



Maja Maciejewska-Szałas*

Uniwersytet Gdański

WYBRANE ZAGADNIENIA PROBLEMATYKI ZAWARCIA UMOWY NA ODLEGŁOŚĆ W ŚWIECIE USTAWY O PRAWACH KONSUMENTA

1. Wprowadzenie

Ustawa o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r.¹ implementuje do polskiego porządku prawnego dwie dyrektywy. Po pierwsze jest to dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów², która zasadniczo wpływa na model ochrony konsumenta w Internecie, stanowiąc poważne osiągnięcie legislacyjne w obszarze handlu elektronicznego w Unii Europejskiej. 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.

Po drugie ustawa o prawach konsumenta dokonuje transpozycji do prawa krajowego dyrektywy 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 września 2002 r. dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość⁵. Wskazany akt unijny był dotychczas implementowany w rozdziale 2a

* m.maciejewska-szalas@ug.edu.pl

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), dalej: dyrektywa 97/7/EWG.

⁵ Dyrektywa 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 września 2002 r. dotycząca

ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny⁶, jednak została ona w całości uchylona przez art. 52 PrKonsU ze względu na wprowadzenie nowej regulacji. Obydwie implementowane dyrektywy mają przy tym charakter maksymalny⁷. Przepisy dotychczasowego rozdziału 2a OchrKonsU zostały przeniesione do rozdziału 5 nowej ustawy, noszącego tytuł „Umowy dotyczące usług finansowych zawierane na odległość”. Ostatecznie zgodnie z art. 4 ust. 2 PrKonsU przedmiotowy akt normatywny nie ma zastosowania do umów odnoszących się do usług finansowych, z wyjątkiem jednak umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość, do których stosuje się wyłącznie rozdział 1 (przepisy ogólne) oraz 5.

Przepisy zawarte w rozdziale 5 PrKonsU są zasadniczo tożsame z tymi, które były przewidziane w rozdziale 2a OchrKonsU⁸. Teksty obu regulacji nie mają jednak całkowicie identycznego brzmienia, gdyż ustawodawca, korzystając z okazji, wprowadził kilka zmian mających na celu zapewnienie lepszej ochrony interesu konsumenta⁹. Ze względu na ograniczone ramy artykułu nie zostanie przedstawiona problematyka zawarcia umowy sprzedaży usług finansowych na odległość, która jest w pewnych kwestiach odmienna między innymi z powodu konieczności ochrony nieprofesjonalisty przed poważnym ryzykiem ekonomicznym.

Motywy dla wprowadzenia konsumentckiego reżimu ochronnego w odniesieniu do umów zawieranych na odległość jest – ogólnie rzecz biorąc – że brak jednocześnie fizycznej obecności stron przy dokonywaniu transakcji utrudnia konsumentowi uczestnictwo we współpracy kontraktowej oraz zapoznanie się z przedmiotem świadczenia, a także dochodzenie naprawienia szkody wyrządzonej przez profesjonalistę wskutek niewykonania lub nienależytego wyko-

sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość oraz zmieniająca dyrektywę Rady 90/619/ EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE (Dz. U. L 271 z 2002 r.), dalej: dyrektywa 2002/65/WE.

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

⁷ 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. Model harmonizacji maksymalnej wprowadzono również w motywie 13 dyrektywy 2002/65/WE stanowiąc, że niniejsza dyrektywa powinna gwarantować wysoki poziom ochrony konsumentów w celu zapewnienia swobodnego przepływu usług finansowych. Państwa członkowskie nie powinny mieć możliwości przyjmowania innych przepisów niż przepisy ustanowione w niniejszej dyrektywie w obszarach, które ona harmonizuje, chyba że inaczej postanowiono w niniejszej dyrektywie.

⁸ Punkt VIII uzasadnienia projektu ustawy o prawach konsumenta (druk sejmowy nr 2076, Sejm VII Kadencji).

⁹ A. Płucienik, M. Kluska, G. Wanio, *Ustawa o prawach konsumenta. Umowy zawierane przez Internet. Praktyczny komentarz*, Warszawa 2015, s. 67; M. Skory, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, Warszawa 2014, s. 200.

kania zobowiązania¹⁰. Po stronie konsumenta występuje też znaczny deficyt informacyjny, w szczególności odnośnie do osoby przedsiębiorcy, jak również zmniejszony poziom bezpieczeństwa transakcji wynikający z anonimowości Internetu.

Nie wszystkie umowy konsumenckie zawierane na odległość zostały jednak objęte szczególnym reżimem ochronnym. Przepisy PrKonsU nie mają bowiem zastosowania do umów enumeratywnie wyliczonych w art. 3 aktu. Katalog wyłączeń jest wyczerpujący. Prawodawca, wykluczając określone umowy spod reżimu ochronnego ustawy, kierował się zróżnicowaną argumentacją. Motywem do wyłączenia był między innymi brak elementu zaskoczenia konsumenta, zindywidualizowany charakter czynności prawnej, jak również podleganie niektórych umów pod szczególne przepisy ochronne prawa unijnego lub krajowego. Zgodnie z art. 3 PrKonsU akt normatywny nie znajduje zastosowania do między innymi umów: dotyczących usług socjalnych oraz opieki nad dziećmi, odnoszących się do gier hazardowych, zawieranych z przedsiębiorcą dokonującym częstych i regularnych objazdów celem dostarczenia środków spożywczych, napojów i innych artykułów, przeznaczonych do bieżącego spożycia, jak również sprzedaży za pomocą automatów, a także dokonywanej w postępowaniu egzekucyjnym i upadłościowym, o usługi zdrowotne oraz o imprezę turystyczną. Nadto, ustawodawca zdecydował, że do określonych czynności prawnych reżim ochronny ustawy znajdzie jedynie częściowe zastosowanie. Powyższe dotyczy umowy: przewozu osób, obrotu nieruchomościami oraz najmu pomieszczeń do celów mieszkalnych.

2. Definicja terminu „umowa zawarta na odległość”.

Definicja legalna terminu „umowa zawarta na odległość” została przewidziana w art. 2 pkt 1 PrKonsU, zgodnie z którym oznacza ona umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie.

Definicja krajowa stanowi w zasadzie przykład określenia tego pojęcia zamieszczonego w art. 2 pkt 7 dyrektywy 2011/83/UE z zastrzeżeniem jednak dwóch różnic. Mianowicie w akcie wspólnotowym napisano, że umowa zawierana na odległość oznacza każdą umowę między przedsiębiorcą a konsumentem. Natomiast w ustawie pominięto to wskazanie, gdyż stanowi ono element definicji terminu „konsument” zawartej w art. 22¹ k.c. Druga odmienność polega na tym, że dyrektywa odnosi się do umów zawartych w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, natomiast akt rodzimy nie zawiera takiego ograniczenia, dotycząc wszystkich umów zawieranych w ra-

¹⁰ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2001, s. 45.

mach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość¹¹. Przyjęte rozwiązanie jest zgodne z prawem wspólnotowym, nie narusza bowiem dyrektywy 2011/83/UE¹². Należy ocenić je pozytywnie, gdyż skutkuje stosowaniem PrKonsU do wszystkich umów zawieranych w ramach zorganizowanego przez przedsiębiorcę systemu zawierania umów na odległość, nie wprowadzając żadnych różnic ani ograniczeń.

Nowa definicja terminu „umowa zawarta na odległość” różni się od dotychczasowej. Nastąpiło bowiem istotne ograniczenie zakresu tego pojęcia wynikające z wprowadzenia wymogów, po pierwsze, by umowa została zawarta z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili jej zawarcia włącznie oraz, po drugie, by czynność prawna została dokonana w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość.

Obecnie cały proces kontraktowania musi odbywać się bez jednoczesnej fizycznej obecności stron za pomocą środków komunikacji na odległość. Dotychczas nie wymagano by wszystkie czynności przygotowujące lub prowadzące do dokonania czynności prawnej odbywały się na dystans, zasadniczo wystarczyło, by w chwili składania zgodnych oświadczeń woli przedsiębiorcy standardowo korzystał ze środków porozumiewania się na odległość¹³. Przykładowo, gdy negocjacje przeprowadzono poza lokalem przedsiębiorstwa przy jednoczesnej fizycznej obecności kontrahentów, lecz zawarcie umowy nastąpiło z użyciem środków komunikacji na odległość, to umowa była kwalifikowana jako zawarta na odległość¹⁴.

Aktualnie ze względu na wyraźne postanowienie ustawy wszystkie etapy dokonywania czynności prawnej muszą odbywać się za pomocą środków porozumiewania się na odległość bez jednoczesnego fizycznego kontaktu stron, co oznacza, że jakiegokolwiek osobiste spotkanie przedsiębiorcy z konsumentem w trakcie procesu zawierania umowy wyłącza stosowanie do niej konsumenckiego reżimu ochronnego umów zawieranych na odległość¹⁵.

Wskazana interpretacja znajduje potwierdzenie w motywie 20 dyrektywy 2011/83/UE przewidującym kilka kazuistycznych przypadków mających ułatwić ustalenie zakresu stosowania aktu wspólnotowego. Mianowicie definicja terminu „umowa zawarta na odległość” powinna obejmować sytuacje, w których konsument udaje się do lokalu przedsiębiorstwa jedynie w celu uzyskania in-

¹¹ Szeroko na ten temat M. Pecyna, *Umowy zawierane na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa*, [w:] *Prawo umów handlowych*, t. 5, red. S. Włodyka, Warszawa 2014, s. 202–203.

¹² M. Pecyna, *Umowy zawierane na odległość*, s. 202. Por. motyw 13 dyrektywy 2011/83/UE oraz punkt IV uzasadnienia projektu ustawy o prawach konsumenta (druk sejmowy nr 2076, Sejm VII Kadencji).

¹³ W. Kocot, *Wpływ Internetu na prawo umów*, Warszawa 2004, s. 251.

¹⁴ E. Łętowska, *Ustawa o ochronie*, s. 46.

¹⁵ Tak też M. Skory, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 203, W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumenta (cz. I)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2014, nr 11, s. 10.

formacji o towarach lub usługach, a następnie negocjuje i zawiera umowę na odległość. Z kolei umowa, która jest negocjowana w lokalu przedsiębiorstwa i zostaje ostatecznie zawarta przy użyciu środków porozumiewania się na odległość nie powinna być uważana za umowę zawieraną na odległość. Dalej wskazano, że za umowę zawartą na odległość nie można też uznawać umowy zainicjowanej za pomocą środka komunikowania się na odległość, ale ostatecznie zawartej w lokalu przedsiębiorstwa. Pojęcie umowy zawieranej na odległość nie powinno także obejmować rezerwacji usługi profesjonalisty dokonanej przez konsumenta z użyciem środka porozumiewania się na odległość, tak jak w przypadku telefonicznego zamówienia wizyty u fryzjera.

W nowej definicji przedmiotowego pojęcia ustawodawca zrezygnował z rozbudowanego przykładowego wyliczenia środków porozumiewania się na odległość. Nie ma przy tym wątpliwości, że zaliczamy do nich media drukowane (np. formularze, listy seryjne, reklamy prasowe z wydrukowanym wzorem zamówienia), środki komunikacji telefonicznej (np. telefon, faks), a także radiowej i telewizyjnej (radio, telewizja), wreszcie Internet¹⁶ (poczta elektroniczna, strony internetowe, telefonia internetowa). Nie ma przeszkód, by strony w procesie zawierania umowy posługiwały się różnymi (np. jedna faksem, a druga pocztą elektroniczną)¹⁷ lub kilkoma środkami kontaktowania się na odległość.

Ustawodawca wymaga, by umowa między konsumentem a przedsiębiorcą została zawarta w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość. Wydaje się, że celem tego unormowania jest wyłączenie z zakresu stosowania ustawy umów zawieranych na odległość jedynie okazjonalnie¹⁸, w sposób nadzwyczajny i nietypowy dla danego przedsiębiorcy¹⁹.

Profesjonalista powinien zatem stworzyć zorganizowany system zawierania umów na odległość. Zgłoszono przy tym wątpliwość, czy wystarczy jedynie utworzyć wewnętrzną strukturę przeznaczoną do zawierania umów na odległość, np. poprzez wyodrębnienie personelu zajmującego się dokonywaniem czynności prawnych między nieobecnymi²⁰, czy też jest konieczne, by jej funkcjonowanie było z zewnątrz dostrzegalne dla konsumenta, np. poprzez stronę internetową lub biuletyny sprzedaży wysyłkowej²¹. W motywie 20 dyrektywy 2011/83/UE podkreślono, że pojęcie zorganizowanej sprzedaży lub świadczenia usług na odległość powinno obejmować systemy oferowane przez osobę trzecią inną niż przedsiębiorca, ale z których przedsiębiorca korzysta, takie jak platforma internetowa. Wskazany termin obejmuje zatem systemy pośredników w handlu,

¹⁶ M. Jagielska, *Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość*, „Monitor Prawniczy” 2000, nr 9, s. 560.

¹⁷ M. Załucki, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 12.

¹⁸ M. Pecyna, *Umowy zawierane na odległość*, s. 203. Motyw 18 dyrektywy 2002/65/WE.

¹⁹ M. Skory, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 202.

²⁰ M. Załucki, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 10.

²¹ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady*, s. 9.

przy czym są to przede wszystkim platformy aukcyjne²², jak również systemy zakupów grupowych²³.

Dalej w motywie 20 dyrektywy 2011/83/UE wyjaśniono, że pojęcie „zorganizowanej sprzedaży lub świadczenia usług na odległość” nie obejmuje jednak przypadków, gdy strony internetowe oferują jedynie informacje o przedsiębiorcy, jego towarach lub usługach oraz dane kontaktowe. W konsekwencji z zakresu wskazanego terminu zostały wyłączone proste strony internetowe, które nie umożliwiają dokonania transakcji z profesjonalistą, ograniczając się do przedstawienia podstawowych informacji handlowych o prowadzonej działalności gospodarczej²⁴. Korzystając z takich stron internetowych można złożyć zamówienie wysyłając je np. pocztą elektroniczną, jednak umowa zawarta w wyniku jego przyjęcia nie będzie objęta konsumenckim reżimem ochronnym umów zawieranych na odległość²⁵.

Wydaje się, że nie ma wymogu, by dokonywanie czynności prawnych przez przedsiębiorcę z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość było jedynym sposobem prowadzenia przez niego działalności gospodarczej, jest więc też dopuszczalne zawieranie umów w okolicznościach typowych lub poza lokalem przedsiębiorstwa²⁶.

3. Przedkontraktowe obowiązki informacyjne przedsiębiorcy

3.1. Uwagi ogólne

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

W PrKonsU poszerzono przedkontraktowe obowiązki informacyjne profesjonalisty w porównaniu do dotychczasowego stanu prawnego. Ma to ułatwić konsumentowi podjęcie rozsądnej i przemyślanej decyzji o dokonaniu czynności prawnej. Obecnie akt normatywny wymienia 21 typów danych, które składają się na rozbudowane obowiązki informacyjne przedsiębiorcy, przy czym ich katalog został ujednoczony dla umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, co niewątpliwie należy ocenić pozytywnie. Wprowadzenie wspólnego,

²² P. Polański, *Europejskie prawo handlu elektronicznego. Mechanizmy regulacji usług społeczeństwa informacyjnego*, Warszawa 2014, s. 310–311; P. Polański, *Uwagi na temat nowej dyrektywy o ochronie praw konsumenta w Internecie. Księga pamiątkowa z okazji dziesięciolecia Centrum Badań Problemów Prawnych i Ekonomicznych Komunikacji Elektronicznej i Studenckiego Koła Naukowego – Blok Prawa Komputerowego*, red. E. Galewska, S. Kotecka, Wrocław 2012, s. 164.

²³ P. Polański, *Uwagi na temat*, s. 164.

²⁴ P. Polański, *Europejskie prawo*, s. 311.

²⁵ Tamże. Por. też A. Plucienik, M. Kluska, G. Wanio, *Ustawa o prawach*, s. 24.

²⁶ Tak też M. Załucki, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 10; W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady*, s. 10.

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 na odległość czy poza lokalem przedsiębiorstwa.

3.2. 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 na odległość przedsiębiorca powinien wykonać po pierwsze ciężące na nim obowiązki legitymacyjne, informując konsumenta w sposób jasny i zrozumiały między innymi 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 odnoszących się do treści umowy poprzez przekazanie danych m.in. dotyczących:

- 1) głównych cech świadczenia z uwzględnieniem jego przedmiotu oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;
- 2) łącznej ceny lub wynagrodzenia 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) kosztów 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) sposobu i terminu zapłaty;
- 5) sposobu i terminu spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedury rozpatrywania reklamacji;
- 6) trybu, terminu i sposobu wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 PrKonsU, a także wzoru formularza odstąpienia od umowy, zawartego w załączniku nr 2 do ustawy;

- 8) kosztów zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument;
- 9) obowiązku 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) braku prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 38 lub okoliczności, w których konsument traci prawo do odstąpienia od umowy;
- 11) obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad;
- 12) istnienia i treści gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposobu ich realizacji;
- 13) kodeksu dobrych praktyk w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz sposobu zapoznania się z nim;
- 14) czasu trwania umowy lub sposobu i przesłanek wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;
- 15) minimalnego czasu trwania zobowiązań konsumenta wynikających 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 odpłacalne tylko wówczas, gdy konsument pozostanie związany umową przez z góry określony czas;
- 16) wysokości i sposobu złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument jest zobowiązany spełnić na żądanie przedsiębiorcy;
- 17) funkcjonalności treści cyfrowych oraz technicznych środków ich ochrony;
- 18) mających 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 zasad 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 odstąpie-

nia od umowy przez konsumenta i prowadzić do pewności prawa²⁷. 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 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.

Nadto w celu ochrony interesu konsumenta w art. 18 PrKonsU został wprowadzony dodatkowy obowiązek informacyjny ciążyący na przedsiębiorcy internetowym. Mianowicie na stronach internetowych służących do prowadzenia handlu elektronicznego wskazuje się w sposób wyraźny, najpóźniej na początku składania zamówienia, jasne i czytelne informacje o ograniczeniach dotyczących dostarczania oraz akceptowanych sposobach płatności. Niewątpliwie powyższe wymogi spełni przedsiębiorca, udzielając stosownej informacji tekstowej, jednak postuluje się połączenie jej z odpowiednią wizualizacją graficzną, np. przez wskazanie za pomocą ikon dopuszczalnych sposobów płatności, w tym rodzajów akceptowanych kart płatniczych. Przedsiębiorca internetowy ma również obowiązek poinformowania o stosowanych przez siebie ograniczeniach (np. terytorialnych – wykluczenie określonych państw, lub czasowych – wyłączenie oznaczonych dni) w zakresie dostarczania, co w praktyce będzie przede wszystkim dotyczyło towarów.

3.3. Sposób wykonania obowiązków informacyjnych

Zgodnie z zasadą swobody formy strony mogą dokonać czynności prawnej w formie dowolnej (art. 60 k.c.), w szczególności zawarcie umowy sprzedaży rzeczy ruchomej, jak również o świadczenie usług, nie wymaga zachowania formy pisemnej pod żadnym rygorem. W praktyce przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą często posługują się wzorcami umownymi. Zgodnie z regułą ogólną wzorec 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 dotyczy jedynie umów bagatelnych, gdyż tutaj wystarczy łatwa możliwość zapoznania się z treścią wzorca. Natomiast zgodnie z art. 384 § 4 k.c. przedsiębiorca

²⁷ Motyw 44 dyrektywy 2011/83/UE.

posługujący się ogólnymi warunkami umów w postaci elektronicznej powinien udostępnić je konsumentowi przed zawarciem umowy w taki sposób, aby mógł on je przechowywać i odtwarzać w zwykłym toku czynności.

Zgodnie z art. 14 ust. 2 PrKonsU przedsiębiorca ma obowiązek udzielić konsumentowi informacji w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość. Przykładowo w razie zawarcia umowy za pomocą strony internetowej dopuszczalne będzie przekazanie stosownych danych na tej stronie. Informacje powinny zostać udzielone w sposób czytelny i być wyrażone prostym językiem. Nadto w motywie 34 preambuły dyrektywy 2011/83/UE podkreślono, że przedsiębiorca powinien uwzględniać specjalne potrzeby szczególnie wrażliwych konsumentów z uwagi na ich niepełnosprawność umysłową, fizyczną lub psychiczną, wiek lub łatwowierność, w sposób który powinien, racjonalnie oczekując, przewidzieć. Jednakże nie może to prowadzić do zróżnicowania poziomu ochrony konsumenta.

Ze względu na rozpowszechnienie się praktyki zawierania umów za pomocą nośników elektronicznych, których cechy ograniczają możliwość przekazania znacznej ilości danych (np. smartfony), ustawodawca unijny wprowadził nową regulację uwzględniającą ich specyfikę. Mianowicie zgodnie z art. 19 PrKonsU, jeżeli właściwości techniczne użytego środka porozumiewania się na odległość ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony – sposobu i przesłanek jej wypowiedzenia. Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, zgodnie z art. 14 ust. 2. Przedsiębiorca powinien zatem w pierwszej kolejności wykonać podstawowe, minimalne obowiązki informacyjne, a następnie bezkosztowo udzielić konsumentowi pozostałych informacji (np. za pomocą hiperłącza do strony internetowej lub bezpłatnego numeru telefonu).

Jeżeli przedsiębiorca kontaktuje się z konsumentem przez telefon w celu zawarcia umowy na odległość, ma obowiązek na początku rozmowy poinformować konsumenta o tym celu, a ponadto podać identyfikujące go dane oraz dane identyfikujące osobę w imieniu której telefonuje (art. 20 ust. 1 PrKonsU). Dalej jeżeli przedsiębiorca proponuje konsumentowi zawarcie umowy przez telefon, ma obowiązek potwierdzić treść proponowanej umowy utrwaloną na papierze lub innym trwałym nośniku. Oświadczenie konsumenta o zawarciu umowy jest skuteczne, jeżeli zostało utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy (art. 20 ust. 2 PrKonsU).

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 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 uiszczonych 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).

Dodatkowo w celu ochrony konsumenta przed obciążeniem go płatnością, z której obowiązku poniesienia nie zdawał sobie sprawy, przy zawieraniu umów na odległość za pomocą elektronicznych środków komunikacji, wprowadzono nową istotną regulację przewidzianą w art. 17 PrKonsU. W praktyce bowiem konsumenci, korzystając z Internetu w celu uzyskania informacji, nabycia dobra lub usługi, zawierają odpłatne umowy, nie będąc tego w ogóle świadomymi. Często działają szybko oraz bez zastanowienia, nie czytają długich, skomplikowanych regulaminów i nie wiążą kilku kliknięć na stronie internetowej z dokonaniem czynności prawnej (np. rejestracja w portalu internetowym w celu ściągnięcia e-booka bez zapoznania się z kilkunastostronicowym wzorcem umowy, z którego wynika odpłatność). Obecnie jeżeli umowa zawierana na odległość, przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć konsumentowi w sposób jasny i widoczny, bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia, informacji, o których mowa art. 12 ust. 1 pkt 1, 5, 16 i 17 PrKonsU, czyli profesjonalista powinien przede wszystkim poinformować o takich elementach jak: cena lub wynagrodzenie, główne cechy świadczenia oraz okres, na jaki zostanie zawarta umowa. Nadto, zgodnie z art. 17 ust. 2 PrKonsU przedsiębiorca zapewnia, aby konsument w momencie składania zamówienia wyraźnie potwierdził, że wie, że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty. Dalej w myśl art. 17 ust. 3 PrKonsU, jeżeli do złożenia zamówienia używa się przycisku lub podobnej funkcji, muszą być one oznaczone w łatwo czytelny sposób słowami „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innego równoważnego jednoznacznego sformułowania. W razie braku spełnienia przez przedsiębiorcę wymagań określonych w ust. 2 lub 3, umowa nie zostaje zawarta (art. 17 ust. 4 PrKonsU).

W konsekwencji przedsiębiorca prowadzący sklep internetowy powinien podać elementy treści umowy wskazane w art. 17 ust. 1 PrKonsU w tym cenę lub wynagrodzenie, w podsumowaniu zamówienia, przed jego ostatecznym złożeniem przez konsumenta. Oznaczenie przycisku jako „zamówienie z obo-

wiązkiem zapłaty” lub innym równoważnym, jednoznacznym sformułowaniem, pełni wobec konsumenta istotną funkcję ostrzegawczą i ochronną.

Sankcją za naruszenie obowiązków przewidzianych w art. 17 ust. 2 i 3 PrKonsU jest niezawarcie umowy. W razie sporu *onus probandi* spełnienia wymagań przewidzianych w art. 17 ust. 2 i 3 PrKonsU spoczywa na profesjonalistcie. W sytuacji braku zawarcia umowy, jako konsekwencji z art. 17 ust. 4 PrKonsU, gdy przedsiębiorca spełni świadczenie, zastosowanie znajdzie art. 5 PrKonsU, zgodnie z którym świadczenie niezamówione przez konsumenta następuje na ryzyko przedsiębiorcy i nie nakłada na konsumenta żadnych zobowiązań. W rezultacie konsument nie jest zobligowany do zwrotu przedmiotu świadczenia, ani do zapłaty ceny lub wynagrodzenia, nie ciąży na nim również inne obowiązki.

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 posprzedaznej 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 profesjonalistcie 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 0-700²⁸. 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 przedsiębiorcy²⁹.

4. Obowiązki kontraktowe przedsiębiorcy

W ramach obowiązków kontraktowych przedsiębiorca jest zobligowany przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje: (1) informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy; (2) informacje o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy (art. 21 ust. 1 PrKonsU).

²⁸ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady*, s. 12.

²⁹ D. Lubasz, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. M. Namysłowska, D. Lubasz, Warszawa 2015, s. 131–132; B. Więzowska-Czepiel, [w:] *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 89.

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 które 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 nośniku³⁰.

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 zwyczaju³¹ potwierdzania z jej użyciem informacji wymaganych przez akty wspólnotowe oraz ustawy krajowe.

W dyrektywie 2011/83/UE i jej motywach, a także w PrKonsU oraz jej uzasadnieniu nie wskazano, że za trwały nośnik można uważać strony internetowe www. Natomiast w motywie 20 dyrektywy 2002/65/WE dotyczącej umów o świadczenie usług finansowych na odległość wyjaśniono, że trwałe nośniki informacji nie obejmują stron internetowych, chyba że spełniają one w pełni kryteria zawarte w definicji trwałego nośnika ujętej w art. 2 pkt f dyrektywy, przy czym jej treść jest w zasadzie tożsama z określeniem tego terminu w dyrektywie 2011/83/UE. Wydaje się zatem, że prawodawca wspólnotowy bardzo ostrożnie dopuścił potwierdzanie informacji za pomocą strony internetowej www³², spełniającej kumulatywnie trzy przesłanki, tj. umożliwiającej przechowywanie informacji osobiście kierowanych do adresata, w sposób zapewniający dostęp do nich w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim służą, wreszcie pozwalającej na odtworzenie zapisanych informacji w postaci niezmienionej.

³⁰ Rządowy projekt ustawy o prawach konsumenta z dnia 17 stycznia 2014 r. z uzasadnieniem, druk nr 2076, Sejm VII kadencji, s. 5.

³¹ Na upowszechnienie się takiego zwyczaju wskazuje P Polański, *Europejskie prawo*, s. 290, 312.

³² Tamże, s. 291.

Wskazana kwestia była przedmiotem oceny Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej w wyroku z dnia 5 lipca 2012 r. w sprawie C-49/11 *Content Services Ltd v. Bundesarbeitskammer*. Mianowicie orzeczono, że wykładni art. 5 ust. 1 dyrektywy 97/7/WE w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość należy dokonywać w ten sposób, że praktyka handlowa polegająca na udostępnieniu konsumentowi informacji przewidzianych w tym przepisie wyłącznie za pomocą hiperlinku na stronie internetowej danego przedsiębiorstwa nie spełnia wymogów ustanowionych we wskazanym przepisie, gdyż informacje te nie są „przekazane” przez to przedsiębiorstwo, ani nie są one „otrzymane” przez konsumenta w rozumieniu tego przepisu, a strona internetowa taka jak będąca przedmiotem postępowania przed sądem krajowym nie może być uznana za „trwały nośnik” w rozumieniu rzeczzonego art. 5 ust. 1.

Trybunał Sprawiedliwości odniósł się w wyroku jedynie do określonej strony internetowej poddanej ocenie w postępowaniu, nie wykluczył natomiast jako takiej możliwości uznania strony internetowej za trwały nośnik pod warunkiem jednak spełnienia przez nią wymogów przewidzianych w definicji tego terminu. Mając na uwadze powyższe wydaje się, że na obecnym etapie rozwoju prawa potwierdzanie informacji za pomocą strony internetowej nadal wiąże się z wątpliwościami prawnymi i ryzykiem niedochowania obowiązków ustawowych.

Wymaga podkreślenia, że informacje przewidziane w art. 12 PrKonsU przekazywane przez przedsiębiorcę konsumentowi stanowią integralną część umowy zawieranej na odległość 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 umowy³³ w terminie 14 dni bez podawania przyczyn, osłabiającej obowiązywanie zasady *pacta sunt servanda*.

5. Podsumowanie

Analiza przepisów PrKonsU normujących zawarcie umowy na odległość prowadzi do wniosku, że są one zgodne z prawem wspólnotowym. Ustawodawca krajowy dokonał zasadniczo prawidłowej transpozycji dyrektywy 2011/83/UE do wewnętrznego porządku prawnego. Wskazany akt unijny statuuje nowe rozwiązania w stosunku do tych przewidzianych w dyrektywie 97/7/EWG, ulepszając model ochrony konsumenta w zakresie umów zawieranych na odległość.

W PrKonsU istotnie ograniczono zakres terminu „umowa zawarta na odległość” wobec OchrKonsU. Wymóg, by wszystkie etapy kontraktowania przy zawieraniu umów na odległość odbywały się za pomocą środków komunikacji na odległość bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, oznacza w praktyce, że jakiegokolwiek spotkanie typu *face-to-face* między przedsiębiorcą a konsumentem

³³ W. Kocot, J. Kondek, *Nowe zasady*, s. 14.

w trakcie procesu zawierania umowy wyłącza stosowanie do niej konsumenckiego reżimu ochronnego umów zawieranych na odległość.

Nastąpiło również poszerzenie przedkontraktowych obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, co ma na celu zwiększenie ochrony konsumenta poprzez m.in. 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. Pozytywnie należy także 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 też uznanie poczty elektronicznej za trwałą nośnik, co rozwiało wątpliwości o zgodność z prawem wytworzonego w praktyce zwyczaju potwierdzania za jej pomocą dokonania transakcji oraz przekazywania informacji. Niestety, istnieją one nadal odnośnie do posługiwania się w tym celu stronami internetowymi www.

Na aprobatę zasługuje również wprowadzenie całkowicie nowych rozwiązań, służących ochronie interesu ekonomicznego konsumenta, wyrażających się między innymi w konieczności uzyskania wyraźnej zgody konsumenta na jakiegokolwiek dodatkowe płatności wykraczające poza uzgodnione wynagrodzenie główne. Powyższy cel realizuje także zobligowanie profesjonalisty do przekazania konsumentowi zawierającemu umowę na odległość za pomocą środków komunikacji elektronicznej z obowiązkiem zapłaty określonych informacji, w tym ceny lub wynagrodzenia, bezpośrednio przed złożeniem przez niego zamówienia oraz nałożenie na przedsiębiorcę wymogu, by tak skonstruował system sprzedaży towarów lub świadczenia usług, by konsument w momencie składania zamówienia wyraźnie potwierdził, że wie o jego odpłatności. Pozytywnie należy również ocenić wprowadzenie zakazu stosowania przez przedsiębiorców opłat wyższych niż stawki podstawowe w odniesieniu do połączeń telefonicznych dotyczących kontaktowania się kontrahentów po zawarciu umowy.

Maja Maciejewska-Szałas

SELECTED ISSUES CONCERNING THE CONCLUSION OF A DISTANCE CONTRACT IN THE LIGHT OF THE ACT ON CONSUMER RIGHTS

The Author presents and analyzes the provisions of the Act of 30 May 2014 on consumer rights concerning the conclusion of distance contracts. The indicated normative act implements, inter alia, the Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights into Polish law. The article discusses

the amendments introduced by the Act in relation to the solutions provided by the previous Act of 2 March 2000 on the protection of certain consumer rights and on the liability for damage caused by a dangerous product, as well as their impact on the conclusion of distance contracts. The considerations are focused, *inter alia*, on the meaning of the term “contract concluded at a distance”, the scope and manner of exercising the pre-contractual information duties by entrepreneurs and their contractual obligations, as well as new legal arrangements for the protection of consumers’ economic interests.