących informacji przekazywanych przed zawarciem umowy jest uzasadniona, dlatego nie skorzystał z przewidzianej w dyrektywie opcji regulacyjnej, która umożliwia stosowanie także do tych czynności prawnych pełnego reżimu obowiązków informacyjnych⁵⁸.

Dodatkowo w celu zapewnienia konsumentowi niezbędnej ochrony przed obciążeniem go obowiązkiem dokonania płatności, których nie był świadomy w chwili zawarcia umowy, ustawodawca wprowadził nowy ogólny wymóg uzyskania wyraźnej zgody konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy (art. 10 ust. 1). Należy podkreślić, że przepis art. 10 PrKonsU ma zastosowanie

⁵⁶ Tak D. Lubasz, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, s. 186-188 oraz Rządowy projekt ustawy o prawach konsumenta z dnia 17 stycznia 2014 r. z uzasadnieniem, druk nr 2076, Sejm VII kadencji, s. 6.

⁵⁷ Tak D. Szostek, [w:] *Ustawa o prawach...*, s. 118, W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 8.

⁵⁸ Rządowy projekt ustawy o prawach konsumenta z dnia 17 stycznia 2014 r. z uzasadnieniem, druk nr 2076, Sejm VII kadencji, s. 6-7.

do wszystkich umów konsumenckich zarówno tych zawieranych w sytuacjach typowych, czyli w lokalu przedsiębiorstwa, jak i tych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość (art. 25). Zgodnie z art. 10 ust. 2 PrKonsU, jeżeli przedsiębiorca nie otrzymał wyraźnej zgody konsumenta, lecz założył jej istnienie przez zastosowanie domyślnych opcji, które konsument musi odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności, to konsument ma prawo do zwrotu uiszczonej płatności dodatkowej. W przypadku gdy przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o dodatkowych płatnościach, czyli nie wykonał obowiązku informacyjnego przewidzianego w art. 12 ust. 1 pkt 5 PrKonsU, to sankcją za takie zachowanie jest brak zobowiązania konsumenta do ponoszenia tych kosztów (art. 23).

Nadto, w celu ochrony interesu ekonomicznego konsumenta wprowadzono też ogólny zakaz pobierania od konsumenta, który kontaktuje się z przedsiębiorcą w sprawie zawartej już umowy (np. dla obsługi posprzedażnej lub gwarancyjnej), korzystając z przeznaczonego do tego celu numeru telefonu, opłat wyższych niż za zwykle połączenie telefoniczne (art. 11). Przedsiębiorca powinien być bowiem łatwo dostępny dla konsumenta, a stosowanie wyższych stawek mogłoby zniechęcać do kontaktu z nim. Celem regulacji jest również uniemożliwienie profesjonalistom czerpania zysków z faktu, że konsumenci chcą się z nim skontaktować telefonicznie. Przepis wyklucza zatem korzystanie przez przedsiębiorców z połączeń np. audio-tele bądź na numer rozpoczynający się od 0-700⁵⁹. W sytuacji zastosowania połączenia z opłatą wyższą niż za zwykle połączenie konsument nie może uchylić się na podstawie art. 11 PrKonsU od obowiązku zapłaty wobec dostawcy usług telekomunikacyjnych, jest jednak uprawniony do żądania zwrotu kosztów poniesionych ponad próg ustalony w ustawie od przedsiębiorcy⁶⁰.

4.3. Forma umowy. Sposób wykonywania obowiązków informacyjnych

Zgodnie z zasadą swobody formy strony mogą dokonać czynności prawnej w formie dowolnej (art. 60 k.c.), w szczególności zawarcie umowy sprzedaży konsumenckiej rzeczy ruchomej nie wymaga zachowania formy pisemnej pod żadnym rygorem. W praktyce przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą poza lokalem handlowym często posługują się wzorcami umownymi. Zgodnie z regułą ogólną wzorzec będzie wiązał drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy (art. 384 § 1 k.c.). Natomiast w razie gdy posługiwanie się wzorcem jest w stosunkach danego rodzaju zwyczajowo przyjęte, wiąże on także wtedy, gdy druga strona mogła się z łatwością zapoznać z jego treścią. Nie dotyczy to jednak umów zawieranych z udziałem konsumentów, z wyjątkiem powszechnie zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego (art. 384 § 2 k.c.). Związanie konsumenta wzorcem umowy jest zatem uzależnione od doręczenia mu go przed dokonaniem transakcji, powyższa reguła nie doty-

⁵⁹ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 12.

⁶⁰ D. Lubasz, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, s. 131–132, B. Więzowska-Czepiel, [w:] *Ustawa o prawach...*, s. 89.

czy jedynie umów bagatelnych, gdyż tutaj wystarczy łatwa możliwość zapoznania się z treścią wzorca.

Zgodnie z art. 14 PrKonsU w przypadku umów zawieranych poza lokalem handlowym przedsiębiorca ma obowiązek udzielić konsumentowi informacji przewidzianych w art. 12 aktu, utrwalonych na papierze lub w razie wyrażenia przez konsumenta zgody na innym trwałym nośniku, w sposób czytelny i wyrażonych prostym językiem (obowiązek dokumentacyjny). Kontrahent powinien zatem przekazać konsumentowi informacje w sposób tradycyjny, czyli na papierze, co nie oznacza jednak z zachowaniem formy pisemnej, tj. z opatrzeniem dokumentu własnoręcznym podpisem lub za zgodą konsumenta na innym trwałym nośniku. Zgoda musi być przy tym wyrażona wyraźnie, nie można jej domniemywać. Z uwagi na cel ochronny regulacji wydaje się, że konsument przed udzieleniem zgody powinien zostać poinformowany, na jakim trwałym nośniku otrzyma dane.

Zgodnie z definicją legalną termin „trwały nośnik” oznacza materiał lub urządzenie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez okres odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i który pozwala na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci (art. 2 ust. 4 PrKonsU). Prawodawca krajowy rozszerzył ustawowe określenie tego pojęcia o słowo „materiał” w stosunku do definicji zawartej w dyrektywie 2011/83/UE, nie naruszając jednak zasad jej transpozycji.

Ustawodawca wspólnotowy w motywie 23 dyrektywy 2011/83/UE wyjaśnił, że funkcją trwałego nośnika jest umożliwienie konsumentowi przechowywania informacji tak długo, jak jest to dla niego konieczne w celu ochrony swoich interesów wynikających ze stosunków łączących go z przedsiębiorcą, zaliczając jednocześnie do zakresu tego terminu papier, pamięć USB, płyty CD-ROM, DVD, karty pamięci oraz dyski twarde komputerów, a także pocztę elektroniczną. W uzasadnieniu PrKonsU dodatkowo wskazano, że poczta elektroniczna nie jest co prawda ani „materiałem” ani „urządzeniem”, o których mowa w definicji legalnej (gdyż jak się wydaje, brak jej substratu materialnego), lecz przy komunikowaniu się za jej pomocą przekazywane informacje są zapisywane na trwałych nośnikach, np. na serwerze odbiorcy, co w praktyce oznacza spełnienie wymogu udzielenia lub potwierdzenia informacji na trwałym nośniku⁶¹.

Uznanie poczty elektronicznej za trwały nośnik z pewnością zostało pozytywnie przyjęte przez przedsiębiorców, gdyż usuwa dotychczasowe wątpliwości co do zgodności z prawem wytworzonego w praktyce zwyczaju⁶² potwierdzania z jej użyciem informacji wymaganych przez akty wspólnotowe oraz ustawy krajowe. Wydaje się natomiast, że na obecnym etapie rozwoju prawa przekaza-

⁶¹ Rządowy projekt ustawy o prawach konsumenta z dnia 17 stycznia 2014 r. z uzasadnieniem, druk nr 2076, Sejm VII kadencji, s. 5.

⁶² Na upowszechnienie się takiego zwyczaju wskazuje P. Polański, *Europejskie prawo handlu elektronicznego. Mechanizmy regulacji usług społeczeństwa informacyjnego*, Warszawa 2014, s. 290, 312.

nie informacji za pomocą strony internetowej nadal wiąże się z wątpliwościami prawnymi i ryzykiem niedochowania obowiązków ustawowych.

Ustawodawca wprowadził też wymóg transparentności (przejrzystości) informacji, który nie był dotychczas w ogóle przewidziany odnośnie do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

5. Obowiązki kontraktowe przedsiębiorcy

W ramach obowiązków kontraktowych przedsiębiorca jest zobowiązany wydać konsumentowi dokument umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub potwierdzenie jej zawarcia, utrwalone na papierze lub za zgodą konsumenta na innym trwałym nośniku (art. 15 ust. 1 PrKonsU). Wydaje się, że prawo wyboru należy tutaj do profesjonalisty. Istnieje przy tym zasadnicza różnica między dokumentem umowy, który obejmuje treść dwustronnej czynności prawnej, a potwierdzeniem umowy będącym jednostronnym oświadczeniem wiedzy przedsiębiorcy, informującym, że umowa w określonej dacie została zawarta.

Wymaga podkreślenia, że informacje przewidziane w art. 12 PrKonsU przekazywane przez przedsiębiorcę konsumentowi stanowią integralną część umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa i mogą być zmieniane jedynie za wyraźnym porozumieniem stron (art. 22), zatem do obowiązków kontraktowych profesjonalisty należy niemodyfikowanie raz udzielonych informacji. Nadto, jest on również zobligowany do znoszenia swobody konsumenta w przedmiocie skorzystania z prawa odstąpienia od umowy⁶³ w terminie 14 dni bez podawania przyczyn, osłabiającej obowiązywanie zasady *pacta sunt servanda*.

Podsumowanie

Analiza przepisów PrKonsU normujących zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa prowadzi do wniosku, że są one zgodne z prawem wspólnotowym. Ustawodawca krajowy dokonał prawidłowej transpozycji dyrektywy 2011/83/UE do wewnętrznego porządku prawnego. Wskazany akt unijny statuje nowe rozwiązania w stosunku do tych przewidzianych w dyrektywie 85/577/EWG, ulepszając model ochrony konsumenta w zakresie umów zawieranych poza lokalem handlowym.

Porównanie PrKonsU z OchKonsU prowadzi do wniosku, że wprowadzono istotne zmiany w stosunku do dotychczasowego stanu prawnego. Stworzono rozbudowaną definicję terminu „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa”, obejmującą cztery kategorie umów, które należy za takie uznawać. Wprowadzono też nową, szerszą od dotychczasowej definicję pojęcia „lokal przedsiębiorstwa”, wyraźnie przy tym wskazując, że może nim też być rzecz ruchoma, co usunęło istniejące wątpliwości.

⁶³ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady...*, s. 14.

Istotnym nowum jest również znaczne poszerzenie przedkontraktowych obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, co ma na celu zwiększenie ochrony konsumenta poprzez zniwelowanie deficytu informacyjnego występującego po jego stronie odnośnie do osoby kontrahenta, jak również treści umowy, a także kształtowania się stosunków i kontaktów między nimi po dokonaniu czynności prawnej. Dotychczasowy bardzo wąski zakres informacji, które przedsiębiorca był zobligowany przekazać konsumentowi, został znacznie rozbudowany, tak iż obejmuje obecnie aż 21 rodzajów danych. Pozytywnie należy również ocenić ujednoczenie katalogu obowiązków informacyjnych dla umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Wprowadzenie wspólnego katalogu ma z pewnością walor porządkujący.

Na aprobatę zasługuje również wprowadzenie całkowicie nowych rozwiązań służących ochronie interesu ekonomicznego konsumenta, wyrażających się: po pierwsze, koniecznością uzyskania wyraźnej zgody konsumenta na jakiegokolwiek dodatkowe płatności wykraczające poza uzgodnione wynagrodzenie główne oraz po drugie, w zakazie stosowania przez przedsiębiorców opłat wyższych niż stawki podstawowe w odniesieniu do połączeń telefonicznych dotyczących kontaktowania się kontrahentów po zawarciu umowy. Pozytywnie należy także ocenić wprowadzenie wymogu transparentności (przejrzystości) przy wykonywaniu obowiązków informacyjnych przez przedsiębiorców oraz stosunkowo szerokie zdefiniowanie terminu „trwały nośnik”, obejmujące również pocztę elektroniczną.

Maja Maciejewska-Szałas

CONCLUSION OF AN AGREEMENT OUTSIDE BUSINESS PREMISES IN THE LIGHT OF THE ACT ON CONSUMER RIGHTS

The article presents and analyzes the provisions of the Act on consumer rights of 30 May 2014 concerning the conclusion of contracts outside business premises. This normative act implements the Directive 2011/83 / EU of 25 October 2011 on consumer rights into Polish law. The Author discusses the amendments introduced by the Act of 2014 in relation to the legal situation provided by the previous Act of 2 March 2000 on the protection of certain consumer rights and the liability for damage caused by a dangerous product, as well as their impact on the conclusion of contracts outside business premises. The considerations are focused, *inter alia*, on the reasons for the introduction of consumer protection regime, the meaning of the terms “contract concluded outside business premises” and “business premises”, the exemptions from the scope of application of the act on consumer rights, the scope and manner of exercising the pre-contractual disclosure obligations by entrepreneurs and finally their contractual obligations.