

**U·K·K**

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów



# ODSTĄPIENIE OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ ORAZ POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

MONIKA KOSZEK

Warszawa 2021



MONIKA KOSZEK

# ODSTĄPIENIE OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ ORAZ POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA



Warszawa 2021

Wszelkie opinie wyrażone w niniejszym opracowaniu są osobistymi opiniami autora i nie mogą być utożsamiane ze stanowiskiem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Copyright © 2021 Monika Koszek. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Praca magisterska przygotowana na seminarium magisterskim w Katedrze Prawa Gospodarczego i Handlowego pod kierunkiem dr. hab. Bartosza Kucharskiego, na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego

ISBN 978-83-64681-24-0

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa  
[www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)

Skład i druk:  
Biznes Druk  
ul. Opolska 23/2  
05-270 Marki  
[www.biznes-druk.pl](http://www.biznes-druk.pl)

# SPIS TREŚCI

Wykaz skrótów .....	8
Wstęp.....	9
<b>Rozdział I. Zagadnienia ogólne prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.....</b>	<b>11</b>
1. Pojęcie konsumenta .....	11
2. Umowa zawarta na odległość .....	13
2.1. Pojęcie umowy zawartej na odległość.....	13
2.2. Brak jednoczesnej fizycznej obecności stron z wyłączeniem wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie .....	14
2.3. Zorganizowany system zawierania umów .....	16
3. Umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa .....	17
3.1. Pojęcie umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa .....	17
3.2. Lokal przedsiębiorstwa.....	18
3.3. Umowa zawarta przy jednoczesnej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy .....	20
3.4. Umowa zawarta w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta przy jednoczesnej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy .....	20
3.5. Umowa zawarta w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość po nawiązaniu kontaktu z konsumentem w miejscu niebędącym takim lokalem ....	21
3.6. Umowa zawarta podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami.....	22

4. Instytucja odstąpienia od umowy w ustawie o prawach konsumenta 23
5. *Ratio legis* prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa .....26

## **Rozdział II. Termin oraz sposób wykonania prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa..... 28**

1. Termin wykonania prawa odstąpienia od umowy .....28
  - 1.1. Zasada ogólna .....28
  - 1.2. Początek biegu terminu.....28
  - 1.3. Przedłużenie terminu.....31
  - 1.4. Wystanie oświadczenia przez konsumenta w wymaganym terminie..33
2. Sposób wykonania prawa odstąpienia od umowy .....34
  - 2.1. Przyczyny odstąpienia od umowy.....34
  - 2.2. Koszty.....35
  - 2.3. Forma .....36
  - 2.4. Częściowe odstąpienie od umowy.....37
  - 2.5. Odstąpienie za pośrednictwem strony internetowej .....38
  - 2.6. Potwierdzenie odstąpienia .....39

## **Rozdział III. Wyłączenie prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa..... 41**

1. Motywy wprowadzenia regulacji przewidującej wyłączenia prawa odstąpienia od umowy .....41
2. Umowy o usługi wykonane .....42
3. Cena lub wynagrodzenie zależne od wahań na rynku finansowym....43
4. Rzecz wyprodukowana według specyfikacji konsumenta .....44
5. Rzeczy ulegające szybkiemu zepsuciu.....46
6. Rzeczy w zabezpieczonym opakowaniu .....47
7. Nerozerwalne połączenie rzeczy .....50

8. Napoje alkoholowe o wartości zmiennej.....	50
9. Pilna naprawa lub konserwacja.....	51
10. Nagrania lub programy w zapieczętowanym opakowaniu.....	53
11. Dzienniki, periodyki i czasopisma.....	53
12. Aukcja publiczna .....	55
13. Niektóre inne usługi.....	55
14. Dostarczanie treści cyfrowych, niezapisanych na trwałym nośniku ..	56
<b>Rozdział IV. Skutki wykonania prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.....</b>	<b>58</b>
1. Uznanie umowy za niezawartą .....	58
2. Obowiązek zwrotu płatności otrzymanych od konsumenta.....	59
2.1. Zwrot płatności.....	59
2.2. Termin zwrotu płatności .....	61
2.3. Sposób zwrotu płatności .....	62
2.4. Prawo wstrzymania się ze zwrotem płatności .....	63
2.5. Brak obowiązku zwrotu kosztów dodatkowych.....	63
3. Zwrot rzeczy przez konsumenta.....	65
3.1. Termin zwrotu rzeczy .....	65
3.2. Koszty zwrotu rzeczy .....	66
3.3. Obowiązek odebrania rzeczy przez przedsiębiorcę.....	67
4. Odpowiedzialność konsumenta za zmniejszenie wartości rzeczy .....	68
5. Obowiązek zapłaty za spełnione świadczenie .....	69
6. Brak obowiązku ponoszenia kosztów przez konsumenta.....	71
7. Wygaśnięcie umów dodatkowych.....	72
<b>Bibliografia .....</b>	<b>74</b>
<b>Wykaz orzeczeń sądowych.....</b>	<b>76</b>

# Wykaz skrótów

Dz. U. - Dziennik Ustaw

k.c. - Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny, Dz. U. z 2019 r., poz. 1145

u.p.k. - Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, Dz. U. z 2020 r., poz. 287

SOKiK - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Ustawa prawo prasowe - Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. prawo prasowe (Dz. U. nr 5 poz. 24) tj. z dnia 14 września 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 1914)

Ustawa o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnych oraz Państwowym Biurze ubezpieczycieli Komunikacyjnych - Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnych oraz Państwowym Biurze ubezpieczycieli Komunikacyjnych, Dz. U. z 2019 r., poz. 2214

Ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi - Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, Dz. U. z 2019 r., poz. 2277

Dyrektywa 2011/83/UE - Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r., Dz. U. L 364 z 9.12.2004 r.

Dyrektywa 85/577/EWG - Dyrektywa Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r.

Wytyczne Komisji Europejskiej - Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dotyczące dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady

Trybunał Sprawiedliwości - Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej

# WSTĘP

Uchwalenie ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta podyktowane było koniecznością implementacji do polskiego systemu prawnego dyrektywy 2011/83/UE. Ustawa ta reguluje wybrane aspekty umów zawieranych pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą. Tematem pracy jest uregulowane w rozdziale 4. ustawy prawo konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Wybór tematu podyktowany został niezwykle szerokim wykorzystaniem prawa do odstąpienia od umowy w praktyce oraz pojawiającymi się na tle tego prawa problemami teoretycznymi. Wraz z rozwojem nowych technologii, w tym Internetu, umowy zawierane na odległość stały się powszechne. Ponadto konsumenci często zawierają umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. W związku z tym, że umowy te są zawierane w nietypowy sposób, klienci coraz częściej decydują się na skorzystanie z prawa odstąpienia od zawartej umowy. W przypadku obu wskazanych kategorii umów konsumenci nierzadko nie są świadomi przysługujących im uprawnień, w tym uprawnienia do odstąpienia od umowy oraz warunków i sposobu skorzystania z tego prawa.

Pierwszy rozdział pracy dotyczy zagadnień ogólnych związanych z instytucją odstąpienia. Wyjaśniono w nim pojęcia: konsumenta, umowy zawieranej na odległość oraz umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, odstąpienia od umowy na tle sposobów jednostronnego zakończenia stosunków prawnych oraz ratio legis odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

W rozdziale drugim przedstawiono terminy obowiązujące przy odstąpieniu od umowy oraz sposób wykonania prawa odstąpienia.

W trzecim rozdziale wyliczono i omówiono sytuacje, w których konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy.

Czwarty, ostatni rozdział opisuje skutki wykonania prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Zawarto w nim w szczególności rozważania dotyczące obowiązku rozliczeń między stronami oraz terminu wykonania tego obowiązku.

W pracy pominięto kilka kwestii normowanych w ustawie o prawach konsumenta. Po pierwsze nie omówiono szczegółowo obowiązków przedsiębiorcy w umowach zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Problem ten wykracza poza temat pracy. Zdecydowano się jedynie na wskazanie obowiązków związanych bezpośrednio z przepisami dotyczącymi odstąpienia od umowy. Kolejnym pominiętym zagadnieniem jest instytucja odstąpienia od umowy dotyczącej usług finansowych zawieranych na odległość. Kwestia ta wymaga rozważenia całego szeregu

szczególnych zagadnień, na które w pracy nie ma miejsca i wymaga odrębnego opracowania. Ponadto stanowi ona transpozycję do prawa polskiego dyrektywy 2002/65, której w pracy nie omawiano.

# Rozdział I.

## ZAGADNIENIA OGÓLNE PRAWA ODSTĄPIENIA OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ LUB POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

### 1. Pojęcie konsumenta

Potrzeba wyodrębnienia konsumenta jako odrębnego podmiotu stosunku cywilnoprawnego wiąże się z ideą szczególnej ochrony konsumentów jako słabszej strony stosunku cywilnoprawnego. Słabość konsumentów przejawia się m. in. gorszą orientacją w postanowieniach umów zawieranych pomiędzy nimi a przedsiębiorcami. Ochrona praw konsumenta ma poprawić sytuację konsumenta i zapewnić możliwość podjęcia właściwej decyzji przy zawieraniu określonej umowy z profesjonalistą. Poprzez przepisy zawarte w ustawie o prawach konsumenta<sup>1</sup> na przedsiębiorców został nałożony rozbudowany przedkontraktowy obowiązek informacyjny oraz przyznano konsumentom szerokie prawo odstąpienia od umowy zawartej z przedsiębiorcą<sup>2</sup>.

Zgodnie z art. 22<sup>1</sup> k.c.<sup>3</sup> za konsumenta uznaje się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Pojęcie konsumenta łączy w sobie zarówno kryteria przedmiotowe, jak i podmiotowe. Za konsumenta może być uważana osoba fizyczna, która dokonuje czynności cywilnoprawnej z przedsiębiorcą. W przepisie nie ma określonych cech osobowych, które powinien przejawiać konsument, takich jak: zakres wiedzy i doświadczenie w obrocie, stopień rozsądku i krytycyzmu wobec otrzymywanych informacji handlowych<sup>4</sup>.

Pojęcie konsumenta cechuje się przeciwstawnością w stosunku do pojęcia przedsiębiorcy. Uznanie określonej osoby fizycznej za konsumenta jest możliwe, gdy zawiera ona umowę, w której drugą stroną jest przedsiębiorca. Aby zakwalifikować

1 Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, Dz. U. z 2020 r., poz. 287.

2 A. Brzozowski, W. J. Kocot, E. Skowrońska-Bocian, *Prawo Cywilne. Część ogólna*, Wolters Kluwer, Warszawa 2018, s. 184.

3 Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. *Kodeks Cywilny*, Dz. U. z 2019 r., poz. 1145.

4 P. Nazaruk, J. Ciszewski J., *Kodeks Cywilny. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2019, s. 95-96.

daną osobę prawną jako konsumenta, nie jest konieczne, by nie prowadziła ona jakiegokolwiek działalności gospodarczej czy zawodowej, czyli aby nie była przedsiębiorcą. Istotne jest, aby czynność prawna, której konsument dokonuje w ramach danego stosunku prawnego, nie dotyczyła bezpośrednio ewentualnej działalności gospodarczej przez niego prowadzonej. Za konsumenta może być uznana zarówno osoba fizyczna, która nie prowadzi żadnej działalności gospodarczej, jak również osoba, która taką działalność prowadzi, ale dokonuje czynności prawnej w ogóle niezwiązanej z prowadzoną działalnością gospodarczą czy zawodową bądź też czynności związanej z tą działalnością, ale tylko pośrednio<sup>5</sup>.

Chodzi tutaj przykładowo o sytuację, w której osoba fizyczna, prowadząca działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług rehabilitacyjnych kupuje od innej osoby drukarkę do wykorzystania w domu. Zakup drukarki nie jest związany bezpośrednio z działalnością prowadzoną przez tę osobę, nawet gdy będzie ona używana w kontaktach zawodowych. W podanej sytuacji osoba fizyczna będzie traktowana jako konsument, a nie jako przedsiębiorca, albowiem zakup drukarki jest związany z działalnością gospodarczą, ale jedynie pośrednio. Sytuacja przedstawiałaby się inaczej, gdyby cena drukarki została wliczona w koszty prowadzenia działalności gospodarczej, wtedy kupujący byłby traktowany jako przedsiębiorca<sup>6</sup>. Ta sama osoba fizyczna, która zakupiłaby sprzęt rehabilitacyjny, byłaby w danym stosunku prawnym uznana za profesjonalistę, gdyż umowa sprzedaży takiego sprzętu pozostawałaby w bezpośrednim związku z prowadzoną przez tę osobę działalnością gospodarczą.

Brak bezpośredniego związku między dokonaną przez konsumenta czynnością prawną a prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową jest najbardziej charakterystycznym i najistotniejszym kryterium dla pojęcia konsumenta. Jest to negatywne sformułowanie, które można uzupełnić, wskazując, z jaką sferą działań ma wiązać się czynność prawna o charakterze konsumenckim. Przyjmuje się, że ma ona zmierzać do zaspokajania potrzeb własnych podmiotu, jego rodziny, przyjaciół, znajomych oraz gospodarstwa domowego<sup>7</sup>. Ponadto nie ma znaczenia, czy działalność gospodarcza lub zawodowa ma charakter ciągły, czy jedynie incydentalny<sup>8</sup>.

Dodać można, że taką samą ochroną jak konsumenci objęte są osoby fizyczne, które zawierają umowy ubezpieczeń związane bezpośrednio z ich działalnością gospodarczą lub zawodową. Na mocy art. 805 § 4 k.c. korzystają one z ochrony przed niedozwolonymi postanowieniami umownymi, o których mowa w art. 385<sup>1</sup>-385<sup>3</sup> k.c. Dotyczy to przede wszystkim ubezpieczeń dobrowolnych oraz ubezpieczeń obowiązkowych nieunormowanych w ustawie z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnych oraz Państwowym Biurze ubezpieczycieli komunikacyjnych<sup>9</sup>. Fakt, że jakiś rodzaj ubezpieczenia jest obowiązkowy, nie powinien wpływać na możliwość skorzystania z przysługujących ubezpieczającemu uprawnień konsumenckich<sup>10</sup>.

5 E. Gniewek, P. Machnikowski P., *Kodeks Cywilny. Komentarz*, C.H. Beck, Warszawa 2019, s. 54-55.

6 A. Bierć, *Zarys prawa prywatnego. Część ogólna.*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.

7 M. Pyziak-Szafnicka, P. Księżak, *Kodeks Cywilny. Komentarz. Część ogólna*, wyd. II, Wolters Kluwer, Warszawa 2014.

8 A. Kidyba, *Kodeks Cywilny. Komentarz. Tom I. Część ogólna*, wyd. II, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.

9 T.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 2214.

10 M. Orlicki., *Ubezpieczenia obowiązkowe*, Wolters Kluwer, Warszawa 2011.

Tak ujęty przepis ma chronić ubezpieczającego przed stosowaniem postanowień umownych, niezgodzonych indywidualnie, które kształtują jego prawa i obowiązki, w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Istotne jest przy tym, że ochrona konsumencka została w omawianym przypadku rozciągnięta przede wszystkim na strony umowy ubezpieczenia. Możliwość objęcia nią osób trzecich, na rzecz których zawarto umowę ubezpieczenia, np. ubezpieczonych czy uposażonych, a także poszkodowanych w ubezpieczeniu OC jest kontrowersyjna. Warto wskazać, że art. 805 § 4 k.c. nie zmienia definicji konsumenta zamieszczonej w art. 22<sup>1</sup> k.c., a jedynie obejmuje ubezpieczającego, będącego przedsiębiorcą, (pod warunkiem, że jest on osobą fizyczną) ochroną przyznaną konsumentom w zakresie stosowania przepisów dotyczących klauzul niedozwolonych<sup>11</sup>.

## 2. Umowa zawarta na odległość

### 2.1. Pojęcie umowy zawartej na odległość

Definicja umowy zawartej na odległość znajduje się w art. 2 pkt 1 Ustawy o prawach konsumenta. Umowa zawarta na odległość to umowa zawarta 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<sup>12</sup>.

Powyższe określenie jest implementacją definicji zawartej w art. 2 pkt 7 dyrektywy 2011/83/UE<sup>13</sup>. Artykuł ten stanowi, że umowa zawierana na odległość to każda umowa zawarta między przedsiębiorcą a konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, bez jednoczesnej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie.

Analiza obu definicji wskazuje na istotne różnice regulacyjne. Polski ustawodawca odstąpił od powiązania umowy zawieranej na odległość wyłącznie ze sprzedażą lub świadczeniem usług na odległość w ramach zorganizowanego systemu, które to założenia zawiera definicja zawarta w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady. Definicja zawarta w ustawie o prawach konsumenta odnosi się do wszystkich typów umów, bez względu na ich przedmiot, w tym również do umów o dostarczanie treści cyfrowych<sup>14</sup>.

W związku z różnicami pomiędzy wyżej przedstawionymi aktami prawnymi można postawić pytanie, który przepis został lepiej sformułowany. Berenika Kaczmarek-Templin<sup>15</sup> pozytywnie ocenia rozwiązanie przyjęte przez polskiego ustawodawcę. Twierdzi, że poprzez objęcie zakresem wszystkich typów umów zawartych na odle-

11 B. Gnela, M. Szaraniec, *Informacja w prawie ubezpieczeń gospodarczych*, wyd. 1, Wolters Kluwer, Warszawa 2015.

12 Ustawa o prawach konsumenta, art. 2 ust. 1.

13 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r., Dz.U. L 364 z 9.12.2004.

14 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz.*, Wolters Kluwer, Warszawa 2015, s. 32-33.

15 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg)*, komentarz, C.H. Beck, Warszawa 2014.

głość bez względu na ich przedmiot, czyli także umów o dostarczanie treści cyfrowych, art. 2 ust. 1 u.p.k. zapewnia większą ochronę konsumentom oraz pozbawia dyrektywę 2011/83/UE wadliwości. Dominik Lubasz<sup>16</sup> zgadza się z przedstawionym powyżej rozwiązaniem. Popiera on stanowisko, zgodnie z którym rozwiązanie polskiego ustawodawcy jest prokonsumenckie.

Uważam, że polska regulacja pozwala na szerszą ochronę podmiotów zawierających umowę na odległość. Objęcie zakresem stosowania artykułu nie tylko umów sprzedaży pozwala na jego rozszerzenie w stosunku do dyrektywy. Tym samym usunięte zostały wątpliwości interpretacyjne, czy inne umowy niż wymienione w art. 2 pkt 7 dyrektywy 2011/83/UE mogą być uznane za zawarte na odległość.

W zakresie podmiotowym definicji zawartej w ustawie o prawach konsumenta zawarte są dwa elementy konstrukcyjne:

- brak jednoczesnej fizycznej obecności stron, co związane jest ze sposobem zawierania umów z wykorzystaniem technik porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy łącznie;
- zawieranie umowy w ramach zorganizowanego przez przedsiębiorcę systemu zawierania umów na odległość.

## **2.2. Brak jednoczesnej fizycznej obecności stron z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy łącznie**

Pierwsza ze wspomnianych przesłanek, czyli brak jednoczesnej fizycznej obecności stron, polega na tym, że strony zawierają umowę, nie będąc jednocześnie obecne w jednym miejscu w przestrzeni. W związku z tym, podczas komunikacji muszą one korzystać z pośrednictwa urzędnika do przekazywania informacji<sup>17</sup>. Mogą tego dokonywać w różny sposób, np. za pomocą sieci internetowej bądź telefonicznej.

Analizując brak jednoczesnej fizycznej obecności stron, należy wziąć pod uwagę związek miejscowy i osobowy do chwili zawarcia umowy. Nie można uznać za umowę zawartą na odległość umowy zawartej przy wykorzystaniu technik porozumiewania się na odległość przez osoby znajdujące się w określonym miejscu w niedalekiej odległości od siebie. Zasadne wydaje się przyjęcie, że za takie miejsce należy uznać przestrzeń, w której strony mają możliwość bezpośredniego porozumiewania się. Jednakże w tym przypadku należy wziąć pod uwagę świadomość stron co do ich wzajemnej fizycznej obecności.

W doktrynie prezentowane jest stanowisko, że w przypadku, gdy istnieje brak świadomości co do przebywania w jednym miejscu, umowę można uznać za zawartą na odległość<sup>18</sup>. Przykładowo, gdy konsument znajduje się w lokalu sklepu, który prowadzi również sprzedaż internetową i za pośrednictwem strony internetowej dokonuje zakupu np. roweru, a cała sytuacja ma miejsce bez wiedzy przedsiębiorcy, który znajduje się w tym samym lokalu, to umowa zostanie uznana jako

16 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa ...*, s. 33.

17 T. Czech, *Prawa konsumenta. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2017, s. 33.

18 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa ...*, s. 34.

zawarta na odległość. Jednakże gdyby w tej samej sytuacji przedsiębiorca dokonał w sklepie internetowym zakupu roweru dla konsumenta, to umowa taka byłaby traktowana jako zawarta w tradycyjny sposób<sup>19</sup>.

Przy omawianej przesłance brak jest wymagania, by wykonanie umowy nastąpiło przy fizycznej obecności stron czy w jej braku. Tym samym fakt, że strony spotykają się po zawarciu umowy, zwłaszcza w chwili dostawy lub płatności, nie powinien przesądzać o charakterze umowy i przekreślać jej kwalifikacji<sup>20</sup>.

Jeśli chodzi o środki porozumiewania się na odległość, ustawodawca nie zawarł w treści ustawy ich katalogu. Wynika z tego, że nie ma znaczenia, jakie środki zostaną użyte w tym celu. Wydaje się nawet, że brak przykładowego katalogu wynika z wielu możliwości porozumiewania się na odległość oraz ciągle rozwijającej się techniki. Jednocześnie z art. 2 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta wynika wprost, że podczas zawierania umowy na odległość może być równocześnie wykorzystany więcej niż jeden środek porozumiewania się na odległość. Przykładowo podczas rozmowy telefonicznej konsument otrzymuje od przedsiębiorcy ofertę zawarcia umowy. Konsument wysłał przedsiębiorcy oświadczenie woli z przyjęciem oferty za pośrednictwem poczty elektronicznej. Na skutek tych czynności dojdzie do zawarcia umowy na odległość<sup>21</sup>.

W myśl motywu 20 dyrektywy 2011/83/UE, aby uznać pierwszą z wymienionych przesłanek za spełnioną, należy sprawdzić, czy strony porozumiewały się między sobą na odległość przez cały czas aż do zawarcia umowy włącznie. Oznacza to, że nie będzie umową zawartą na odległość umowa zawarta poprzez podpisanie dokumentu przy jednoczesnej fizycznej obecności stron, poprzedzona jedynie negocjacjami prowadzonymi telefonicznie. Analogicznie nie można uznać za umowę zawartą na odległość umowy zawartej poprzez wysłanie oświadczenia woli pocztą elektroniczną, gdy wszelkie negocjacje prowadzone były przez strony przy ich jednoczesnej fizycznej obecności.

Jednocześnie, aby uznać umowę za zawartą na odległość, istotny jest związek funkcjonalny pomiędzy zachowaniem się stron we wcześniejszym okresie. Tym samym w sytuacji, gdy konsument ogląda produkt w lokalu przedsiębiorcy, którego wypytuje o właściwości danego produktu, a następnie ze względu na korzystniejszą cenę kupuje produkt za pośrednictwem sklepu internetowego, prowadzonego przez tego samego przedsiębiorcę, umowa spełnia przesłanki zawartej na odległość. Rozumowanie takie należy uznać za właściwe, gdyż zachowanie konsumenta przed dokonaniem czynności prawnej nie wykazuje związku funkcjonalnego z nabyciem produktu za pośrednictwem sklepu internetowego<sup>22</sup>.

W dyrektywie Unii Europejskiej zawarte jest również stwierdzenie, że pojęcie umowy zawartej na odległość nie powinno obejmować także dokonanej przez konsumenta rezerwacji usługi profesjonalisty, przy użyciu środka porozumiewania się

19 Przedsiębiorca może tak czynić przykładowo z kilku powodów: 1) produktu, którego szuka konsument, nie ma obecnie w sklepie stacjonarnym, a jest dostępny na stronie internetowej przedsiębiorcy, 2) w sklepie internetowym przedsiębiorcy cena jest korzystniejsza, 3) w związku z powyższymi powodami konsument chciałby kupić produkt, ale nie ma możliwości zamówienia go przez Internet, więc przedsiębiorca wychodzi naprzeciwko oczekiwaniom konsumenta i robi to w jego imieniu.

20 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa ...*, s. 34-36.

21 T. Czech, *Prawa ...*, s. 35.

22 *Ibidem*.

na odległość. W tym przypadku chodzi o sytuację, podczas której konsument telefonicznie umawia się przykładowo na wizytę u kosmetyczki. Rozmowa telefoniczna nie jest jednoznaczna z zawarciem umowy i uzgodnionej w ten sposób umowy nie można uznać za zawartą na odległość.

### 2.3. Zorganizowany system zawierania umów

W związku z tak ujętą definicją umowy zawartej na odległość pojawia się potrzeba wyjaśnienia, jak należy rozumieć „zorganizowany system zawierania umów”. Tomasz Czech<sup>23</sup> stoi na stanowisku, że pojęcie umów zawieranych na odległość powinno mieć zastosowanie do przedsiębiorcy, który prowadzi swoją działalność gospodarczą w taki sposób, że podczas komunikacji z klientami wykorzystywane są środki porozumiewania się na odległość. System ten powinien być ponadto dostrzegalny dla konsumenta.

Zdaniem Gabrieli Bar<sup>24</sup> powinnością przedsiębiorcy jest stworzyć taki system, np. poprzez wyodrębnienie personelu zajmującego się umowami zawieranymi na odległość, skierowanie reklamy do potencjalnej grupy konsumentów, stworzenie określonych ram organizacyjnych, takich jak strona WWW. Jednakże przedsiębiorca nie jest zobowiązany całej swojej działalności prowadzić w sposób opisany powyżej. Może on również zawierać umowy w tradycyjny sposób lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Należy także wskazać, że przesłanka dotycząca zawierania umowy w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość nie będzie spełniona w sytuacji, gdy doszło do zawarcia umowy między przedsiębiorcą a konsumentem, jednakże zawarcie umowy w ten sposób miało z punktu widzenia przedsiębiorcy charakter wyjątkowy. W związku z powyższym zawarciem umowy na odległość nie będzie przykładowo wysłanie na wyraźną prośbę konsumenta towaru znajdującego się w sklepie stacjonarnym, jak również zawarcie umowy przy jednoczesnej obecności stron, poprzedzone wcześniejszą komunikacją między stronami w fazie reklamowej lub informacyjnej<sup>25</sup>. Zorganizowanie systemu powinno być dostrzegalne przez konsumenta i umożliwiać mu korzystanie z niego.

Należy również wspomnieć, że w przypadku, gdy przedsiębiorca wykorzystuje do prowadzenia działalności gospodarczej określone środki komunikowania się na odległość, wykorzystywane do celów marketingowych, np. na wizytówkach zamieszcza numer telefonu lub adres strony internetowej, nie oznacza to, że prowadzi zorganizowany system zawierania umów na odległość.

Pojęcie zorganizowanej sprzedaży obejmuje również sytuację, gdy system prowadzony jest przez osobę trzecią, inną niż przedsiębiorca. Przykładem opisanej sytuacji jest ogólna platforma internetowa, zorganizowana w postaci serwisu aukcyjnego przez taką osobę, za pośrednictwem której to platformy konsument zawiera umowę. Może to być przykładowo platforma taka jak Allegro, OLX lub inne. Co więcej, ustawodawca nie zawarł warunku, aby wspomniany system był prowadzony

23 T. Czech, *Prawa...*, s. 37-38.

24 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa ...*

25 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa ...*, s. 36-38.

przez określoną liczbę osób<sup>26</sup>. Może być on prowadzony przez jednego przedsiębiorcę lub przez większą ich liczbę.

### 3. Umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa

#### 3.1. Pojęcie umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa

Zgodnie z art. 2 pkt 2 u.p.k. za umowę zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa uznać należy umowę zawartą z konsumentem:

- a) przy jednoczesnej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy,
- b) w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta w okolicznościach, o których mowa w lit. a,
- c) 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,
- d) podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami.

Zdefiniowanie w wyżej przedstawiony sposób umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa wynika z implementacji do krajowego porządku prawnego rozwiązania zawartego w dyrektywie 2011/83/UE. Na skutek tej implementacji zakres ochrony konsumentów został znacznie rozszerzony. Było to wiele razy podkreślane w wyrokach Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, m.in. w wyrokach *Martin Martin*, C-227/08, EU:C:2009:792<sup>27</sup> oraz *Schulte*, C-350/03, EU:C:2005:637<sup>28</sup>. W przytoczonych wyrokach Trybunał wskazywał, że zgodnie z motywami dyrektywy 85/577/EWG o umowach zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>29</sup>, która została uchylona dyrektywą 2011/83/UE<sup>30</sup>, umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa cechują się tym, że co do zasady to przedsiębiorca jako pierwszy rozpoczyna negocjacje, na które konsument jest nieprzygotowany i może być zaskoczony zaoferowaną propozycją oraz nie ma możliwości porównania przedstawionej oferty z innymi, przedstawionymi przez innych przedsiębiorców. Ponadto kolejne motywy dyrektywy 85/577/EWG wskazywały, że konsumentowi powinien przysługiwać termin siedmiu dni na odstąpienie od umowy, aby właściwie ocenić skutki prawne, powstałe na skutek jej zawarcia oraz że przedsiębiorca zobowiązany jest podjąć właściwe środki w celu udzielenia konsumentowi pisemnej informacji o czasie, w którym

26 T. Czech, *Prawa ...*, s. 38.

27 Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 17 grudnia 2009 r., C-227/08, EU:C:2009:792, LEX nr 532656.

28 Wyrok Trybunału (wielka izba) z dnia 25 października 2005 r., C-350/03, EU:C:2005:637, LEX nr 226231.

29 Dyrektywa Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r.

30 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r., Dz.U. L 364 z 9.12.2004 r.

może odstąpić od zawartej umowy<sup>31</sup>. Dyrektywa 85/577/EWG odnosząca się jedynie do sytuacji, w których umowy zawierane były w trakcie zorganizowanego przez przedsiębiorcę wyjazdu poza lokal przedsiębiorstwa lub w trakcie odwiedzin przedsiębiorcy, w odróżnieniu od umowy o prawach konsumenta, wyznaczała minimalny próg jego ochrony<sup>32</sup>. Obecnie obowiązująca dyrektywa 2011/83/UE znacznie rozszerza ochronę konsumenta.

Ustawa o prawach konsumenta określa cztery przypadki, w których umowę zawartą z konsumentem należy rozumieć jako umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa. Wymieniony w ustawie katalog ma charakter zamknięty i zostanie omówiony poniżej.

### 3.2. Lokal przedsiębiorstwa

Zanim zostaną omówione przypadki, w których umowę zawartą z konsumentem uważa się za zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa, warto wskazać, czym według ustawy o prawach konsumenta jest lokal przedsiębiorstwa. Przyjmuje się, że lokal przedsiębiorstwa stanowi miejsce typowe do zawierania umów z konsumentami w zakresie działalności tego przedsiębiorstwa. Z reguły to konsument podejmuje decyzję o udaniu się do lokalu, w związku z czym nie jest zaskoczony działaniem przedsiębiorcy, który może nakłaniać go do zawarcia umowy. Z tego względu umowy zawierane w lokalu przedsiębiorstwa nie wymagają stosowania żadnej regulacji ukierunkowanej na szczególną ochronę konsumenta<sup>33</sup>. Ustawa o prawach konsumenta wyróżnia dwie sytuacje, w których można mówić o lokalu przedsiębiorstwa. Artykuł 2 ust. 3 u.p.k. stanowi, że lokalem przedsiębiorstwa może być miejsce prowadzenia działalności, będące nieruchomością albo częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe, lub rzeczą ruchomą, w której przedsiębiorca prowadzi swoją działalność zwyczajowo lub na stałe.

W pierwszym przypadku lokalem przedsiębiorstwa może być budynek trwale z gruntem związany, część takiego budynku, jak również miejsce stanowiące część składową nieruchomości, w tym budynki i budowle trwale z gruntem związane. Przykładowo chodzi tutaj o sklep w wyodrębnionym lokalu użytkowym, gabinet kosmetyczny w jednym z pomieszczeń w wyodrębnionym lokalu, sklep w drewnianym pawilonie trwale posadowionym w betonowym fundamencie, gabinet dentystyczny w domu posadowionym na gruncie<sup>34</sup>. Naczelny Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 21 stycznia 1998 r., I SA 879/97<sup>35</sup>, orzekł, że „istnienie kiosku gastronomicznego podpiwniczonego, posadowionego na fundamencie betonowym, wskazuje na trwałe jego związanie z gruntem i to, że stanowi on część składową nieruchomości”.

W drugim z omawianych przypadków, lokalem przedsiębiorstwa może być stragan, stoisko w centrum handlowym, przyczepa, z której sprzedawane są przykładowo

31 Dyrektywa Rady 85/577/EWG, pkt 4-6.

32 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa ...*, s. 39-40.

33 T. Czech, *Prawa...*, s. 58.

34 T. Czech, *Prawa ...*, s. 59-60.

35 Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 21 stycznia 1998 r., I SA 879/97, LEX nr 445530.

lody, wózek z lemoniadą lub stółek rozkładany przez ulicznego portrecistę. Działalność prowadzona w taki sposób nie ma charakteru stałego, może mieć jedynie charakter działalności zwyczajowej, ale miejsce działalności będzie nadal uważane jako lokal przedsiębiorstwa<sup>36</sup>. Artykuł 2 pkt 3 lit. b należy odnosić do rzeczy ruchomych zlokalizowanych w stałym miejscu podczas prowadzenia działalności przez przedsiębiorcę<sup>37</sup>. Może to być przykładowo autobus przekształcony w budkę z hot-dogami, corocznie rozstawiany kram z pamiątkami przy moło. Dodatkowo nie ma znaczenia fakt, że poza godzinami przeznaczonymi na prowadzenie działalności gospodarczej rzecz ruchoma, tworząca lokal przedsiębiorstwa może zostać złożona lub przemieszczona, czyli np. po zakończeniu sprzedaży przedsiębiorca składa budkę, na której sprzedawał owoce, odjeżdża autobusem, w którym sprzedawał hot-dogi<sup>38</sup>.

Problemem, który nie został poruszony w literaturze, jest sytuacja, w której rzecz ruchoma, tworząca lokal przedsiębiorstwa, nieznacznie zmienia miejsce swojego położenia. Przykładowo jednego dnia autobus przekształcony w budkę z hot-dogami stoi na obrzeżach rynku a innego dnia na rynku. Moim zdaniem w tym przypadku rzecz ruchoma nadal będzie uznana za lokal przedsiębiorstwa. Pomimo zmiany miejsca nadal pozostaje w obrębie tego samego obszaru i konsument może ją łatwo zlokalizować.

W związku z powyższymi rozważaniami może nasunąć się wiele wątpliwości interpretacyjnych, czy pojęciem „lokal przedsiębiorstwa” należy objąć także targi i znajdujące się na nich stoiska wystawiennicze. Jeden z takich problemów został rozwiązany przez Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w wyroku z dnia 7 sierpnia 2018 r. o sygnaturze C-485/17<sup>39</sup>, w którym uznano, że „stoisko wystawiennicze [...] prowadzone przez przedsiębiorcę na targach handlowych, na którym to stoisku ów przedsiębiorca wykonuje swoją działalność przez kilka dni w roku, jest „lokałem przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83/UE, jeżeli w świetle wszystkich okoliczności faktycznych, związanych z tą działalnością, a zwłaszcza wyglądu tego stoiska i informacji przekazanych w pomieszczeniach samych targów, konsument, który jest właściwie poinformowany oraz dostatecznie uważny i rozsądny, może racjonalnie liczyć się z tym, że ów przedsiębiorca prowadzi tam swoją działalność i nawiązuje z nim kontakt w celu zawarcia umowy.”

Ponadto we wspomnianym wyroku Trybunał stwierdził również, że miejsca prowadzenia działalności detalicznej, w których przedsiębiorcy prowadzą działalność gospodarczą w sezonie zimowym lub letnim należy uznać za lokale przedsiębiorstwa, gdyż przedsiębiorcy wykonują w tych miejscach działalność prowadzoną zwyczajowo. Przywołując motyw 21 dyrektywy 2011/83/UE, za lokal przedsiębiorstwa nie należy natomiast uznawać miejsc dostępnych publicznie, takich jak ulice, centra handlowe, plaże, obiekty sportowe i środki transportu publicznego, w których rzeczony przedsiębiorca prowadzi działalność wyjątkowo, ani też prywatnych domów lub miejsc pracy.

36 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa ...*

37 A. Młostoń-Olszewska, *Problemy interpretacyjne związane z pojęciem „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa”*, (w:) *Ustawa o prawach konsumenta*, red. D. Karczewska, M. Namysłowska, T. Skoczny, Warszawa 2015.

38 T. Czech, *Prawa...*, s. 61.

39 Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 7 sierpnia 2018 r., C-485/17, LEX nr 2600206.

Pogląd został powtórzony przez Trybunał Sprawiedliwości w postanowieniu z dnia 17 grudnia 2019 r. o sygnaturze C-465/19<sup>40</sup>. Jednakże w przedmiotowej sprawie istotne było również to, że aleja wspólna dla różnych stanowisk w hali wystawienniczej nie jest lokalem przedsiębiorstwa, gdyż umożliwia ona dostęp do wszystkich stanowisk dostępnych w hali. W związku z tym umowę, którą przedsiębiorca zawarł w lokalu przedsiębiorstwa (czyli na stoisku w hali wystawienniczej) bezpośrednio po tym, jak nawiązał kontakt z konsumentem w alei wspólnej dla różnych stoisk w hali wystawienniczej targów, należy uznać za zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa.

### **3.3. Umowa zawarta przy jednoczesnej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy**

Aby uznać, że strony lub ich reprezentanci zawierają umowę określoną w art. 2 pkt 2 lit. 2, muszą oni przebywać w tym samym miejscu w znaczeniu przestrzennym w fizycznej styczności. Ponadto do komunikacji między nimi nie jest konieczne korzystanie z urządzenia do porozumiewania się na odległość. Chodzi tutaj o każde miejsce przestrzenne, takie jak miejsce zamieszkania konsumenta, lokal, ulica. Istotne jest natomiast, aby miejsce to nie było lokalem, w którym przedsiębiorca prowadzi swoją działalność. Mowa tutaj o sytuacji, w której przykładowo przedsiębiorca zajmuje się handlem obnośnym i zawiera umowę sprzedaży z konsumentem napotkanym na ulicy. W komentowanym przepisie nie ma obowiązku posiadania lokalu przedsiębiorstwa przez przedsiębiorcę zawierającego umowę w opisany sposób. Może on jedynie zajmować się sprzedażą obnośną lub inną, spełniającą wymienione przesłanki.

Komentowana reguła charakteryzuje się także tym, że nie ma znaczenia, czy wykonanie umowy będzie miało miejsce w lokalu przedsiębiorstwa, czy poza nim. Bez znaczenia jest również sposób komunikowania na etapie przedkontraktowym i pokontraktowym. Kontakt może być bezpośredni lub na odległość, istotny jest jedynie sam sposób zawarcia przedmiotowej umowy<sup>41</sup>.

### **3.4. Umowa zawarta w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta przy jednoczesnej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy**

W tym przypadku to konsument składa przedsiębiorcy ofertę zawarcia umowy w miejscu niebędącym lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej obecności stron. Decyzja konsumenta o zaproponowaniu przedsiębiorcy zawarcia umowy może być skutkiem presji psychologicznej wywołanej na konsumentie lub wynikać z braku dostatecznych informacji udzielonych konsumentowi. Z tych powodów, pomimo faktu, że to konsument jest oferentem, zasługuje on na ochronę.

40 Postanowienia Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 grudnia 2019 r., C-465/19, LEX nr 2755830.

41 T. Czech, *Prawa...*, s. 45-46.

W tej sytuacji nie ma znaczenia forma, w jakiej konsument złożył ofertę ani w jakiej formie oferta ta została przyjęta przez przedsiębiorcę. Należy również zastrzec, że w przypadku, gdy przedsiębiorca przedstawia konsumentowi ofertę poza lokalem przedsiębiorstwa, a następnie konsument np. po kilku dniach składa w lokalu przedsiębiorstwa tego przedsiębiorcy oświadczenie woli mające na celu zawarcie umowy z tym przedsiębiorcą, nie dojdzie do zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Istotne jest również właściwie zdefiniowane dokonanej czynności prawnej, gdyż jedynie oświadczenie konsumenta spełniające przesłanki oferty podlega reżimowi komentowanego przepisu<sup>42</sup>.

### **3.5. Umowa zawarta w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość po nawiązaniu kontaktu z konsumentem w miejscu niebędącym takim lokalem**

Trzecia sytuacja zawiera dwa istotne elementy umowy zawieranej poza lokalem:

- nawiązanie przez przedsiębiorcę i z jego inicjatywy osobistego i bezpośredniego kontaktu z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa przy jednoczesnej fizycznej obecności stron,
- a następnie, bezpośrednio po nawiązaniu takiego kontaktu, zawarcie umowy w lokalu przedsiębiorcy na odległość.

Nawiązanie kontaktu przez przedsiębiorcę, często wywołuje u konsumenta element zaskoczenia i może wiązać się z wywieraniem presji przez przedsiębiorcę. Nawet gdy zawarcie umowy ma miejsce w lokalu przedsiębiorstwa, czyli w warunkach typowych, jeżeli do zawarcia umowy doszło w okolicznościach opisanych powyżej, konsument nadal może znajdować się w stanie zaskoczenia i pozostawać pod wpływem wywarłej wcześniej presji<sup>43</sup>. Przykładowo taka sytuacja ma miejsce, gdy przedsiębiorca proponuje przypadkowemu przechodniowi zawarcie umowy sprzedaży polegającej na zakupie prenumeraty magazynu, a następnie prowadzi go do lokalu przedsiębiorstwa, gdzie dochodzi do zawarcia umowy. Konsument może ulec presji wywołanej przez przedsiębiorcę, gdyż nie ma wystarczająco dużo czasu na ocenę, czy cena i warunki umowy proponowanej przez przedsiębiorcę są korzystne. Z tego powodu ustawodawca zdecydował się objąć komentowany przypadek reżimem ochrony konsumenta na gruncie ustawy o prawach konsumenta.

Hipoteza art. 2 pkt 2 lit. c u.p.k. nie odnosi się do sytuacji, gdy przedsiębiorca udaje się do miejsca zamieszkania konsumenta w celu wyłącznego dokonania potrzebnych do wykonania usługi pomiarów lub oszacowania kosztu towaru lub usługi, którą zamierza świadczyć na rzecz konsumenta, a na tym etapie konsument nie jest związany z przedsiębiorcą żadną ofertą i w związku z tym nie powstaje pomiędzy nimi żaden stosunek zobowiązaniowy. Jeżeli po dokonaniu przez przedsiębiorcę takich czynności dochodzi następnie do zawarcia umowy pomiędzy nim a konsumentem w miejscu będącym lokalem przedsiębiorstwa albo za pomocą środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, to umowa taka nie jest uważana

42 T. Czech, *Prawa...*, s. 48.

43 K. Osajda, *Komentarze Prawa Prywatnego. Prawo konsumenckie. Tom VII*, C.H. Beck, Warszawa 2019, s. 60.

za zawartą w okolicznościach, o których mowa w art. 2 pkt 2 lit. C, czyli po nawiązaniu indywidualnego i osobistego kontaktu z konsumentem. Przyjmuje się, że w opisanej sytuacji z uwagi na czas pomiędzy dokonaniem czynności przez przedsiębiorcę a zawarciem umowy konsument miał możliwość podjęcia decyzji oraz przeanalizować warunki zaproponowane przez przedsiębiorcę<sup>44</sup>.

Zdaniem Dominika Lubasza<sup>45</sup> czas pomiędzy wykonaniem usługi pomiarów lub oszacowania kosztu towaru lub usługi przez przedsiębiorcę a zawarciem umowy powinien być wystarczający dla konsumenta do namysłu, czyli wynosić np. jeden dzień, chwilę po powrocie do domu. Uważam, że przedstawiona koncepcja jest słuszna. Często zdarza się, że konsumentowi wystarczy chwila na podjęcie decyzji, czasami potrzebne jest do tego kilka godzin. Z tego względu okres przedstawiony przez wspomnianego autora jest wystarczający do podjęcia decyzji.

### **3.6. Umowa zawarta podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami**

W omawianym przypadku istotne znaczenie ma fakt, że umowę zawarto z przedsiębiorcą, który zorganizował wycieczkę dla konsumentów, a celem lub skutkiem tej wycieczki jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami. Przedsiębiorca może zorganizować ją sam lub zlecić jej organizację osobie trzeciej. Artykuł 2 pkt 2 lit. d u.p.k nie odnosi się sytuacji, gdy konsument zawiera umowę z innym przedsiębiorcą, niezwiązanym z organizacją wycieczki. Przykładowo, gdy konsument uczestniczący w wycieczce autokarowej podczas postoju dokona zakupów na stacji benzynowej. Z drugiej strony jednak wykładnia celowościowa tego przepisu jednoznacznie wskazuje, że w sytuacji, gdy organizator wycieczki współpracuje z przedsiębiorcą, który organizację wycieczki wykorzystuje do reklamowania działalności i zdobywania nowych klientów poprzez zawieranie z nimi umów, to tak zawarte umowy będą uznane za zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa. Organizator wycieczki może na przykład uzgodnić z przedsiębiorcą, że punktem postoju autokaru będzie miejsce, w którym znajduje się lokal przedsiębiorstwa tego przedsiębiorcy<sup>46</sup>.

Komentowany przepis ma na celu ochronę konsumenta przed podjęciem przez niego pochopnej decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą. Z tego też względu, gdy do zawarcia umowy dojdzie po zakończeniu wycieczki, umowa taka nie może zostać uznana za zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa.

Nie ma znaczenia miejsce, gdzie doszło do zawarcia przedmiotowej umowy. Może być ona zawarta w lokalu przedsiębiorstwa lub poza nim. Jednakże fakt, że do zawarcia umowy doszło w lokalu przedsiębiorstwa, ale podczas zorganizowanej przez przedsiębiorcę wycieczki, nie oznacza, że umowa taka uważana jest za zawartą w lokalu przedsiębiorstwa. Przykładowo przedsiębiorca zajmujący się sprzedażą pościeli może zorganizować wycieczkę, podczas której odbędzie się postój w miej-

44 K. Osajda, *Komentarze...*, s. 60.

45 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 42.

46 T. Czech, *Prawa...*, s. 53.

scu położonym obok lokalu, gdzie sprzedaje on właśnie taką pościel. Taka wykładnia wynika z faktu, że wycieczka, którą organizuje przedsiębiorca, wykorzystywana jest przez niego w celach promocyjnych. Tym samym chce on wpłynąć na konsumenta m.in. poprzez stworzenie miłej atmosfery, wykorzystanie zaskoczenia konsumenta, wykreowanie tzw. „długu wdzięczności”, aby podjął on decyzję o zawarciu konkretnej umowy<sup>47</sup>.

Termin „wycieczka” należy rozumieć szeroko. Obejmuje on każdego rodzaju zorganizowaną podróż do innego miejsca, której uczestnikami są osoby fizyczne, organizowaną w celach niehandlowych (np. zdrowotnych, rekreacyjnych). Aby uznać przejazd za wycieczkę, musi być on jednak zorganizowany. Nie ma jednakże znaczenia zorganizowany przez przedsiębiorcę środek transportu, ilość osób biorących udział w wycieczce oraz fakt, czy została ona zorganizowana odpłatnie lub nieodpłatnie<sup>48</sup>.

#### 4. Instytucja odstąpienia od umowy w ustawie o prawach konsumenta

Kodeks cywilny reguluje dwa sposoby jednostronnego zakończenia stosunku zobowiązaniowego między stronami. Pierwszym z nich jest instytucja odstąpienia od umowy. Wyróżnia się ustawowe oraz umowne odstąpienie od umowy. Drugim ze sposobów jest wypowiedzenie umowy. Przedstawione instytucje różnią się zakresem zastosowania. Odstąpienie od umowy, co do zasady, dotyczy umów jednorazowych, np. umowy o dzieło lub umowy o roboty budowlane. Wypowiedzenie natomiast znajduje zastosowanie do tzw. stosunków zobowiązaniowych o charakterze ciągłym, w szczególności bezterminowych, np. umowa agencji, najmu<sup>49</sup>.

Powyższe rozróżnienie podyktowane jest również odmiennością skutków prawnych, jakie wywołują obie czynności. Odstąpienie od umowy wywołuje skutek *ex tunc*, czyli działa z mocą wsteczną. Wypowiedzenie umowy skutkuje zniesieniem zobowiązania na przyszłość (*ex nunc*). Oznacza to przede wszystkim, że świadczenia spełnione przed wypowiedzeniem nie stają się należne i nie podlegają zwrotowi. Jednakże w przypadku umownego prawa odstąpienia ustawodawca dopuszcza możliwość odstąpienia od umowy ze skutkiem *ex nunc*, głównie z uwagi na zasadę swobody umów<sup>50</sup>.

Ustawowe prawo odstąpienia od umowy służy ochronie interesów wierzyciela. Stanowi ono sankcję dla dłużnika, który nie wykonał zobowiązania względem dłużnika albo wykonał je nienależycie. Można wyróżnić różne typy odstąpienia ustawowego według kryterium jego podstaw faktycznych. W obowiązujących przepisach podstawy odstąpienia zostały określone w szczególności przez:

1. zwłokę dłużnika (art. 491 i 492 k.c.),
2. niemożliwość spełnienia świadczenia (art. 493, 495 § 2 k.c.),

47 T. Czech, *Prawa...*, s. 54.

48 T. Czech, *Prawa...*, s. 55-56.

49 K. Osajda, *System Prawa Prywatnego. Prawo zobowiązań - część ogólna. Tom 5*, wyd. 3, C.H. Beck, Warszawa 2019.

50 A. Rapała, *Charakter umownego prawa odstąpienia*, ABC - komentarz praktyczny.

3. niedochowanie terminu spełnienia świadczenia (art. 552, 586 § 2, art. 610, 635, 656 w zw. z art. 635, art. 783 k.c.),
4. spełnienie świadczenia z wadą, względnie w sposób niezgodny z treścią zobowiązania (art. 560 § 1, art. 611, 621, 636, 637, 640 k.c.)<sup>51</sup>.

Wskutek skorzystania przez stronę z ustawowego prawa odstąpienia od umowy umowa przestaje wiązać strony w zakresie świadczeń wzajemnych. Jednakże w tym momencie powstają określone w ustawie roszczenia dotyczące zwrotu świadczeń<sup>52</sup>.

Przepisy regulujące ustawowe prawo odstąpienia są bezwzględnie obowiązujące, w związku z czym strony nie mogą wyłączyć ich stosowania ani modyfikować ich przesłanek<sup>53</sup>.

Umowny sposób odstąpienia uregulowany jest w art. 395 k.c. Zgodnie z nim, strony mogą zastrzec, że jednej lub obu stronom umowy przysługiwać będzie w ciągu oznaczonego terminu prawo odstąpienia od umowy. Prawo to wykonuje się poprzez oświadczenie złożone drugiej stronie. Zgodnie z paragrafem 2 art. 395 k.c., w razie wykonania prawa odstąpienia, umowa uważana jest za niezawartą. Wraz z wykonaniem prawa odstąpienia w miejsce istniejącego dotychczas stosunku zobowiązaniowego powstaje obowiązek zwrotu spełnionych świadczeń, zapłaty wynagrodzenia z tytułu korzystania z rzeczy i świadczonych usług oraz obowiązek zwrotu poczynionych nakładów. Jednakże art. 389 § 2 k.c. nie ma charakteru bezwzględnie wiążącego, w związku z czym strony mogą odmiennie określić skutki umownego odstąpienia od umowy oraz wzajemne obowiązki w razie jego wykonania<sup>54</sup>.

Drugim zasadniczym sposobem regulującym jednostronne zakończenie stosunku zobowiązaniowego jest wypowiedzenie umowy. Wypowiedzenie umowy w Kodeksie cywilnym oraz ustawach szczególnych uregulowane jest jedynie w sposób szczegółowy. Brak jest natomiast przepisów ogólnych regulujących ten sposób zakończenia umowy. Na podstawie przepisów znajdujących się w aktach normatywnych wyróżnić można cztery rodzaje uprawnień do wypowiedzenia. Są to: uprawnienie do wypowiedzenia w każdym czasie, uprawnienie wierzyciela do wypowiedzenia z powodu naruszenia zobowiązania przez dłużnika, uprawnienie do wypowiedzenia z ważnych powodów, uprawnienie do wypowiedzenia określonych umów typowych w szczególnych przypadkach ustawowo uregulowanych<sup>55</sup>.

Zgodnie z art. 356<sup>1</sup> k.c. zobowiązanie bezterminowe o charakterze ciągłym wygasa po wypowiedzeniu przez dłużnika lub wierzyciela z zachowaniem terminów umownych, ustawowych lub zwyczajowych, a w razie braku takich terminów niezwłocznie po wypowiedzeniu. Artykuł ten nie odnosi się do zobowiązań terminowych, które co do zasady nie mogą być zakończone przez wypowiedzenie. Jednakże w przypadku zobowiązań terminowych ich wygaśnięcie na skutek wypowiedzenia może być w pewnych przypadkach dopuszczalne. Mianowicie strony muszą przewidzieć możliwość wypowiedzenia w umowie i wskazać przyczyny umożliwiające skorzystanie z takiego uprawnienia.

51 K. Osajda, *System...*

52 M. Załucki, *Kodeks cywilny. Komentarz*, C.H. Beck, wyd. 1, Warszawa 2019.

53 K. Osajda, *Kodeks cywilny. Komentarz*, C.H. Beck, wyd. 25, Warszawa 2020.

54 *Ibidem*.

55 G. Tracz, *Sposoby jednostronnej rezygnacji z zobowiązań umownych*, Wolters Kluwer Polska, wyd. 1, Warszawa 2008.

Instytucja odstąpienia od umowy została również zawarta w ustawie o prawach konsumenta. Art. 27 u.p.k. znajdujący się w rozdziale 4. przedmiotowej ustawy stanowi, że konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35 u.p.k. Wskazany artykuł ma charakter ogólny, a uszczegółowiony jest w kolejnych przepisach rozdziału 4. ustawy o prawach konsumenta. Rozdział ten kompleksowo reguluje zagadnienia związane z prawem odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Unormowanie to odwzorowuje systematykę dyrektywy 2011/83/UE, jest przejrzyste oraz nie budzi wątpliwości co do zgodności z prawem Unii Europejskiej<sup>56</sup>.

Odstąpienie od umowy na gruncie ustawy o prawach konsumenta, w przeciwieństwie do innych ustawowych typów odstąpienia, obwarowane jest pewnymi warunkami. Po pierwsze stroną uprawnioną do odstąpienia od umowy jest jedynie konsument. Po drugie odstąpienie od umowy ograniczone jest do umów zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Po trzecie termin na odstąpienie od umowy jest określony i wynosi 14 dni.

Ponadto w odróżnieniu od ustawowego oraz umownego odstąpienia od umowy, przepisy regulujące odstąpienie od umowy zawarte w ustawie o prawach konsumenta mają charakter semiimperatywny. Dopuszczalne jest modyfikowanie przepisów dotyczących odstąpienia od umowy, jednakże wyłącznie na korzyść konsumenta. Ponadto ustawa o prawach konsumenta w sposób bardziej szczegółowy reguluje sposób odstąpienia oraz prawa i obowiązki stron z niego wynikające.

Co więcej, konsument może odstąpić od zawartej umowy bez podawania przyczyny. Jest to istotna różnica pomiędzy innymi typami ustawowego odstąpienia od umowy. Na gruncie ustawy o prawach konsumenta to konsument sam decyduje o zakończeniu stosunku zobowiązaniowego. Decyzja ta nie jest obwarowana wystąpieniem żadnych okoliczności, jak ma to miejsce w przypadku ustawowego odstąpienia od umowy.

Celem przepisów zamieszczonych w komentowanym rozdziale ustawy o prawach konsumenta jest ochrona interesów konsumenta, jedynie w kilku przypadkach uwzględniają one uzasadniony interes przedsiębiorcy. Ze względu na nietypowy tryb, w jakim zawierane są umowy opisane w art. 27 u.p.k., prawodawca uznał, że konsumentowi należy się szczególna ochrona w postaci odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Stosowanie przepisów rozdziału 4. u.p.k. nie zależy od rodzaju umowy, jej przedmiotu oraz charakteru. Może to być m.in. umowa sprzedaży, umowa dotycząca wykonania usługi, umowa o dzieło, umowa najmu, umowa licencyjna<sup>57</sup>.

Zgodnie z motywem 37 dyrektywy 2011/83/UE konsument powinien mieć możliwość obejrzenia, przetestowania oraz sprawdzenia towarów, które nabył w przypadku sprzedaży na odległość. W sytuacji, gdy dojdzie do zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, konsument powinien mieć możliwość odstąpienia od umowy z uwagi na potencjalny element zaskoczenia lub presję psychologiczną.

56 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 238-239.

57 T. Czech, *Prawa...*, s. 362-364.

## 5. *Ratio legis* prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa

Ustawa o prawach konsumenta przyznaje konsumentowi prawo odstąpienia, gdy umowa została zawarta w nietypowym trybie: na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Jest to tzw. „prawo do namysłu”. Potrzeba sformułowania takiego przepisu powstała z uwagi na przeświadczenie, że takie okoliczności zawarcia umowy mogą stanowić szczególne zagrożenie dla interesów konsumenta<sup>58</sup>. Kwestia była już omawiana wpadkowo w ramach kolejnych przypadków zawarcia umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, wypada jednak poczynić pewne ogólne uwagi w tej mierze.

W przypadku umowy zawieranej na odległość konsument najczęściej zawiera z przedsiębiorcą umowę, bazując na tym, co zostanie mu przedstawione na stronie internetowej lub w katalogu. Może to prowadzić do sytuacji, w której po otrzymaniu towaru okaże się, że nie odpowiada on oczekiwaniom konsumenta, różni się od tego, który został mu przedstawiony, jest gorszej jakości, a w przypadku zakupu odzieży - rozmiar jest niewłaściwy. Podczas dokonywania zakupów w sklepie stacjonarnym konsument ma możliwość dokładnego obejrzenia produktu, przymierzenia go (w przypadku odzieży) oraz podjęcia decyzji, czy zawrzeć umowę sprzedaży z przedsiębiorcą.

Podczas zawierania umowy z przedsiębiorcą poza lokalem przedsiębiorstwa sytuacja wygląda trochę inaczej. W tym przypadku konsument najczęściej zawiera umowę w miejscu i czasie, w których nie był przygotowany do jej zawarcia. Przykładowo może to mieć miejsce na ulicy, deptaku, w drodze do pracy, gdy konsument spieszy się i chce szybko pozbyć się uciążliwego sprzedawcy. Akwizytorzy i domokrażcy potrafią spędzać wiele godzin w domach konsumentów, aby namówić ich do zawarcia umowy, stwarzając przy tym iluzję konieczności posiadania przez konsumenta konkretnego produktu lub zakupu usługi. Konsument bardzo często jest atakowany uciążliwymi telefonami z ciągłymi propozycjami zawarcia umowy, np. prenumeraty gazet, książek, zakupu sprzętu rehabilitacyjnego, garnków, materaców lub pakietów zdrowotnych. Dodatkowo w ostatnich latach popularne stało się organizowanie pokazów w prywatnych domach, podczas których pracownicy przedsiębiorstw prezentują określone towary oraz dają konsumentom możliwość ich obejrzenia oraz przetestowania, zachęcając ich tym samym do zawarcia umowy sprzedaży. Najczęściej produkty te są sprzedawane po cenie znacznie wyższej niż ta obowiązująca na rynku. Ponadto konsument najczęściej zawiera z przedsiębiorcą umowę poza lokalem przedsiębiorstwa pod wpływem impulsu. Do zawarcia umowy najczęściej może dojść na skutek stosowania odpowiednich technik manipulacyjnych przez specjalnie do tego szkolonych pracowników przedsiębiorcy. Decyzja o zawarciu umowy jest nieplanowana przez konsumenta i zostaje podjęta na skutek wyżej przedstawionych okoliczności. Z tego powodu konsument często staje się posiadaczem rzeczy, o zakupie których wcześniej nie myślał.

---

58 T. Czech, *Konsumentenckie uprawnienie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa*, [https://www.temidium.pl/artukul/konsumentenckie\\_uprawnienie\\_do\\_odstapienia\\_od\\_umowy\\_zawartej\\_na\\_odleglosc\\_lub\\_poza\\_lokalem\\_przedsiębiorstwa-3086.html](https://www.temidium.pl/artukul/konsumentenckie_uprawnienie_do_odstapienia_od_umowy_zawartej_na_odleglosc_lub_poza_lokalem_przedsiębiorstwa-3086.html), [dostęp: 2.04.2020 r.].

Mając na uwadze przytoczone okoliczności, unormowanie instytucji odstąpienia od umowy wydaje się zasadne. Ochronia ona interesy konsumentów i pozwala im na racjonalne podjęcie decyzji, co do zawartej z przedsiębiorcą umowy.

## Rozdział II.

# TERMIN ORAZ SPOSÓB WYKONANIA PRAWA ODSTĄPIENIA OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ LUB POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

### 1. Termin wykonania prawa odstąpienia od umowy

#### 1.1. Zasada ogólna

Zgodnie z art. 27 u.p.k termin, w którym konsument może odstąpić od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, wynosi 14 dni od otrzymania rzeczy lub zawarcia umowy. Jest to zasada ogólna, która podlega pewnym wyjątkom, opisanym poniżej.

Oświadczenie może być złożone bezpośrednio u przedsiębiorcy lub nadane do niego listem poleconym albo wysłane pocztą elektroniczną. Nie ma natomiast znaczenia, w jakim terminie oświadczenie to dojdzie do przedsiębiorcy, istotny jest termin nadania przedmiotowego oświadczenia. Wyrze ono jednakże skutek dopiero z chwilą dotarcia do przedsiębiorcy.

Termin czternastodniowy liczy się według reguł ogólnych, wynikających z Kodeksu cywilnego, czyli obejmuje on dni kalendarzowe<sup>59</sup>.

Przedsiębiorca nie może żądać od konsumenta jednoczesnego złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy i zwrotu towaru. Przeciwnie postanowienia umowne, zakładające, że „odstąpienie jest ważne wyłącznie w przypadku jednoczesnego zwrócenia przesyłki przez zamawiającego wraz ze wszystkimi zamówionymi produktami”, zostało uznane przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 22.11.2011 r. za klauzulę niedozwoloną<sup>60</sup>.

---

59 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

60 Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 22.11.2011 r., sygn. akt: XVII AmC 1894/11, LEX nr 1228954.

## 1.2. Początek biegu terminu

Termin na wykonanie przez konsumenta uprawnienia do odstąpienia od umowy określonej w art. 27 u.p.k. rozpoczyna się od dnia zawarcia umowy, co zostało wskazane w art. 28 u.p.k. pkt 2. Zasada ta odnosi się do wszystkich umów zawartych między konsumentem a przedsiębiorcą na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, z wyjątkiem umów, w wykonaniu których przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązanym do przeniesienia jej własności, które zostały wymienione w art. 28 pkt 1. Przykładowo umowami objętymi zasadą z art. 28 pkt 2 u.p.k. mogą być: umowy zlecenia, umowy najmu rzeczy ruchomej, umowy, na podstawie których przedsiębiorca świadczy konsumentowi usługi lub dostarcza mu treści cyfrowe, niezapisane na nośniku materialnym<sup>61</sup>.

Art. 28 pkt 1 u.p.k. wprowadza wyjątki od zasady ogólnej wyrażonej w punkcie drugim art. 28 u.p.k. Zabieg ten ma na celu poszerzenie ochrony konsumenta oraz tym samym umożliwić mu zapoznanie się z dostarczonym przedmiotem świadczenia i sprawdzenia w praktyce jego właściwości.

W przypadku zawarcia umowy, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązanym do przeniesienia jej własności, termin do odstąpienia od umowy rozpoczyna swój bieg od objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią, inną niż przewoźnik. W tym przypadku istotną jest chwila, w której nastąpiło objęcie rzeczy w posiadanie. Pojęcie posiadania nie ma ustawowej regulacji zawartej w ustawie o prawach konsumenta, w związku z czym należy je interpretować zgodnie z kodeksem cywilnym lub dyrektywą 2011/83/UE. Powstaje jednak pytanie, który sposób interpretacji jest bardziej właściwy.

Zgodnie z kodeksem cywilnym posiadanie to stan faktyczny, na który składają się: władztwo nad rzeczą (*corpus*) i wola posiadania (*animus*). W Kodeksie cywilnym przeniesienie posiadania zostało uregulowane jako sposób jego pochodnego nabycia. Podstawowym sposobem przeniesienia posiadania, polegającym na wręczeniu rzeczy, jest *traditio corporalis*. Został on wskazany w art. 348 k.c. Zdanie drugie tego artykułu przewiduje kolejny ze sposobów, czyli *traditio longa manu*. Polega on na wydaniu dokumentów, które umożliwiają rozporządzanie rzeczą, jak również wydanie środków, które dają faktyczną władzę nad rzeczą. Oba z przedstawionych sposobów zostały przez ustawodawcę zrównane w skutkach<sup>62</sup>.

Kodeks cywilny przewiduje także inne sposoby przeniesienia posiadania, które nie łączą się z wydaniem rzeczy. Zostały one wskazane w art. 349-350 k.c. i są to: *constitutum possessorium*, *traditio brevi manu* oraz ostatni sposób, zakładający, że jeżeli rzecz znajduje się w posiadaniu zależnym albo w dzierżeniu osoby trzeciej, przeniesienie posiadania samoistnego następuje przez umowę między stronami i przez zawiadomienie posiadacza zależnego albo dzierżyciela. W tym przypadku nie jest potrzebne wydanie rzeczy, gdyż przeniesienie posiadania samoistnego na posiadacza zależnego albo na dzierżyciela następuje na mocy samej umowy między stronami<sup>63</sup>.

61 T. Czech, *Prawa...*, s. 385.

62 E. Gniewek, *System Prawa Prywatnego. Tom 3*, wyd. 3, C.H. Beck, Warszawa 2013.

63 *Ibidem*.

Dyrektywa 2011/83/UE w art. 9 ust. 2 lit. b przewiduje, że termin na odstąpienie od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa powinien rozpoczynać się od chwili objęcia rzeczy w fizyczne posiadanie.

Mając na uwadze powyższe, można zauważyć, że pojęcie przeniesienia posiadania uregulowane w Kodeksie cywilnym nie jest jednoznaczne. W omawianym przypadku, czyli objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta, zasadne wydaje się wzięcie pod uwagę jedynie sposobów przeniesienia posiadania, polegających na wręczeniu rzeczy, czyli *traditio corporalis* lub *traditio longa manu*. Jednakże nawet taka interpretacja objęcia rzeczy w posiadanie jest zbyt szeroka dla omawianego zagadnienia<sup>64</sup>. Mianowicie, zgodnie z art. 348 k.c., poprzez wydanie rzeczy rozumie się także wydanie dokumentów, które umożliwiają rozporządzanie rzeczą, jak również środków dających faktyczną władzę nad rzeczą. Wynika z tego, że nie tylko wydanie rzeczy, ale już dokonanie czynności przedstawionych powyżej powodowałoby objęcie rzeczy w posiadanie<sup>65</sup>.

Objęcie w posiadanie w rozumieniu art. 28 u.p.k powinno być rozumiane w sposób zgodny z dyrektywą 2011/83/UE, gdyż dopiero od chwili objęcia rzeczy w fizyczne posiadanie konsument ma możliwość podjęcia decyzji o zatrzymaniu rzeczy lub odstąpieniu od umowy. Samo posiadanie dokumentów pozwalających na rozporządzanie rzeczą lub środków dających faktyczną władzę nad rzeczą nie jest wystarczające, aby konsument mógł podjąć taką decyzję. Ponadto na gruncie dyrektywy 2011/83/UE, nie jest istotna wola posiadania<sup>66</sup>. Opisany sposób wykładni zapewnia konsumentowi możliwość odstąpienia od umowy bez względu na to, kiedy zostaną mu wydane dokumenty pozwalające na rozporządzanie rzeczą lub środki dające nad nią faktyczną władzę.

Termin do odstąpienia od umowy rozpoczyna swój bieg, gdy rzecz zostanie objęta w posiadanie zarówno przez konsumenta, jak również przez wskazaną przez niego osobę trzecią, inną niż przewoźnik. Biegu terminu nie rozpoczyna jednak objęcie rzeczy w posiadanie przez przewoźnika. To rozwiązanie ma na celu ochronę konsumenta przed zbyt szybkim zakończeniem biegu terminu do odstąpienia od umowy, zanim będzie miał on możliwość przetestowania rzeczy w celu sprawdzenia jej właściwości i funkcjonalności. Zdarza się, że czas dostarczenia przesyłki do konsumenta jest dłuższy niż 14 dni, co powodowałoby brak możliwości skorzystania z ustawowego prawa odstąpienia od umowy. W związku z powyższym zasadne wydaje się przyjęcie, że bieg terminu rozpocznie swój bieg, gdy przedsiębiorca wyda rzecz konsumentowi lub osobie trzeciej, która zgodnie z wiedzą przedsiębiorcy, przy zachowaniu przez niego należytej staranności, została wskazana przez konsumenta do jej odbioru<sup>67</sup>. Chodzi tutaj o osobę trzecią, której konsument udzielił pełnomocnictwa do odbioru rzeczy w jego imieniu, jednakże nie ma wymagania pisemnej formy tego pełnomocnictwa. Może być ono udzielone m.in. poprzez wpisanie jej przez konsumenta w formularzu zamówienia jako osoby uprawnionej do odbioru, jak również ustnie podczas telefonicznej rozmowy z kurierem<sup>68</sup>.

64 T. Czech, *Prawa...*, s. 390.

65 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 248.

66 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 248.

67 K. Osajda, *Komentarze...*, s. 100-101.

68 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 249.

Powyższa zasada, ujęta w art. 28 pkt 1 u.p.k., podlega częściowym modyfikacjom w odniesieniu do dwóch sytuacji szczególnych. Pierwszy wyjątek, opisany w art. 28 u.p.k. pkt 1 lit. a, dotyczy umowy, która obliuguje przedsiębiorcę do przeniesienia własności wielu rzeczy na konsumenta i rzeczy te są dostarczane konsumentowi osobno, partiami lub w częściach. W tym przypadku bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się od objęcia w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik ostatniej rzeczy, partii lub części. Przykładowo w sytuacji, gdy konsument zakupi za pośrednictwem sklepu internetowego komplet opon samochodowych, a przedsiębiorca każdą oponę wyśle w oddzielnej przesyłce, bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpocznie się w dniu, w którym konsument otrzyma ostatnią z opon. W tej sytuacji nie ma znaczenia, czy zakupione przedmioty pozostają ze sobą w związku funkcjonalnym oraz w jaki sposób zostały podzielone rzeczy. Istotny jest natomiast fakt, że przedmiotem pojedynczej umowy jest wiele rzeczy i konsument ma je otrzymać w drodze więcej niż jednej przesyłki.

Drugi wyjątek, omówiony w art. 28 pkt 1 lit. b u.p.k., odnosi się do umowy, której przedmiotem jest regularne dostarczanie konsumentowi przez przedsiębiorcę wielu rzeczy tego samego gatunku przez czas oznaczony. Dotyczy to m.in. umowy o prenumeratę czasopisma, dostawy produktów chemicznych czy papierniczych. W tym przypadku bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się od dnia, w którym konsument objął w posiadanie pierwszą rzecz. Przykładowo konsument, który zawarł z przedsiębiorcą umowę dotyczącą prenumeraty kwartalnika 20 września, a pierwszy numer kwartalnika otrzyma 1 października, może odstąpić od zawartej umowy do 15 października (włącznie)<sup>69</sup>. Rozwiązanie takie zostało przyjęte, aby konsument miał możliwość zapoznania się z produktami objętymi umową i podjęcia odpowiedniej decyzji dotyczącej dalszego ich dostarczenia.

### 1.3. Przedłużenie terminu

Ustawa o prawach konsumenta przewiduje sytuację, w której termin czternastodniowy, określony w art. 27 u.p.k., ulega przedłużeniu. Artykuł 29 u.p.k. stanowi w ustępie pierwszym, że jeżeli konsument nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy, prawo to wygasa po upływie 12 miesięcy od dnia upływu terminu, o którym mowa w art. 27, natomiast w ustępie drugim, że jeżeli konsument został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy przed upływem terminu, o którym mowa w ustępie pierwszym, termin do odstąpienia od umowy upływa po 14 dniach od udzielenia konsumentowi informacji o tym prawie.

Artykuł ten, będący implementacją art. 10 dyrektywy 2011/83/UE, niewątpliwie działa na korzyść konsumenta poprzez przedłużenie mu terminu do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa w przypadku, gdy nie zostanie on poinformowany o przysługującym mu prawie przez przedsiębiorcę.

W pierwszej części przepisu termin zostaje wydłużony do 12 miesięcy od dnia, w którym upłynął podstawowy, czternastodniowy termin. Termin dwunastomie-

<sup>69</sup> T. Czech, *Prawa...*, s. 385-388.

sięczny jest maksymalnym terminem, w jakim konsument może odstąpić od zawartej umowy. Celem takiego ujęcia jest poszerzenie zakresu ochrony prawnej przysługującej konsumentowi oraz tym samym jest to pewnego rodzaju sankcja dla przedsiębiorcy za naruszenie przez niego obowiązku informacyjnego względem konsumenta<sup>70</sup>. Obowiązek ten powstaje najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa i polega na tym, że przedsiębiorca jest zobligowany poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o trybie, terminie oraz sposobie wykonania prawa odstąpienia od umowy<sup>71</sup>. Zazwyczaj informacji takich przedsiębiorca udziela na papierze, chyba że konsument wyrazi zgodę na udzielenie mu informacji w inny sposób, o czym mówi art. 7 dyrektywy. W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa konsument może być poinformowany o przysługujących mu prawach w sposób odpowiadający wykorzystywanym środkom porozumiewania się na odległość, o ile dostarczane są na trwałym nośniku<sup>72</sup>.

Podążając za wykładnią celowościową komentowanego przepisu, zasadne wydaje się przyjęcie, że art. 29 u.p.k. znajduje zastosowanie w kilku sytuacjach opisanych poniżej:

1. przedsiębiorca w ogóle nie udzielił konsumentowi wymaganych informacji;
2. informacje przekazano tylko częściowo;
3. nie udostępniono konsumentowi informacji o wzorze formularza określonego w załączniku nr 2 do ustawy o prawach konsumenta;
4. dostarczono konsumentowi nieprawdziwe informacje;
5. informacji udzielono zbyt późno, tzn. po chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową;
6. informacja nie została udzielona w sposób jasny i zrozumiały;
7. przedsiębiorca nie udzielił informacji określonych w art. 12 ust. 1 pkt 9 u.p.k. w odpowiedniej formie lub nie uzyskał wymaganej zgody konsumenta na określoną formę komunikacji<sup>73</sup>.

Pierwszy termin określony w art. 29 u.p.k., wynoszący 12 miesięcy, ma zastosowanie, gdy przedsiębiorca nie spełnił warunków opisanych powyżej. Termin ten rozpoczyna swój bieg od momentu, gdy upłynie termin przewidziany ustawą 14 dni. Przykładowo, jeżeli 1 lutego 2019 r. za pośrednictwem sklepu internetowego przedsiębiorcy zawarto umowę sprzedaży książki, jednakże przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o przysługującym mu prawie. W tym przypadku termin 12 miesięcy zaczyna swój bieg od 15 lutego 2019 r. i konsument może odstąpić od umowy do 15 lutego 2020 r.

Drugi termin, wynoszący 14 dni od momentu poinformowania konsumenta o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy, zawarty w punkcie 2 art. 29 u.p.k., znajduje swoje zastosowanie w sytuacji, gdy spełnione są poniższe przesłanki:

70 T. Czech, *Prawa...*, s. 392.

71 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*, s.158.

72 M. Loos, J. Luzak, *Nowa dyrektywa w sprawie praw konsumentów*, KPP 2011/4/1019-1041.

73 T. Czech, *Prawa...*, s. 394.

1. przedsiębiorca nie udzielił w wymagany sposób konsumentowi informacji określonych w art. 12 ust. 1 pkt 9, czyli nie poinformował go o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartym w załączniku nr 2 do ustawy;
2. nadal biegnie termin na wykonanie uprawnienia do odstąpienia od umowy przez konsumenta zgodnie z regułą określoną w art. 29 ust. 2;
3. przedsiębiorca udziela konsumentowi w sposób należyty informacji o jego uprawnieniu<sup>74</sup>.

Termin ten rozpoczyna swój bieg w momencie, gdy przedsiębiorca udzieli konsumentowi informacji o przysługujących mu prawach. Jako przykład można podać sytuację, gdy konsument 1 kwietnia 2020 r. zawiera z przedsiębiorcą poza lokalem przedsiębiorstwa umowę o sprzedaży zastawy stołowej. Konsument otrzymuje zakupioną zastawę 15 kwietnia 2020 r. Gdyby przedsiębiorca należycie poinformował konsumenta o przysługujących mu prawach do odstąpienia od umowy, termin ten upłynąłby 29 kwietnia 2020 r. Jednakże przedsiębiorca dopełnił ciężących na nim obowiązków informacyjnych dopiero 4 maja 2020 r. Z tego względu termin 14 dni do odstąpienia od umowy rozpoczyna swój bieg dopiero tego dnia i uprawnienie do odstąpienia od umowy dla konsumenta wygasa 18 maja 2020 r.

#### 1.4. Wystanie oświadczenia przez konsumenta w wymaganym terminie

Art. 30 ust. 2 u.p.k. stanowi, że do zachowania wymaganego terminu wystarczy wystanie przed jego upływem oświadczenia o odstąpieniu. Termin ten określony jest szczegółowo w artykułach 27-29 u.p.k. i musi wynosić co najmniej 14 dni od dnia dostarczenia rzeczy konsumentowi. Aby oświadczenie o odstąpieniu od umowy było skuteczne, konsument musi złożyć je w wymaganym terminie<sup>75</sup>. Celem tak ujętego przepisu jest ochrona konsumenta, który może skorzystać z uprawnienia do odstąpienia od umowy w całym okresie przysługującym mu na podstawie ustawy o prawach konsumenta. Jeżeli oświadczenie zostało wysłane w przewidzianym terminie, odstąpienie będzie skuteczne, choćby zostało dostarczone do przedsiębiorcy już po upływie wspomnianego terminu<sup>76</sup>. Jako przykład można podać sytuację, w której konsument za pośrednictwem poczty wysłał do przedsiębiorcy oświadczenie o odstąpieniu od umowy w ostatnim dniu ustawowego terminu określonego w art. 27 u.p.k. Przesyłka listowa z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa doszła do przedsiębiorcy 3 dni po upływie tego terminu. Odstąpienie od umowy dochodzi do skutku, gdyż konsument wysłał swoje oświadczenie w wymaganym terminie.

Istotnym zagadnieniem praktycznym jest sytuacja, w której nie dochodzi do wydania rzeczy konsumentowi przez nieuczciwego przedsiębiorcę. Powstaje wtedy problem, czy konsument może odstąpić od umowy pomimo niewydania rzeczy, czy musi czekać, aż produkt zostanie mu dostarczony. Problem ten zaistniał w sta-

74 T. Czech, *Prawa...*, s. 396-397.

75 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

76 T. Czech, *Prawa...*, s. 409.

nie faktycznym wyroku Sądu Rejonowego w Kędzierzynie-Koźlu z dnia 7 sierpnia 2017 r., I C 633/15<sup>77</sup>. Sąd stanął na stanowisku, że chociaż konsument w momencie odstąpienia od umowy nie był w posiadaniu zakupionego towaru, to okoliczność taka pozostawała bez wpływu na skuteczność odstąpienia od umowy. Zdaniem Sądu „przyjęcie, że odstąpienie od umowy na podstawie art. 27 cyt. ustawy możliwe jest jedynie po otrzymaniu towaru (a nigdy przed), prowadzić musiałoby do konkluzji, że w przypadku niewydania towaru przez nieuczciwego przedsiębiorcę nigdy nie zaktualizuje się prawo konsumenta do odstąpienia.”

Całkowicie zgadzam się z przedstawionym stanowiskiem Sądu. Poprzez umożliwienie konsumentom odstąpienia od zawartej umowy pomimo niewydania przedmiotu świadczenia konsumenci otrzymują możliwość odstąpienia od umowy oraz zwrotu poniesionych kosztów. Gdyby odmówiono im takiej możliwości, nieuczciwi przedsiębiorcy mogliby nadużywać swojej pozycji i celowo nie dostarczać konsumentom zamówionych towarów.

Omawiany artykuł 30 ust. 2 u.p.k. ma zastosowanie jedynie do terminu, w którym konsument powinien złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Nie dotyczy on momentu, w którym następuje skutek w postaci odstąpienia od umowy<sup>78</sup>. Należy odróżnić od siebie te zagadnienia, gdyż moment złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy może nie pokrywać się z chwilą, w której doszło ono do przedsiębiorcy, czyli wywołało skutek w postaci odstąpienia od umowy<sup>79</sup>.

## 2. Sposób wykonania prawa odstąpienia od umowy

### 2.1. Przyczyny odstąpienia od umowy

Przyczyny, dla których konsument podjął decyzję o skorzystaniu z uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej z przedsiębiorcą, nie są istotne. Może to być spowodowane zmianą zdania co do konieczności zakupu danego produktu, znalezieniem korzystniejszej oferty u innego przedsiębiorcy lub stwierdzeniem, że zakupiona rzecz nie spełnia jego oczekiwań<sup>80</sup>.

Sądy wyższych instancji nie zajmowały się omawianym problemem, jednakże był on poruszony przez Sąd Rejonowy w Środzie Śląskiej Wydział I Cywilny w wyroku z dnia 21 lutego 2017 roku o sygn. akt I C 46/17. Sąd stwierdził, że powód mógł odstąpić od umowy zawartej na odległość bez podania żadnej przyczyny, a zatem nie ma znaczenia, czy podane przez niego w oświadczeniu przyczyny rzeczywiście wystąpiły, czy też nie<sup>81</sup>.

Podobny pogląd wyraził Sąd Okręgowy w Elblągu w wyroku z dnia 8 kwietnia 2013 r. o sygnaturze akt I Ca 55/13<sup>82</sup>, stwierdzając, że „podanie przyczyny odstąpienia od

77 Wyrok Sądu Rejonowego w Kędzierzynie-Koźlu z dnia 7 sierpnia 2017 r., sygn. akt. I C 633/15, LEX nr 2413379.

78 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 272.

79 Więcej: Rozdział IV, podrozdział 1.

80 T. Czech, *Prawa...*, s. 367.

81 Wyrok Sąd Rejonowy w Środzie Śląskiej z dnia 21 lutego 2017 r., sygn. akt I C 46/17, LEX nr 2265929.

82 Wyrok Sądu Okręgowego w Elblągu z dnia 8.04.2013 r., sygn. akt I Ca 55/13, LEX nr 184497.

umowy nie powoduje jednak bezskuteczności złożonego oświadczenia. Konsumentowi nie zakazano przecież ujawniania motywów swojej decyzji, a jedynie zwolniono go z tego obowiązku. Zatem konsument może podać w swym oświadczeniu przyczyny odstąpienia od umowy, jednakże obowiązku takiego nie ma.”

Zagadnieniem, które warto poruszyć w tym miejscu, jest dopuszczalność zbierania przez przedsiębiorców informacji o przyczynach odstąpienia od umowy przez konsumentów. Wiedza o powodach, dla których konsumenci decydują się na odstąpienie od umowy ma niewątpliwie dużą wartość gospodarczą, gdyż pozwala eliminować najczęstsze przyczyny odstąpienia od umowy przez wprowadzenie zmian, mających na celu poprawę organizacji przedsiębiorstwa<sup>83</sup>. Na przykład, gdy głównym powodem zwrotu zakupionych na odległość produktów jest zbyt długi czas oczekiwania, przedsiębiorca może podjąć kroki w celu usprawnienia procesu wysyłkowego lub zmienić przewoźnika.

W związku z chęcią poznania przez przedsiębiorców przyczyn odstępowania przez konsumentów od zawartej umowy często zamieszczają oni w formularzach odstąpienia dostępnych na stronach internetowych rubrykę „powód odstąpienia”. Zgodnie z art. 27 u.p.k. konsument ma prawo odstąpić od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa bez podawania przyczyny tego odstąpienia. Jednocześnie przepis ten nie stoi na przeszkodzie, aby konsument samodzielnie wskazał przyczynę odstąpienia oraz aby przedsiębiorca skierował do konsumenta prośbę o wskazanie tej przyczyny. Dlatego też jeżeli formularz odstąpienia od umowy ma formę interaktywną, wystanie jego musi być możliwe bez konieczności wypełnienia rubryki poświęconej odstąpieniu od umowy bądź poprzez zaznaczenie, że odstąpienie od umowy następuje bez powodu<sup>84</sup>.

## 2.2. Koszty

Konsument nie może być obciążony kosztami odstąpienia od umowy, z wyjątkiem:

1. kosztów określonych w art. 33 u.p.k., czyli kosztami innego niż najtańszy sposobu dostarczenia rzeczy;
2. bezpośrednich kosztów zwrotu (art. 34 ust. 2 u.p.k.);
3. kosztów świadczenia spełnionego do czasu złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy (art. 35 u.p.k)<sup>85</sup>.

Ustawa o prawach konsumenta reguluje w ten sposób zakaz obciążania konsumenta kosztami, które warunkowałyby wykonanie prawa odstąpienia od umowy. Przykładowo w umowie nie może być zamieszczone zastrzeżenie odstępnego na rzecz przedsiębiorcy w związku z wykonaniem przez konsumenta uprawnienia do odstąpienia od umowy.

Z orzeczenia wydanego przez Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej 14 kwietnia 2010 r.<sup>86</sup> wynika, że przepisy krajowe nie mogą pozwalać przedsiębiorcy na ob-

83 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 271.

84 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 272.

85 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*, s. 153.

86 Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 15.04.2010 r., C-511/08, LEX nr 569529.

ciążanie konsumenta kosztami wysłania do niego towaru, gdy odstąpił on od umowy zawartej na odległość i że sprzedawca jest zobowiązany zwrócić konsumentowi całą wpłaconą przez niego kwotę. W orzeczeniu tym Trybunał dokonał, co prawda, wykładni dyrektywy 97/7/WE, jednakże zachowuje ono swoją aktualność na gruncie obowiązujących przepisów o ochronie praw konsumenta.

### 2.3. Forma

Sposób odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa reguluje art. 30 u.p.k. Konsument odstępuje od umowy poprzez złożenie wobec przedsiębiorcy stosownego oświadczenia woli. Oświadczenie to może być złożone w dowolnej formie, np. poprzez ustne oświadczenie podczas rozmowy telefonicznej, wysłanie listu pocztą tradycyjną, wiadomości SMS lub MMS, jak również poprzez skorzystanie z trwałego nośnika, którym w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta jest poczta elektroniczna lub strona internetowa przedsiębiorcy<sup>87</sup>. Nie istnieje obowiązek, aby oświadczenie o odstąpieniu od umowy zostało złożone pisemnie, dlatego też forma ustna jest jak najbardziej dopuszczalna.

W celu odstąpienia konsument zgodnie z art. 30 u.p.k. oświadczenie takie może złożyć na formularzu, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do ustawy. Jednakże korzystanie z formularza nie jest obligatoryjne i tylko od konsumenta zależy, który z dostępnych sposobów wybierze<sup>88</sup>. Ani polski ustawodawca, ani prawodawca unijny nie wymagają, aby konsument posłużył się formularzem stanowiącym załącznik do przedmiotowej ustawy. Jednakże możliwość skorzystania z formularza w znaczny sposób ułatwia konsumentowi możliwość skorzystania z przysługującego mu uprawnienia, gdyż aby je zrealizować, wystarczy wypełnić odpowiednie rubryki znajdujące się w formularzu. W ten sposób zarówno przedsiębiorca, jak i konsument nie mają wątpliwości, co do woli odstąpienia od umowy, a samo oświadczenie woli jest jasne i precyzyjne.

W punkcie 44 preambuły dyrektywy 2011/83 zawarte jest stwierdzenie, że „Konsument powinien jednak nadal mieć możliwość odstąpienia od umowy, postępując się własnymi słowami, pod warunkiem, że jego oświadczenie o odstąpieniu od umowy skierowane do przedsiębiorcy jest jednoznaczne.”

Zgodnie z wytycznymi Komisji Europejskiej<sup>89</sup> odstąpienie od zawartej umowy nie ma miejsca w sytuacji, w której konsument przykładowo zwróci przedsiębiorcy zakupione towary bez wyraźnego oświadczenia, że odstępuje on od umowy. W ten sposób, gdy konsument z różnych przyczyn technicznych nie otrzyma przesyłki i zostanie ona zwrócona do przedsiębiorcy, przedsiębiorca nie uzna wtedy, że nastąpiło odstąpienie od umowy.

87 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 55.

88 T. Czech, *Prawa...*, s. 403.

89 Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dotyczące dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, pkt 6.3., s. 48.

Mając na uwadze powyższe, uważam za uzasadnione zastrzeżenie, że oświadczenie o odstąpieniu od umowy musi być jednoznaczne. Dzięki tak ujętej regulacji przedsiębiorca nie ma wątpliwości, czy konsument chce odstąpić od umowy.

## 2.4. Częściowe odstąpienie od umowy

Kwestią nieuregulowaną ani w dyrektywie 2011/83/UE, ani w ustawie o prawach konsumenta jest możliwość częściowego odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Konsument może chcieć skorzystać z takiego uprawnienia, gdy na przykład w jednym sklepie internetowym zamówi spodnie i kurtkę, a tylko jeden z tych produktów będzie spełniał jego oczekiwania. W tym przypadku konsument częściowo odstąpiłby od umowy w zakresie nabycia kurtki, a w stosunku do spodni umowa pozostałaby w mocy.

Zdaniem przedstawicieli doktryny, w tym Witolda Chomiczewskiego<sup>90</sup> oraz Tomasza Czecha<sup>91</sup>, konsumentowi przysługuje możliwość częściowego odstąpienia od umowy. Argumentem przemawiającym za tym stanowiskiem jest to, że zgodnie z zasadą *a maiori ad minus* skoro konsument uprawniony jest do odstąpienia od umowy w całości, to tym bardziej przysługuje mu prawo do odstąpienia od umowy jedynie w części. Za takim rozumowaniem przemawia również cel ustawy o prawach konsumenta, czyli ochrona konsumentów.

Zgodnie z powyższym rozumowaniem częściowe odstąpienie od umowy jest możliwe jedynie w sytuacji, gdy świadczenia obu stron umowy są podzielne<sup>92</sup>. Zdaniem Tomasza Czecha<sup>93</sup> w niektórych przypadkach częściowe odstąpienie od umowy powinno doznawać pewnych ograniczeń. Nie może ono powodować nieracjonalnego gospodarczo rozczłonkowania świadczenia lub powiązanych ze sobą funkcjonalnie świadczeń. Na przykład, gdy konsument zakupił przez Internet parę skarpetek, nie może on odstąpić od umowy w zakresie nabycia jednej skarpetki, ponieważ zawsze występują one w obrocie jako dwie sztuki. Z tego powodu może on zrezygnować z umowy tylko w odniesieniu do pary skarpetek jako całości.

Moim zdaniem, częściowe odstąpienie od umowy jest jak najbardziej dopuszczalne. Zgadzam się z argumentami przytoczonymi przez powołanych autorów. Uważam, że uprawnienie to wynika pośrednio z przepisów ustawy. Polski ustawodawca powinien mimo to uregulować tę kwestię w odpowiedni, niebudzący wątpliwości sposób.

90 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 270-271.

91 T. Czech, *Prawa...*, s. 379-381.

92 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 270.

93 T. Czech, *Prawa...*, s. 380.

## 2.5. Odstąpienie za pośrednictwem strony internetowej

Art. 30 u.p.k. w ustępie 3 daje konsumentowi możliwość odstąpienia od umowy poprzez złożenie oświadczenia drogą elektroniczną. Polski ustawodawca niezbyt wyraźnie określił, czy poprzez pojęcie „drogi elektronicznej” rozumie jedynie stronę internetową przedsiębiorcy, czy także inne sposoby komunikacji elektronicznej, np. pocztę elektroniczną. Jednakże mając na uwadze brzmienie art. 11 ust. 3 dyrektywy 2011/83/UE, należy przyjąć, że pojęcie „droga elektroniczna” obejmuje jedynie stronę internetową<sup>94</sup>.

Przedsiębiorca może na swojej stronie internetowej udostępnić konsumentowi możliwość złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy w dwojaki sposób. Pierwszym ze sposobów jest zamieszczenie elektronicznego, interaktywnego formularza o treści określonej w załączniku numer 2 do ustawy o prawach konsumenta. Konsument może go wypełnić i wysłać za pomocą strony internetowej.

Drugim ze sposobów jest przygotowanie przez przedsiębiorcę innej opcji elektronicznego odstąpienia od umowy. Przykładowo przedsiębiorca może pozwolić konsumentowi na samodzielne sformułowanie oświadczenia o odstąpieniu, np. w polu przeznaczonym do kontaktu z przedsiębiorcą<sup>95</sup>. Jednakże w takim przypadku, zgodnie wykładnią dyrektywy 2011/83/UE, opcja taka nie może budzić żadnych wątpliwości co do treści oświadczenia konsumenta<sup>96</sup>.

Częstym sposobem złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy jest stworzenie konsumentowi takiej możliwości za pomocą ikony oznaczonej przykładowo: „zwróć artykuł”, „odstępuję od umowy”. Naciśnięcie takiej ikony powoduje przekierowanie do strony z formularzem, w którym należy wpisać dane wymagane przez przedsiębiorcę, np. imię i nazwisko, dane adresowe, numer telefonu, adres poczty e-mail. Opcjonalnie przedsiębiorca może wymagać również podania numeru rachunku bankowego, na który przekazana ma zostać kwota odpowiadająca wartości zakupionych produktów oraz powodu odstąpienia od umowy (z możliwością zaznaczenia opcji „bez powodu”<sup>97</sup>). Przedsiębiorca w powyższym formularzu może wymagać wprowadzenia innych danych niż wskazane, w zależności od tego, jakich danych potrzebuje od konsumenta. Dla konsumenta jest to niewątpliwie najwygodniejszy ze sposobów odstąpienia od umowy, gdyż po wypełnieniu wszystkich rubryk formularza jest on wysyłany bezpośrednio do przedsiębiorcy i w związku z tym zarówno odesłanie produktów, jak i zwrot kosztów odbywa się w szybki i dogodny dla konsumenta sposób.

Na stronie internetowej mogą znajdować się pewnie ograniczenia co do złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy w sposób przedstawiony powyżej. Jednym z nich jest konieczność posiadania indywidualnego konta klienta w sklepie internetowym przedsiębiorcy. Taka procedura zapewnia bezpieczeństwo w identyfikacji konsumentów oraz pozwala na szybką procedurę odstąpienia od umowy, gdyż często konsument nie musi wypełniać dodatkowych formularzy z danymi osobowymi, a samo złożenie oświadczenia polega na kliknięciu w ikonę „zwróć artykuł”.

94 T. Czech, *Prawa...*, s. 404.

95 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 269.

96 T. Czech, *Prawa...*, s. 404.

97 Więcej: Rozdział II, podrozdział 2.1.

## 2.6. Potwierdzenie odstąpienia

Na przedsiębiorcę nałożony został obowiązek niezwłocznego przesłania konsumentowi potwierdzenia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy, jeżeli zostało ono złożone drogą elektroniczną<sup>98</sup>.

Celem stworzenia regulacji obligującej przedsiębiorcę do przesłania potwierdzenia otrzymania oświadczenia jest ochrona interesu konsumenta poprzez zapewnienie mu środka dowodowego ułatwiającego wykazanie, że oświadczenie o odstąpieniu zostało złożone. Jest to istotne w sytuacji, gdy konsument korzysta z kanału komunikacyjnego, całkowicie zależnego od przedsiębiorcy, czyli np. poprzez złożenie oświadczenia przez stronę internetową przedsiębiorcy<sup>99</sup>.

Zgodnie z wykładnią celowościową art. 30 ust. 4 u.p.k. oraz wykładnią prounijną potwierdzenie takie jest wymagane tylko w przypadku, gdy przedsiębiorca zapewnił konsumentowi możliwość złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy za pomocą swojej strony internetowej, a konsument skorzystał z tej formy. Przedsiębiorcy w celu realizacji ciężącego na nich obowiązku informacyjnego zamieszczają w formularzach znajdujących się na ich stronach internetowych rubryki na podanie adresu e-mail konsumenta, numeru telefonu lub innych danych umożliwiających przesłanie konsumentowi potwierdzenia<sup>100</sup>.

Z wyjątkiem odmiennych uzgodnień między stronami to do przedsiębiorcy należy decyzja, z jakiego trwałego nośnika skorzysta w celu przesłania konsumentowi potwierdzenia, albowiem obowiązek skorzystania z drogi elektronicznej nie wynika z art. 30 ust. 4 u.p.k. Przedsiębiorca może skorzystać zarówno z poczty elektronicznej, jak i tradycyjnej, SMS, MMS lub innego trwałego nośnika, bez względu na to, w jaki sposób otrzymał on oświadczenie o odstąpieniu od umowy<sup>101</sup>. Jednakże w dobie cyfryzacji przedsiębiorcy najczęściej decydują się na wystanie potwierdzenia drogą elektroniczną.

Na gruncie omawianego artykułu pojawił się problem, jak należy interpretować sformułowanie, że potwierdzenie o otrzymaniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy powinno być wysłane niezwłocznie. W praktyce przyjmuje się, że „niezwłocznie” oznacza „bez zbędnej zwłoki”. Zdaniem Tomasza Czecha<sup>102</sup> potwierdzenie otrzymania oświadczenia należy wysłać konsumentowi najpóźniej następnego dnia po dniu, w którym zostało ono doręczone przedsiębiorcy. Ma to wynikać z faktu, że w dzisiejszych czasach szybkość łącza oraz inne uwarunkowania techniczne sprzętu pozwalają na niemalże natychmiastowe przesłanie danych.

Innego zdania jest Witold Chomiczewski<sup>103</sup>. Według niego długość terminu na wysłanie potwierdzenia będzie różna, w zależności od rodzaju trwałego nośnika, na którym będzie przesyłane potwierdzenie. Przykładowo, jeżeli oświadczenie o odstąpieniu od umowy zostałyby złożone za pośrednictwem poczty elektronicznej, SMS lub MMS, „niezwłocznie” powinno oznaczać czas od kilku minut, jeżeli system

98 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

99 T. Czech, *Prawa...*, s. 406.

100 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 269.

101 T. Czech, *Prawa...*, s. 407.

102 T. Czech, *Prawa...*, s. 406.

103 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 270.

jest zautomatyzowany, do kilku godzin, gdy potwierdzenie wysyłane jest manualnie. Natomiast w sytuacji, w której potwierdzenia wysyłane są na papierze za pośrednictwem poczty, niezwłocznie oznacza około jednego dnia roboczego.

W moim przekonaniu ten drugi pogląd jest trafny. W obecnych czasach wiele systemów jest zautomatyzowanych, co pozwala na niemalże natychmiastowe przesłanie potwierdzenia. Dlatego też w takim przypadku czas na wysłanie potwierdzenia powinien wynosić maksymalnie kilka minut. W sytuacji, gdy system obsługiwany jest manualnie, a oświadczenie o odstąpieniu od umowy zostało wysłane przez konsumenta poza godzinami pracy przedsiębiorcy, czas ten może wydłużyć się do kilku lub kilkunastu godzin. Gdy oświadczenie zostało wysłane pocztą tradycyjną, czas na wysłanie potwierdzenia wydłuży się odpowiednio do jednego dnia roboczego. Moim zdaniem takie rozwiązanie zapewnia konsumentowi poczucie pewności, że przedsiębiorca otrzymał oświadczenie o odstąpieniu.

Oświadczenie woli wyrażone przez konsumenta w formie elektronicznej jest złożone z chwilą, gdy wprowadzono je do środka komunikacji elektronicznej w taki sposób, że przedsiębiorca mógł zapoznać się z jego treścią<sup>104</sup>. Przykładowo wprowadzenie oświadczenia woli konsumenta do środka komunikacji elektronicznej i doręczenie przedsiębiorcy tego oświadczenia następuje, gdy konsument wypełni formularz odstąpienia od umowy zamieszczony na stronie internetowej przedsiębiorcy i kliknie ikonę „wyślij”, „akceptuję odstąpienie od umowy”.

Z ustawy o prawach konsumenta nie wynika, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie wyśle konsumentowi potwierdzenia o odstąpieniu od umowy, oświadczenie konsumenta nie będzie skuteczne. Brak realizacji tego obowiązku przez przedsiębiorcę pozostanie więc bez znaczenia dla oceny powstania skutku w postaci odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>105</sup>. Przedsiębiorca nie ponosi odpowiedzialności karnej za niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 30 ust. 4 u.p.k.<sup>106</sup> Jedyne konsekwencje prawne dla przedsiębiorcy mogą być związane m.in. z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów<sup>107</sup>.

---

104 Kodeks Cywilny, art. 61 § 2.

105 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 270.

106 T. Czech, *Prawa...*, s. 408.

107 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 270.

## Rozdział III.

# WYŁĄCZENIE PRAWA ODSTĄPIENIA OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ LUB POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

### 1. Motywy wprowadzenia regulacji przewidującej wyłączenia prawa odstąpienia od umowy

Ustawodawca, przyznając konsumentom prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa w ciągu 14 dni, określił również rodzaje umów, w których prawo odstąpienia nie przysługuje. Artykuł 38 u.p.k. zawierający katalog zamknięty enumeratywnie określający rodzaje takich umów stanowi implementację art. 16 dyrektywy 2011/83/UE. W poprzednio obowiązującej ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny także zawarte były wyjątki od prawa przysługującego konsumentowi co do odstąpienia od umowy, jednakże katalog umów określony był osobno dla umów zawartych na odległość oraz umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa. Obowiązująca od 2014 r. ustawa o prawach konsumenta odeszła od tego dualizmu i wprowadziła jednolite wyłączenia dla obu z wspomnianych rodzajów umów<sup>108</sup>.

Ustawodawca unijny w motywie 49 dyrektywy 2011/83/UE w sposób klarowny wyjaśnił powody wprowadzenia wyłączeń. Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa mogłoby być w niektórych przypadkach nieodpowiednie ze względu na charakter towarów lub usług. Ponadto w przypadku niektórych towarów, po dostarczeniu ich konsumentowi, nie można byłoby ponownie wprowadzić ich na rynek, a zwrot wykonanych już usług nie byłby możliwy<sup>109</sup>. Poprzez wprowadzenie takiego rozwiązania, zgodnie z motywem 4. dyrektywy 2011/83/UE, zachowana została równowaga pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorstw.

Poniżej zostanie przedstawiony katalog umów, od których nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy.

---

108 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 321.

109 *Ibidem*.

## 2. Umowy o usługi wykonane

Konsument nie może odstąpić od umowy o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy<sup>110</sup>. Świadczenie usługi, w odróżnieniu od świadczenia rzeczowego w postaci sprzedaży towaru, ma z reguły charakter nieprzywracalny. Wiąże się z tym niemożność przywrócenia stanu poprzedniego i zwrotu przedmiotu świadczenia na wypadek odstąpienia od umowy, co mogłoby się wiązać z wydaniem korzyści uzyskanych na podstawie usługi. Usługą taką może być przykładowo usługa kosmetyczna, usługa sprzątania, usługa transportu.

Z tego względu ustawodawca zdecydował się na wyłączenie spod szczególnej ochrony ustawy o prawach konsumenta niektóre umowy o świadczenie usług, jednakże wyłączenie takie obwarowane jest pewnymi warunkami<sup>111</sup>. Po pierwsze przed rozpoczęciem świadczenia przez przedsiębiorcę konsument musi zostać przez niego właściwie poinformowany, że po spełnieniu świadczenia utraci prawo odstąpienia od umowy. Po drugie po uzyskaniu od przedsiębiorcy wyżej wspomnianej informacji konsument ma czas na podjęcie decyzji, czy wyraża zgodę, aby przedsiębiorca rozpoczął świadczenie. Trzecim warunkiem jest wykonanie w pełni usługi przez przedsiębiorcę.

Analizując pierwszy warunek, powinno się udzielić konsumentowi informacji w sposób jasny i zrozumiały<sup>112</sup>. Na gruncie tego zagadnienia powstaje problem, co oznacza sformułowanie „jasny i zrozumiały”.

Zdaniem Witolda Chomiczewskiego<sup>113</sup> zasadne wydaje się przyjęcie, że w tym przypadku konieczne jest stosowanie wymagań formalnych określonych w art. 14 u.p.k. Przepis ten stanowi, że w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa informacje powinny być utrwalone na papierze lub - jeśli konsument wyrazi na to zgodę - na innym trwałym nośniku w sposób czytelny i wyrażony prostym językiem. Natomiast w odniesieniu do umów zawieranych na odległość informacje powinny zostać udzielone w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość, czytelnie i prostym językiem. Przykładowo, jeżeli strony zawierają umowę za pośrednictwem poczty elektronicznej, przedsiębiorca powinien udzielić konsumentowi omawianej informacji w ten sam sposób. Za tym samym poglądem przemawia także wykładnia funkcjonalna i systemowa komentowanego przepisu<sup>114</sup>.

Uważam, że rozumowanie przedstawione powyżej jest właściwe i pozwala na interpretację art. 38 pkt 1 u.p.k. w sposób niebudzący wątpliwości. Ponadto taka forma udzielania informacji jest wygodna zarówno dla przedsiębiorcy, jak i dla konsumenta.

Informacji o utracie prawa do odstąpienia od umowy po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę należy konsumentowi udzielić przed rozpoczęciem świadczenia przez przedsiębiorcę, czyli przed dokonaniem przez przedsiębiorcę pierwszej

110 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 1.

111 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

112 T. Czech, *Prawa...*, s. 503.

113 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 324.

114 T. Czech, *Prawa...*, s. 503.

czynności. Niedopuszczalne jest udzielenie informacji w sposób następczy, podczas świadczenia usługi lub po jej świadczeniu<sup>115</sup>.

Drugim warunkiem, który musi zostać spełniony do zastosowania art. 38 pkt 1 u.p.k., jest zgoda konsumenta przed rozpoczęciem świadczenia przez przedsiębiorcę. Zgoda wyrażona przez konsumenta powinna być wyraźna, a nie tylko dorozumiana. Musi polegać na braku sprzeciwu w stosunku do otrzymywanego świadczenia<sup>116</sup>. Art. 16 lit. a dyrektywy 2011/83/UE jasno wskazuje, że konsument musi wyrazić zgodę przed rozpoczęciem spełniania świadczenia przez przedsiębiorcę, gdyż zgoda następcza nie skutkowałaby możliwością skorzystania z wyjątku określonego w art. 38 pkt 1 u.p.k. i w związku z tym nie prowadziłaby do pozbawienia konsumenta ustawowego prawa odstąpienia od umowy<sup>117</sup>.

Trzecią przesłanką, o której mowa w art. 38 pkt 1 u.p.k., jest całkowite spełnienie świadczenia przez przedsiębiorcę. Pod pojęciem wykonania usługi należy rozumieć zrealizowanie przez przedsiębiorcę wszystkich obowiązków, które składają się na świadczoną przez niego usługę. Jeżeli nawet jeden z nich nie został spełniony, konsumentowi przysługuje ustawowe prawo odstąpienia od umowy, gdyż z uwagi na brak spełnienia wymaganej przesłanki art. 38 pkt 1 u.p.k. nie znajdzie w tym przypadku zastosowania<sup>118</sup>.

### 3. Cena lub wynagrodzenie zależne od wahań na rynku finansowym

Art. 38 pkt 2 u.p.k. stanowi, że konsumentowi nie przysługuje ustawowe prawo odstąpienia w odniesieniu do umowy, w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy. Celem tak ujętego przepisu jest ochrona interesu przedsiębiorcy przed ewentualnym nadużyciem ze strony konsumenta, który mógłby odstąpić od zawartej umowy w chwili, kiedy mierniki wartości wykorzystywane w umowie do ustalenia ceny lub wynagrodzenia stałyby się dla niego zbyt niekorzystne<sup>119</sup>. Chodzi tutaj o sytuację, gdy główne świadczenie pieniężne, które ma zostać spełnione przez konsumenta, nie zostało wyrażone za pomocą określonej sumy, a wysokość tego świadczenia zostaje ustalona według miernika wartości innego niż pieniądź. Na przykład wynagrodzenie za świadczenie może być wyrażone przez odniesienie do indeksu giełdowego papierów wartościowych lub obliczane w oparciu o indeks aktualnych stóp procentowych.

Omawiany przepis odnosi się jedynie do miernika wartości na rynku finansowym. Rynek ten nie ma legalnej definicji w żadnym akcie prawnym. Jednakże mając na uwadze m.in. treść ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym, można powiedzieć, że jest to rynek, który składa się z kilku segmentów: rynku pieniężnego, rynku kapitałowego, rynku walutowego, rynku terminowego oraz rynku bankowego<sup>120</sup>. W związku z powyższym wyjątek z art. 38 pkt 2 u.p.k. nie odnosi się do sytuacji,

115 T. Czech, *Prawa...*, s. 504.

116 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

117 T. Czech, *Prawa...*, s. 505.

118 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 322.

119 T. Czech, *Prawa...*, s. 508.

120 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 324.

w której wysokość wynagrodzenia jest zależna przykładowo od aktualnej ceny ropy lub zboża na giełdzie towarowej. Chodzi tutaj natomiast o naturalną zmienną wartości, do której odnosi się miernik, czyli np. zmienne stopy procentowe, zmienne kursy walutowe<sup>121</sup>.

Aby zastosować art. 38 pkt 2 u.p.k., musi zaistnieć także przesłanka braku kontroli przedsiębiorcy nad wahaniami na rynku finansowym. Ocena tego warunku powinna być dokonana obiektywnie na podstawie określonego stanu faktycznego. Należy zbadać, czy przedsiębiorca na podstawie posiadanej wiedzy kontroluje ceny waloru, od których zależy wynagrodzenie lub cena przewidziane w umowie z konsumentem<sup>122</sup>. Przykładowo, gdy strony odwołują się do miernika ustalanego przez organ państwowy, przedsiębiorca nigdy nie będzie w stanie sprawować kontroli na wahaniami tego miernika<sup>123</sup>.

#### 4. Rzecz wyprodukowana według specyfikacji konsumenta

Konsumentowi nie przysługuje ustawowe prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, w której to umowie przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb<sup>124</sup>. Wystarczy, aby wystąpiła przynajmniej jedna z powyższych sytuacji, aby prawo odstąpienia konsumenta od umowy było wyłączone na podstawie art. 38 pkt 3 u.p.k.<sup>125</sup>

Analizowany wyjątek został wprowadzony z uwagi na szczególne właściwości rzeczy, które poprzez spersonalizowany charakter odnoszą się do konkretnego konsumenta. Gdyby doszło do sytuacji, w której przedsiębiorca wytworzył określoną rzecz na podstawie umowy zawartej z konsumentem, a następnie konsument odstąpił od umowy, przedsiębiorca miałby problem ze zbyciem, gdyż z uwagi na indywidualny charakter nie spełniałaby oczekiwań każdego z potencjalnego grona nabywców. W związku z powyższym przedsiębiorca poniósłby straty z przyczyn leżących po stronie konsumenta<sup>126</sup>. Chodzi tutaj przykładowo o rzeczy takie jak garnitur szyty na miarę, grawerowana biżuteria, meble kuchenne dopasowane do rozmiarów kuchni czy koszulka ze spersonalizowanym nadrukiem.

Rzecz, o której mowa w art. 38 pkt 3 u.p.k., powinna spełniać przynajmniej jedną z poniższych przesłanek: została wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub ma służyć zaspokojeniu jego indywidualnych potrzeb. Towary wyprodukowane według specyfikacji konsumenta zostały w art. 2 dyrektywy 2011/83/UE zdefiniowane jako „towary nieprefabrykowane, które wykonano na podstawie indywidualnego wyboru lub decyzji konsumenta.”<sup>127</sup> Nawiązując do wykładni językowej propo-

121 T. Czech, *Prawa...*, s. 509.

122 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 325.

123 T. Czech, *Prawa...*, s. 510.

124 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 3.

125 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 326.

126 T. Czech, *Prawa...*, s. 511.

127 Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dotyczące dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, pkt 6.8.1., s. 62.

nowanej przez doktrynę, poprzez rzecz nieprefabrykowaną należy rozumieć taką, która nie jest produkowana w sposób masowy, a która wymaga indywidualnego wytworzenia. Rzeczami wyprodukowanymi według specyfikacji konsumenta będą rzeczy, co do których konsument przekáže przedsiębiorcy wyraźne parametry wykonania, np. specjalny kolor tapicerki foteli samochodowych<sup>128</sup>.

Rzecz służy zaspokojeniu indywidualizowanych potrzeb konsumenta, gdy posiada właściwości dostosowane do spełnienia potrzeb określonego konsumenta. Chodzi w tym przypadku o właściwości spersonalizowane, dostosowane do konkretnego konsumenta, np. buty uszyte na miarę, łóżko o niestandardowym rozmiarze<sup>129</sup>. Mogą być to przedmioty codziennego użytku, ale istotne jest, aby zaspokajały potrzeby danego konsumenta<sup>130</sup>. W związku z art. 38 pkt 3 u.p.k. mogą powstać pewne wątpliwości interpretacyjne. Jedna z nich została rozwikłana w wyroku Sądu Okręgowego w Kielcach z dnia 28 stycznia 2019 r. o sygnaturze akt II Ca 1722/18<sup>131</sup>. W wyroku tym Sąd stwierdził, dzieląc tym samym zdanie sądu I instancji, że powód może skutecznie odstąpić od umowy sprzedaży zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, gdyż zakupiony przez niego materac o wymiarach 140x200 cm nie posiada właściwości nadanych mu indywidualnie, a w świetle doświadczenia życiowego podany rozmiar jest standardowym rozmiarem.

Interesującym zagadnieniem jest sytuacja, gdy konsument kupuje dany produkt, wybierając go spośród różnych, standardowych, zaproponowanych przed przedsiębiorcą konfiguracji, np. wybierając kolor samochodu spośród dostępnych w katalogu. Moim zdaniem w takim przypadku rzecz nie spełnia wymogów określonych w art. 38 pkt 3 u.p.k. Rzecz wybrana spośród standardowych opcji, udostępnionych przez przedsiębiorcę, nie posiada szczególnych właściwości nadanych przez konsumenta i tym samym nie podlega wyłączeniu od odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>132</sup>.

Powyższe wyłączenie nie ma zastosowania do wprowadzanych czasami na rynek edycji kolekcjonerskich, limitowanych czy jubileuszowych danych produktów. Pomimo faktu, że są one unikatowe, nie zostały wyprodukowane według wskazówek udzielonych przez konsumenta, a według specyfikacji ustalonej przez przedsiębiorcę<sup>133</sup>.

---

128 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 326.

129 T. Czech, *Prawa...*, s. 513.

130 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 327.

131 Wyrok Sądu Okręgowego w Kielcach z dnia 28 stycznia 2019 r., sygn. akt. II Ca 1722/18, LEX nr 2666458.

132 T. Czech, *Prawa...*, s. 514.

133 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 327.

## 5. Rzeczy ulegające szybkiemu zepsuciu

Kolejną umową, w której konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia, jest umowa, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia<sup>134</sup>. Ocena, czy rzecz, która uległa zepsuciu z naturalnych przyczyn, powinna być obiektywna i uwzględniać charakter rzeczy. Oznacza to, że w zakresie omawianego przepisu nie mieszczą się rzeczy, które uległy zepsuciu z powodu złego przechowywania przez konsumenta lub mające wady. Chodzi tutaj przykładowo o kosmetyki naturalne, które z uwagi na brak substancji konserwujących nadają się do użytku przez krótki okres<sup>135</sup>.

Na gruncie przepisu omawianej regulacji pojawiają się wątpliwości interpretacyjne co do terminu, w którym może nastąpić zepsucie rzeczy, by uznać ją za mieszczącą się w pojęciu rzeczy ujętym w art. 38 pkt 4 u.p.k. Jedną z reguł interpretacyjnych, prezentowanych przez Tomasza Czecha<sup>136</sup>, jest reguła zakładająca, że omawiany artykuł obejmuje rzeczy, które stają się niezdatne do spożycia lub użycia w terminie, w jakim konsument mógłby odstąpić od umowy, gdyby mu takie uprawnienie przysługiwało. Na przykład, gdy konsument zawarł 1 kwietnia umowę sprzedaży na odległość produktu spożywczego, otrzymał rzecz od przedsiębiorcy 4 kwietnia, a powinna być ona spożyta do 14 kwietnia, to należy przyjąć, że zostały spełnione przesłanki z art. 38 pkt 4 u.p.k.

Inną interpretację proponują Gabriela Bar<sup>137</sup> oraz Witold Chomiczewski<sup>138</sup>. Wskazani autorzy przyjmują, że termin, w którym może nastąpić zepsucie rzeczy, obejmuje czas niezbędny na dostarczenie rzeczy konsumentowi, termin do odstąpienia od umowy, termin na zwrot rzeczy po wykonaniu prawa odstąpienia od umowy, czas na dostarczenie rzeczy przez konsumenta przedsiębiorcy oraz czas pozwalający na ponowne wprowadzenie rzeczy do sprzedaży. Jeżeli rzecz może ulec zepsuciu w terminie, który jest sumą powyższych, to należy ją zakwalifikować jako ulegającą szybkiemu zepsuciu.

Według mnie lepsze jest rozwiązanie prezentowane przez Tomasza Czecha. Zakłada ono, że konsument jest w stanie samodzielnie ocenić i zakwalifikować, czy ma do czynienia z rzeczą ulegającą szybkiemu zepsuciu w rozumieniu art. 38 pkt 4 u.p.k. Gdyby przyjąć rozwiązanie proponowane przez Gabrielę Bar i Witolda Chomiczewskiego, po stronie konsumenta mogłaby powstać niepewność, czy zanim rzecz zostanie z powrotem dostarczona przedsiębiorcy, będzie jeszcze zdatna do użycia czy spożycia bądź też nie. Najczęściej czas, w którym produkt dostarczany jest konsumentowi lub przedsiębiorcy, nie zależy od konsumenta. W związku z tym konsument pozostawiony w stanie niepewności prawnej nie mógłby ocenić, czy odstąpienie od umowy dotyczącej takiego produktu podlegałoby wyłączeniu na gruncie art. 38 pkt 4 u.p.k.

Mając na uwadze powyższe rozważania, warto zastanowić się również nad sytuacją, gdy konsument otrzyma przykładowo naturalny krem do twarzy z terminem ważno-

134 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 4.

135 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 328.

136 T. Czech, *Prawa...*, s. 515-516.

137 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

138 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 328

ści upływającym w ciągu dwóch miesięcy, chociaż producent zaleca, że najlepiej zużyć go w ciągu trzech miesięcy. Tym samym konsument otrzymuje informację, że termin przydatności do użycia powinien być dłuższy, a przedsiębiorca celowo pozbywa się produktów z krótką datą, nie informując o tym konsumenta. Uważam, że w takim przypadku konsumentowi powinno przysługiwać prawo do odstąpienia od umowy. Zawarł on umowę sprzedaży, spodziewając się, że termin przydatności do użycia będzie dłuższy i że będzie on mógł skorzystać z zakupionego produktu.

Za rzeczy mające krótki termin przydatności do użycia uznaje się takie, których właściwości użytkowe istotnie się zmniejszają lub całkowicie zanikają po krótkim okresie<sup>139</sup>. Są to przykładowo produkty spożywcze o krótkich terminach przydatności do spożycia lub kosmetyki, które należy zużyć w krótkim okresie.

## 6. Rzeczy w zapieczętowanym opakowaniu

Konsumentowi nie przysługuje również prawo odstąpienia od umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu<sup>140</sup>. Do wyłączenia na gruncie art. 38 pkt 5 u.p.k. konieczne jest spełnienie kumulatywnie dwóch przesłanek: rzecz musi zostać dostarczona w zapieczętowanym opakowaniu i po jego otwarciu rzecz nie może być zwrócona ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych<sup>141</sup>.

Przez brak możliwości zwrotu należy rozumieć brak możliwości ponownego wprowadzenia rzeczy do obrotu. Pod pojęciem otwartego opakowania rozumie się natomiast także niecelowe przerwanie ciągłości opakowania, np. w wyniku zahaczenia ostrym narzędziem. Reżimem art. 38 pkt 5 u.p.k. objęte są przykładowo opatrunki, szminki, strzykawki<sup>142</sup>.

Przez zapieczętowane opakowanie należy rozumieć sterylne zamknięcie, po otwarciu którego rzecz narażona jest na szkodliwe działanie czynników zewnętrznych<sup>143</sup>. Jednym z problemów interpretacyjnych na gruncie omawianego pojęcia było zakwalifikowanie folii ochronnej zabezpieczającej opakowanie. W dzisiejszych czasach wiele produktów dostarczanych jest konsumentowi w folii ochronnej. Nie każdy z nich uważany jest jednak za produkt, który po wyjęciu z folii nie może być ponownie wprowadzony na rynek ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych. Poniżej przedstawię rozważania na ten temat.

W wyroku z dnia 28 listopada 2018 r., VII Aga 1142/18<sup>144</sup>, Sąd Apelacyjny w Warszawie stwierdził, że „umieszczenie folii na opakowaniu ma na celu wykazanie, że nie było ono otwierane. Usunięcie folii świadczy natomiast o okoliczności odwrotnej. W ocenie Sądu również produkt nieposiadający folii nie może być wprowadzony

139 T. Czech, *Prawa...*, s. 515.

140 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 5.

141 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 329.

142 *Ibidem*.

143 *Ibidem*.

144 Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 28 listopada 2018 r., sygn. akt VII Aga 1142/18, LEX nr 2628904.

do sprzedaży jako produkt pełnowartościowy, niewadliwy. Ponowna sprzedaż perfum otwieranych, uszkodzonych lub z naruszonym opakowaniem jest prawdopodobnie możliwa, jednakże nie za swą pierwotną cenę. Istota instytucji odstąpienia od umowy zostanie w tym wypadku naruszona. Konsument otrzyma bowiem swe świadczenie w całości (zwrot ceny), zaś przedsiębiorca towar, który utracił przynajmniej częściowo swe właściwości.”

Odmienne stanowisko zajął Trybunał Sprawiedliwości w wyroku z dnia 27 marca 2019 r. o sygnaturze akt C-681/17<sup>145</sup> dotyczącym materaca łóżkowego, stwierdzając, że „materac, nawet potencjalnie używany, nie jest, z uwagi na samą tę okoliczność, definitywnie niezdatny do ponownego użycia przez osobę trzecią lub do ponownej sprzedaży. Wystarczy w tym względzie przypomnieć chociażby, że jeden i ten sam materac służy kolejnym klientom hotelu, że istnieje rynek używanych materacy i że materace, które zostały użyte, mogą zostać dogłębnie wyczyszczone. Po drugie w świetle prawa do odstąpienia od umowy materac może zostać zrównany z odzieżą. W tym względzie, jak wynika z motywów 37 i 47 dyrektywy 2011/83, zamiarem unijnego prawodawcy było umożliwienie nabywcy odzieży, w kontekście sprzedaży na odległość, jej przymierzenia w celu „stwierdzenia jej charakteru, cech i funkcjonowania” oraz w stosownych przypadkach, skorzystania po przymiarce z prawa do odstąpienia od umowy poprzez odesłanie odzieży do przedsiębiorcy. Bezsporne jest, że w wielu przypadkach odzież, jeśli jest przymierzana zgodnie z jej przeznaczeniem, może wejść w bezpośredni kontakt z ciałem człowieka - podobnie jak nie można tego wykluczyć w przypadku materacy - a równocześnie nie jest poddana w praktyce ograniczeniom w zakresie specjalnej ochrony w celu uniknięcia tego kontaktu podczas jej przymierzania.”

W wyroku SOKiK z dnia 28.02.2019 r. o sygnaturze akt XVII AmA 16/17<sup>146</sup> Sąd stwierdził natomiast, że postanowienie umowne o treści: „zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku i jest dostarczany w zabezpieczonym opakowaniu. Ze względów higienicznych kupującemu nie przysługuje prawo do odstąpienia od umowy, a przedmiot świadczenia nie podlega zwrotowi po otwarciu opakowania lub jego użyciu.” stanowi niedozwoloną praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, a równocześnie nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Postanowienia umowy ujęte w ten sposób utwierdzały konsumentów w przekonaniu, co do niemożności zwrotu zakupionych towarów. Wpływały tym samym na decyzję konsumentów o zaniechaniu prawa odstąpienia od zawartej umowy, stawiając w lepszej pozycji przedsiębiorcę i godząc tym samym w interes konsumenta. Istotne jest, że przedsiębiorca, który zamieścił powyższe postanowienie umowne, zajmował się sprzedażą pościeli oraz artykułów gospodarstwa domowego.

Według mojej opinii usunięcie zabezpieczonego opakowania z produktu, w powyższym rozważaniu - folii ochronnej, wyłącza możliwość odstąpienia od umowy, jednakże musi być to uzasadnione ochroną zdrowia lub względami higienicznymi. Poprzez umieszczenie na produkcie folii ochronnej przedsiębiorca chce mieć pew-

145 Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 27 marca 2019 r, sygn. akt C-681/17, LEX nr 2637757.

146 Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 28 lutego 2019 r., sygn. akt XVII AmA 16/17, LEX nr 2686543.

ność, że nie był on używany przez konsumenta oraz zachowuje swoje właściwości higieniczne. Często zdarza się, że konsument dostarcza konsumentowi zakupiony produkt w folii umożliwiającej jej zdjęcie i ponowne założenie bez naruszenia ciągłości opakowania. Jednakże dotyczy to wyłącznie produktów, które ze względów higienicznych lub ze względu na ochronę zdrowia mogą być ponownie wprowadzone na rynek, np. sprzęt sportowy, plecaki, walizki, odzież. Pozwala to na przetestowanie produktu, sprawdzenie jego cech i ponowne zapakowanie w sytuacji odstąpienia od umowy. W takim przypadku produkt pozostaje pełnowartościowy i może być zbyty innemu nabywcy po pierwotnej cenie. Na podstawie powyższego nie ulega wątpliwości, że perfumy po usunięciu folii ochronnej nie są produktem pełnowartościowym oraz tracą swoje pierwotne właściwości. Pomimo tego, że trudno jest przetestować perfumy bez ich użycia, z powyższych przyczyn konsumentowi nie powinno przysługiwać prawo odstąpienia od umowy po ich otwarciu. W przypadku usunięcia folii ochronnej z perfum ich ponowne wprowadzenie na rynek jest także utrudnione ze względów higienicznych. Konsument po otrzymaniu perfum bez folii ochronnej nie ma pewności czy butelka jest w całości wypełniona perfumami, czy inną substancją, potencjalnie szkodliwą dla zdrowia.

Ponadto uważam, że w przypadku materaca dostarczonego konsumentowi w szczelnie zamkniętej folii ochronnej zwrot takiego produktu także nie powinien być możliwy. Zajmując stanowisko odmienne niż to przedstawione przez Trybunał Sprawiedliwości, uważam, że można przetestować materac, nie usuwając z niego folii. Inaczej wygląda to w przypadku odzieży, której nie można przymierzyć bez wyjęcia jej z folii zabezpieczającej. Jednakże, jak już wspomniałam wcześniej, w takich sytuacjach przedsiębiorcy najczęściej dostarczają odzież w foliach z możliwością ponownego zamknięcia lub nawet bez takiej folii. Co więcej, Trybunał Sprawiedliwości stwierdził, że po użyciu materac może być dogłębnie oczyszczony. Moim zdaniem jest to orzeczenie naruszające interesy przedsiębiorców, gdyż narażałoby ich to na dodatkowe koszty w postaci profesjonalnego czyszczenia każdego materaca, gdyby konsumenci usuwali folię ochronną, a następnie odstępowali od umowy i odsyłali produkt do przedsiębiorcy. Dodatkowo ze względów higienicznych, czyli z powodu bliskiego kontaktu z ciałem podczas testowania, po usunięciu folii ochronnej materac nie powinien podlegać zwrotowi. Z tych samych przyczyn, co przytoczone powyżej, jestem zadania, że pościel również powinna być traktowana jako rzecz, której po usunięciu folii ochronnej nie można zwrócić. W związku z powyższym w tym zakresie nie zgadzam się z wyrokiem SOKiK z dnia 28 lutego 2019 r.

Co do innych rzeczy, które dostarczane są konsumentowi w folii ochronnej, może on odstąpić od umowy, której świadczeniem były takie produkty. Jednakże po jej usunięciu produkty te ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych mogą być ponownie wprowadzone na rynek. Dotyczy to przykładowo gier planszowych, książek, ramek na zdjęcia. Taka sytuacja została przedstawiona powyżej częściowo w wyroku SOKiK z dnia 28 lutego 2019 r. Gdy przedmiotem sprzedaży są artykuły gospodarstwa domowego, nie istnieje ryzyko, że po otwarciu opakowania nie będą mogły ponownie zostać wprowadzone na rynek. W stosunku do tych przedmiotów nie istnieje ryzyko utraty ich właściwości oraz obawa, że ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych po usunięciu folii nie będą mogły być one wykorzystywane przez inną osobę. W takim przypadku, gdy konsument

odstąpi od umowy i zwróci produkt przedsiębiorcy, będzie mógł on zbyć go innej osobie bez ponoszenia dodatkowych kosztów.

## 7. Nierozzerwalne połączenie rzeczy

Wyłączenie prawa odstąpienia od umowy dotyczy również umowy, w której przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami<sup>147</sup>. Poprzez „nierozzerwalne połączenie” należy rozumieć połączenie lub pomieszczenie z innymi rzeczami, uniemożliwiające przywrócenie stanu poprzedniego. Dotyczy to trwałego i nieodwracalnego połączenia rzeczy<sup>148</sup>. Jeśli fizyczne rozłączenie rzeczy spowodowałoby jej uszkodzenie lub istotną zmianę, uznać należy, że takie połączenie spełnia przesłanki wskazane w art. 38 pkt 6 u.p.k. Jako przykład można podać kafle podłogowe, kleje, farby<sup>149</sup>.

Określenie „nierozłącznie” oznacza również, że powrót do stanu poprzedniego wiązałby się z nadmiernymi trudnościami lub kosztami<sup>150</sup>. Oznacza to przede wszystkim sytuację, gdy przedmiot świadczenia stał się częścią składową innej rzeczy albo ta rzecz stała się częścią składową przedmiotu dostarczonego konsumentowi. Przykładem może być nałożenie farby na ścianę, posadzenie roślin na gruncie, zainstalowanie okien w budynku, przygotowanie potrawy z różnych składników<sup>151</sup>.

Rzecz, którą dostarcza się konsumentowi na podstawie umowy określonej w art. 38 pkt 6 u.p.k. może zostać połączona z rzeczą ruchomą, nieruchomością lub innymi przedmiotami materialnymi<sup>152</sup>. Pomimo tego, że w przepisie użyto sformułowania „połączone z rzeczami”, wykładnia celowościowa dowodzi, że do zastosowania tego przepisu wystarczy połączenie jednej rzeczy z inną, pojedynczą rzeczą. Takie stanowisko prezentuje zarówno Tomasz Czech<sup>153</sup>, jak również Witold Chomiczewski<sup>154</sup>.

## 8. Napoje alkoholowe o wartości zmiennej

Kolejną umową, co do której konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia, jest umowa, „w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli.”. Umowa ta wskazana jest w art. 38 pkt 7 u.p.k. Komentowany przepis dotyczy m.in. tzw. lokat „en primeur” lub „wine banking”, czyli inwestycji polegających na zawarciu umowy sprzedaży wina leżakującego jeszcze w beczkach, a trafi do klienta dopiero, gdy zostanie

147 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 6.

148 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

149 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 330.

150 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

151 T. Czech, *Prawa...*, s. 520.

152 T. Czech, *Prawa...*, s. 519.

153 T. Czech, *Prawa...*, s. 519.

154 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 330-331.

zabutelkowane<sup>155</sup>. Jednakże artykuł ten może się odnosić także do innych wysokogatunkowych alkoholi, np. whisky lub koniaku<sup>156</sup>. Zastosowanie komentowanego przepisu uzależnione jest od kumulatywnego spełnienia pięciu niżej opisanych przesłanek<sup>157</sup>.

Po pierwsze przedmiotem świadczenia musi być napój alkoholowy. Definicja napoju alkoholowego znajduje się w ustawie o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi<sup>158</sup>. Zgodnie z nią napojem alkoholowym jest produkt przeznaczony do spożycia, zawierający alkohol etylowy pochodzenia rolniczego w stężeniu przekraczającym 0,5% objętościowego alkoholu.

Po drugie cena napoju alkoholowego musi zostać uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży<sup>159</sup>.

Trzecią przesłanką jest wyznaczenie w umowie przekraczającego 30 dni terminu spełnienia świadczenia, czyli wydania konsumentowi napoju alkoholowego<sup>160</sup>.

Kolejną przesłanką jest zmienna wartość rynkowa napoju alkoholowego, zależąca od wahań na rynku. Dla ustalenia, że doszło do spełnienia przesłanek warunkujących zastosowanie art. 38 pkt 7 u.p.k., nie ma znaczenia, czy rzeczywiście doszło do zmiany wartości napoju alkoholowego<sup>161</sup>.

Ostatnią przesłanką, warunkującą zastosowanie wyłączenia z art. 38 pkt 7 u.p.k., jest brak możliwości kontrolowania przez przedsiębiorcę wahań na rynku<sup>162</sup>. Przykładowo, gdy przedsiębiorca jest monopolistą na relevantnym rynku handlu napojami alkoholowymi, można przyjąć, że sprawuje on kontrolę nad wahaniami cen na tym rynku. W takim przypadku art. 38 pkt 7 u.p.k. nie będzie miał zastosowania, a konsumentowi będzie przysługiwało prawo odstąpienia od umowy określone w art. 27 u.p.k.<sup>163</sup>

## 9. Pilna naprawa lub konserwacja

Odstąpienie od umowy na gruncie art. 38 pkt 8 u.p.k. podlega wyłączeniu, gdy przedmiotem świadczenia jest wskazana przez konsumenta rzecz wymagająca pilnej naprawy lub konserwacji. Na gruncie ustawy o prawach konsumenta w sytuacji, w której konsument wyraźnie zażądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji, odstąpienie od umowy jest możliwe jedynie, gdy przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania zażądał konsument lub dostarcza inne rzeczy niż części za-

155 R. Siciński, *Sprzedaż alkoholu przez Internet a nowa ustawa konsumencka*, [http://www.codozasady.pl/sprzedaz-alkoholu-przez-internet-a-nowa-ustawa-konsumentencka/?fbclid=IwAR1CvsFCo6SjpGNf-kiy5gwtFzUHFufZHLliDnEsTQZC0Zx00DS-sWSio\\_uo](http://www.codozasady.pl/sprzedaz-alkoholu-przez-internet-a-nowa-ustawa-konsumentencka/?fbclid=IwAR1CvsFCo6SjpGNf-kiy5gwtFzUHFufZHLliDnEsTQZC0Zx00DS-sWSio_uo), [dostęp: 18.05.2020 r.].

156 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg)*, komentarz, C.H. Beck, Warszawa 2014.

157 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 331.

158 Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, Dz. U. z 2019 r., poz. 2277.

159 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 331.

160 T. Czech, *Prawa...*, s. 523.

161 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 332.

162 Więcej: Rozdział III, podrozdział 3.

163 T. Czech, *Prawa...*, s. 523.

mienne, niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji. Uprawnienie do odstąpienia przysługuje konsumentowi jedynie w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy<sup>164</sup>. Komentowany przepis dotyczy przykładowo wymiany stłuczonego okna w mieszkaniu, naprawy komputera stacjonarnego w mieszkaniu czy otwarcia zamkniętych drzwi i wymiana zamka przez ślusarza, w przypadku, gdy konsument zgubił klucze<sup>165</sup>.

Zastanowić się można nad sytuacją, w której konsument zgłasza usterkę i żąda, aby przedsiębiorca przyjechał w celu jej naprawienia. Przedsiębiorca natomiast nie potrafi stwierdzić, co będzie wymagało naprawy i dopiero w mieszkaniu konsumenta podejmie decyzję. W tej sytuacji istnieje przesłanka żądania przyjazdu konsumenta do przedsiębiorcy. Jednakże brak jest przesłanki w postaci określenia, o jaką naprawę lub konserwację dokładnie chodzi. Przykładowo konsument kontaktuje się z przedsiębiorcą i informuje go, że nie działają u niego w samochodzie światła dzienne, i żąda, aby przyjechał on w celu ich naprawy. Przedsiębiorca zgadza się, informując, że nie wie, z jakiego powodu tak się dzieje, a przyczyna leżeć może w przepalonych żarówkach lub usterce elektroniki samochodowej.

Moim zdaniem powyżej przedstawiona sytuacja również jest objęta reżimem art. 38 pkt 8 u.p.k. Po pierwsze konsument wyraźnie zażądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał. Po drugie zakres działania przedsiębiorcy będzie ograniczał się jedynie do naprawy świateł samochodowych. Konsument nie musi wiedzieć, jaka dokładnie część wymaga naprawy lub wymiany. Według mnie istotne jest jedynie, aby działanie przedsiębiorcy ograniczało się do żadanego zakresu i zmierzało ku naprawieniu usterki zgłoszonej przez konsumenta. Istotne jest, aby konsument wyraźnie zażądał od przedsiębiorcy przyjazdu. W komentowanym przepisie „żądanie” oznacza kategoryczne domaganie się czegoś. Aby uznać wymaganą przesłankę za spełnioną, nie będzie wystarczające, gdy przedsiębiorca jedynie proponuje przyjazd, a konsument się na to zgodzi. Ponadto żądanie konsumenta musi być wyraźne, nie może być dorozumiane lub wyinterpretowane z innego oświadczenia konsumenta<sup>166</sup>.

W art. 38 pkt 8 u.p.k. zawarte jest wymaganie, aby naprawa lub konserwacja miały pilny charakter. „Pilny” oznacza, że chodzi o naprawę lub konserwację wymagającą natychmiastowego wykonania. Pilny charakter naprawy powinien być oceniany subiektywnie z punktu widzenia konsumenta oraz informacji przekazanych przedsiębiorcy podczas zawierania umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa w przedmiocie usunięcia usterki<sup>167</sup>.

Wyjątek zawarty w art. 38 pkt u.p.k. nie znajdzie zastosowania do sytuacji, w której na podstawie zawartej umowy przedsiębiorca świadczy na rzecz konsumenta dodatkowe świadczenie, nieobjęte pilną naprawą lub konserwacją. Przykładowo konsument zażądał, aby przedsiębiorca naprawił ciekący kran, a podczas zamawiania usługi przedsiębiorca zaproponował, że może także sprawdzić instalację wodną w całym domu. W takim przypadku konsument zachowuje prawo odstąpienia od umowy w zakresie obejmującym dodatkowe świadczenie (w opisanym przypadku - koszty sprawdzenia instalacji wodnej)<sup>168</sup>.

164 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 8.

165 T. Czech, *Prawa...*, s. 524.

166 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 332.

167 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 333.

168 T. Czech, *Prawa...*, s. 527.

## 10. Nagrania lub programy w zabezpieczonym opakowaniu

Kolejną umową, gdzie odstąpienie od umowy przez konsumenta nie jest możliwe, jest umowa, w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zabezpieczonym opakowaniu<sup>169</sup>.

Celem art. 38 pkt 9 u.p.k. jest ochrona przedsiębiorcy z uwagi na specyficzne właściwości przedmiotu świadczenia. Argumentem przemawiającym za tak ujętą regulacją jest obawa, że konsument po otwarciu opakowania mógłby skopiować nagranie lub program na inny nośnik, a następnie zwrócić przedsiębiorcy przedmiot świadczenia. Tym samym konsument bezpodstawnie uzyskałby przedmiot świadczenia, nie ponosząc żadnych kosztów<sup>170</sup>. W dzisiejszych czasach w prosty sposób można skopiować omawiane przedmioty świadczenia oraz tak, że przedsiębiorca może o tym nie wiedzieć. Dlatego też przedsiębiorcy decydują się na sprzedaż nagrań lub programów w zabezpieczonym opakowaniu. Dzięki temu mają oni pewność, że konsument nie uzyskał w sposób bezprawny nagrania lub programu. Moim zdaniem jest to uzasadnione rozwiązanie. Pozwala ono na podjęcie decyzji konsumentom co do ewentualnego odstąpienia od umowy oraz zapewnia ochronę przedsiębiorcom przed nieuczciwymi konsumentami.

Katalog przedmiotów wymienionych w art. 38 pkt 9 ma charakter zamknięty i odnosi się jedynie do następujących przedmiotów materialnych, będących przedmiotem świadczenia:

- 1) nagrania dźwiękowe,
- 2) nagrania wizualne,
- 3) nagrania audiowizualne,
- 4) program komputerowy<sup>171</sup>.

Nośnik materialny, na którym znajduje się nagranie wizualne lub dźwiękowe, nie ma znaczenia w omawianym przypadku. Mogą to być więc płyty CD z muzyką, grą komputerową lub filmem, audiobooki, płyty winylowe. Istotne jest natomiast, czy został on dostarczony konsumentowi w zabezpieczonym opakowaniu, czyli zamknięty w taki sposób, że jego otwarcie pozostawi trwały ślad. Przykładowo może być to naklejka zabezpieczająca otwarcie lub folia ochronna. Otwarcie opakowania spowoduje przerwanie ciągłości naklejki i folii ochronnej, co zostawi trwały ślad, świadczący o otwarciu produktu. Wtedy też konsument nie będzie mógł odstąpić od umowy<sup>172</sup>.

## 11. Dzienniki, periodyki i czasopisma

Artykuł 38 ustawy o prawach konsumenta w punkcie 10 zakłada, że konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza loka-

169 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 9.

170 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

171 T. Czech, *Prawa...*, s. 529.

172 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 335.

lem przedsiębiorstwa w stosunku do umów o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism z wyjątkiem umów o prenumeratę.

Treści wymienione w komentowanych artykule co do zasady po przeczytaniu tracą wartość dla osoby, która się z nimi zapoznała. Co więcej, gdyby konsument zwrócił przedsiębiorcy dziennik, periodyk lub czasopismo, przedsiębiorca nie mógłby ponownie wprowadzić go na rynek z uwagi na upływ terminu aktualności<sup>173</sup>.

Dziennikiem jest ogólnoinformacyjny druk periodyczny lub przekaz za pomocą dźwięku oraz dźwięku i obrazu, ukazujący się częściej niż raz w tygodniu<sup>174</sup>. Czasopismem jest druk periodyczny ukazujący się nie częściej niż raz w tygodniu, a nie rzadziej niż raz w roku<sup>175</sup>.

W omawianym przepisie prawodawca polski oprócz dziennika i czasopisma wyróżnia również periodyk. Na potrzeby stosowania art. 38 pkt 10 u.p.k., sięgając do prawa prasowego, można przyjąć, że periodyk oznacza publikację okresową, która nie tworzy zamkniętej jednorodnej całości, opatrzoną stałym tytułem albo nazwą, zawierająca przekaz pisemny, dźwiękowy lub wizualny, inną niż dziennik oraz czasopismo<sup>176</sup>.

Przytoczone definicje na potrzeby komentowanego przepisu należy stosować odpowiednio, a nie wprost. W art. 38 pkt 10 u.p.k. chodzi bowiem jedynie o druki, a nie, jak zostało to ujęte w prawie prasowym, przekaz za pomocą dźwięku lub dźwięku i obrazu<sup>177</sup>.

Wyjątek stanowią umowy o prenumeratę, od których konsument może odstąpić bez podawania przyczyny. Oznacza to, że jeżeli konsument zawarł z przedsiębiorcą umowę o dostarczanie mu prenumeraty dziennika, czasopisma lub periodyku, zachowuje on prawo odstąpienia od umowy.

Powstaje jednak pytanie, jak będzie wyglądał zwrot świadczeń wzajemnych, gdy w takim przypadku dojdzie do odstąpienia od umowy. Gabriela Bar<sup>178</sup> oraz Witold Chomiczewski<sup>179</sup> prezentują pogląd, według którego zwrot świadczeń wzajemnych będzie odbywał się zgodnie z zasadami określonymi w art. 35 u.p.k.<sup>180</sup>, czyli proporcjonalnie do rzeczywistego czasu trwania umowy. Odmiennie zdanie prezentuje Tomasz Czech<sup>181</sup>. Według niego pogląd ten byłby właściwy, gdyby uznać umowę o prenumeratę za umowę o świadczenie usługi. W ocenie wspomnianego autora w takim przypadku przedmiotu świadczenia usługi nie można uznać za usługę, w związku z czym art. 35 u.p.k. nie ma w danej sytuacji zastosowania. Tomasz Czech nie proponuje jednakże innego rozwiązania powyższego problemu.

W moim przekonaniu pierwszy z prezentowanych poglądów jest właściwy. Poprzez zastosowanie regulacji z art. 35 u.p.k. w łatwy sposób można obliczyć, jak będzie wyglądał zwrot świadczeń wzajemnych.

173 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

174 Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. prawo prasowe (Dz.U. nr 5 poz. 24) tj. z dnia 14 września 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 1914), art. 7 ust. 2 pkt 2.

175 Ustawa prawo prasowe, art. 7 ust. 2 pkt 3.

176 T. Czech, *Prawa...*, s. 532.

177 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 335.

178 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

179 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 335.

180 Więcej: Rozdział IV, podrozdział 5.

181 T. Czech, *Prawa...*, s. 534.

## 12. Aukcja publiczna

Zgodnie z art. 38 pkt 11 u.p.k. konsument nie może odstąpić od umowy zawartej z przedsiębiorcą w drodze aukcji publicznej. Chodzi tutaj o sytuację, gdy umowa została zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. Przykładowo przedsiębiorca wystawia na sprzedaż rzecz w domu aukcyjnym. Aukcja jest jawna dla wszystkich obecnych w domu aukcyjnym. Aukcję wygrywa konsument, który zaoferował najwyższą cenę. Dochodzi do zawarcia umowy sprzedaży pomiędzy nim a przedsiębiorcą, ale umowa zostaje zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa tego przedsiębiorcy. Jednakże, mając na uwadze art. 38 pkt 11 u.p.k., konsument nie może odstąpić od tak zawartej umowy<sup>182</sup>.

Aukcja publiczna, w myśl art. 2 pkt 6 u.p.k., oznacza sposób zawarcia umowy polegający na składaniu organizatorowi aukcji w ramach przejrzystej procedury konkurencyjnej ofert przez konsumentów, którzy w niej fizycznie uczestniczą lub mogą uczestniczyć, i w której zwycięski oferent jest zobowiązany do zawarcia umowy.

Celem omawianego artykułu jest ochrona interesów przedsiębiorcy z uwagi na specyfikę trybu zawarcia umowy. Przedsiębiorca, organizując aukcję, musi ponieść pewne koszty transakcyjne, które byłyby utracone, gdyby konsument skorzystał z przysługującego mu prawa odstąpienia. Postuluje się również, że tak ujęta regulacja ma na celu ochronę innych uczestników aukcji oraz dać pewność ich sytuacji prawnej związanej z wynikiem postępowania aukcyjnego<sup>183</sup>.

Należy podkreślić, że wyjątku z art. 38 pkt 11 nie można stosować do aukcji prowadzonych w Internecie, np. na portalu Allegro, eBay. Dlatego też prawo odstąpienia do umów zawartych w powyższy sposób nie jest wyłączone i konsument może odstąpić od umowy zawartej w drodze aukcji internetowej lub innego rodzaju aukcji zdalnych<sup>184</sup>. Unormowanie takie wynika z tego, że aukcja internetowa nie jest aukcją publiczną w rozumieniu art. 2 pkt 6 u.p.k., ponieważ nie spełnia przesłanki aukcji publicznej, w postaci konieczności lub możliwości fizycznego uczestnictwa w aukcji przez konsumenta<sup>185</sup>. Takie samo stanowisko zostało przedstawione w motywie 24 dyrektywy 2011/83/UE, który stanowi, że „korzystanie w celach aukcyjnych z platform internetowych dostępnych dla konsumentów i przedsiębiorców nie powinno być uznawane za aukcję publiczną w rozumieniu niniejszej dyrektywy”.

## 13. Niektóre inne usługi

Art. 38 pkt 12 u.p.k. wyłącza możliwość odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa w stosunku do umów o świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi.

182 T. Czech, *Prawa...*, s. 534-535.

183 *Ibidem*.

184 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 337.

185 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 62-63.

Cel niniejszego wyłączenia wskazany został w motywie 49 dyrektywy 2011/83/UE i zgodnie z nim „przyznanie konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy może być nieodpowiednie także w przypadku niektórych usług, gdy zawarcie umowy wiąże się z rezerwacją zasobów, które w przypadku wykonania prawa do odstąpienia od umowy mogą okazać się dla przedsiębiorcy trudne do zbycia.”

Na potrzeby art. 38 pkt 12 u.p.k. pojęcie „usługi” należy interpretować szeroko, mając na uwadze art. 2 pkt 6 dyrektywy. Stanowi on, że „umowa o świadczenie usług” oznacza każdą umowę, inną niż umowa sprzedaży, na mocy której przedsiębiorca świadczy lub zobowiązuje się do świadczenia usługi na rzecz konsumenta, a konsument płaci lub zobowiązuje się do zapłacenia jej ceny<sup>186</sup>.

Do usług w zakresie zakwaterowania innych niż do celów mieszkalnych można zaliczyć przykładowo pobyt w hotelu, pensjonacie lub domku letniskowym<sup>187</sup>. Wyjątek odnoszący się do umów w zakresie gastronomii oznacza wszelkiego rodzaju usługi, które polegają na tym, że konsument otrzymuje przygotowany przez przedsiębiorcę posiłek do spożycia. Może on być przygotowany na miejscu bądź na wynos<sup>188</sup>.

Pomimo faktu, że art. 16 lit. l dyrektywy 2011/83/UE nie odnosi się wprost do usług związanych z wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, dyrektywa w motywie 49 zawiera sformułowanie, że prawo odstąpienia powinno być również zastosowane do biletów na wydarzenia kulturalne lub sportowe, jeżeli wiąże się to z rezerwacją zasobów po stronie przedsiębiorcy<sup>189</sup>. Rozszerzenie art. 38 pkt 12 u.p.k. o wydarzenia kulturalne lub sportowe rozwiewa wątpliwości interpretacyjne w zakresie możliwości zwrotu zakupionych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa biletów wstępu na imprezy masowe<sup>190</sup>.

Należy jednakże zaznaczyć, że komentowane wyłączenie odnosi się do wskazanych kategorii usług, jeżeli ich świadczenie miało odbyć się w oznaczonym w umowie dniu lub okresie<sup>191</sup>.

#### 14. Dostarczanie treści cyfrowych, niezapisanych na trwałym nośniku

Ostatnią umową, w stosunku do której konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia, jest umowa o dostarczanie treści cyfrowych niezapisanych na nośniku materialnym<sup>192</sup>. Jednakże przesłanką zastosowania wyłączenia jest rozpoczęcie spełnienia świadczenia za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.

W komentowanym przepisie chodzi o świadczenia elektroniczne, których spełnienie następuje przez wysyłanie i odbieranie danych za pomocą systemów teleinformatycznych na indywidualne żądanie usługobiorcy. Dane te transmitowane są za

186 T. Czech, *Prawa...*, s. 536.

187 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 338.

188 T. Czech, *Prawa...*, s. 538.

189 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 338.

190 T. Kaczyńska, *Prawo odstąpienia od umowy w ustawie o prawach konsumenta na podstawie biletów wstępu*, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2014, nr 4(3).

191 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 338.

192 Ustawa o prawach konsumenta, art. 38 pkt 13.

pomocą sieci publicznej bez jednoczesnej obecności stron<sup>193</sup>. Przykładowo może to polegać na udostępnieniu konsumentowi świadczenia elektronicznego za pomocą przekazu strumieniowego w Internecie, np. na platformie VOD, pobranie przez konsumenta świadczenia na urządzenie elektroniczne lub przesłaniu go konsumentowi na adres poczty elektronicznej. Świadczeniami, co do których stosuje się wyłączenie, są przykładowo: gry komputerowe, e-booki, pliki dźwiękowe, telewizja internetowa, świadczenia przekazywane online za pomocą mediów strumieniowych (tzw. streaming)<sup>194</sup>.

W sytuacji, w której konsumentowi przysługiwałoby prawo odstąpienia od umowy, mógłby on np. obejrzeć film, skopiować go, po czym odstąpić od umowy i odzyskać zapłaconą cenę. Dlatego w tym przypadku ustawodawca zdecydował się wyłączyć prawo przysługujące konsumentowi na mocy art. 27 u.p.k.<sup>195</sup>

Należy pamiętać, że komentowany przepis nie znajdzie zastosowania do treści cyfrowych zapisanych na nośniku materialnym, np. płycie CD lub DVD<sup>196</sup>. Umowy, w których przedmiotem świadczenia są treści cyfrowe tego typu, zostały wskazane przez ustawodawcę w art. 38 pkt 9 u.p.k.<sup>197</sup>

Aby została spełniona przesłanka warunkująca zastosowanie art. 38 pkt 12 u.p.k., przedsiębiorca zobowiązany jest poinformować konsumenta, że po rozpoczęciu spełniania świadczenia przez przedsiębiorcę konsument utraci prawo odstąpienia od umowy określonego w art. 27 u.p.k. Informacja powinna zostać udzielona przez przedsiębiorcę w sposób jasny, zrozumiały oraz przed rozpoczęciem przez niego spełniania świadczenia, czyli np. przed rozpoczęciem transmisji strumieniowej w Internecie. Ponadto po uzyskaniu powyższej informacji konsument musi udzielić wyraźnej zgody na spełnienie świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy<sup>198</sup>. Dopiero, gdy zostaną spełnione powyższe przesłanki, art. 38 pkt 12 znajdzie zastosowanie, a konsumentowi nie będzie przysługiwało prawo odstąpienia od umowy<sup>199</sup>.

Najczęściej informacja o utracie prawa odstąpienia od umowy zamieszczona jest w regulaminie, który musi zostać zaakceptowany przez konsumenta. Przedsiębiorca nie jest w stanie zweryfikować, czy konsument dogłębnie zapoznał się z każdym punktem regulaminu. Jednakże moim zdaniem istotne jest, że konsument miał możliwość zapoznania się z nim. Tym samym uważam, że samo zamieszczenie powyższej wymaganej informacji w regulaminie spełnia warunki zastosowania art. 38 pkt 12 u.p.k.

193 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

194 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

195 T. Czech, *Prawa...*, s. 540.

196 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 338.

197 Więcej: Rozdział III, podrozdział 10.

198 Więcej: Rozdział III, podrozdział 2.

199 T. Czech, *Prawa...*, s. 542-544.

## Rozdział IV.

# SKUTKI WYKONANIA PRAWA ODSTĄPIENIA OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ LUB POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

### 1. Uznanie umowy za niezawartą

W art. 31 u.p.k. unormowano w sposób korzystny dla konsumenta skutki prawne związane z odstąpieniem od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Komentowany artykuł dotyczy dwóch zagadnień. Pierwszym z nich, unormowanym w art. 31 ust. 1 u.p.k., jest omówienie skutku, jaki pociąga za sobą odstąpienie przez konsumenta od zawartej umowy. Drugi zawarty jest w ustępie 2 art. 31 u.p.k. i dotyczy skutku wywieranego przez oświadczenie o odstąpieniu, złożone przez konsumenta zanim przedsiębiorca przyjął jego ofertę.

W sytuacji, w której konsument odstąpi od umowy na podstawie art. 27 u.p.k., umowę w myśl art. 31 ust. 1 u.p.k. uważa się za niezawartą. Skutek ten następuje z mocą wsteczną (*ex tunc*), a umowę traktuje się, jakby nigdy nie została zawarta. W stosunku do zobowiązań stron wynikających z zawartej umowy, a które jeszcze nie zostały wykonane, odstąpienie skutkuje odpadnięciem podstawy prawnej żądania wykonania dalszej części zobowiązania. W tym przypadku strony nie są już zobowiązane do spełniania dalszej części świadczenia<sup>200</sup>. Obowiązek zwrotu świadczeń już spełnionych oraz rozliczenia się stron zostanie omówiony w dalszej części pracy, poświęconej artykułom od 32 do 36 ustawy o prawach konsumenta.

Na gruncie art. 31 ust. 1 u.p.k. pojawia się problem, kiedy następuje skutek w postaci odstąpienia od umowy. W doktrynie przeważa pogląd, zgodnie z którym odstąpienie następuje w chwili określonej w art. 61 k.c., to jest w chwili, gdy oświadczenie o odstąpieniu doszło do przedsiębiorcy w taki sposób, że mógł on się zapoznać z jego treścią. W przypadku, gdy oświadczenie o odstąpieniu złożono w postaci elektronicznej, wywoła ono skutek z chwilą, gdy wprowadzono je do środka komunikacji elektronicznej w sposób umożliwiający przedsiębiorcy zapoznanie się z jego treścią. Taki pogląd prezentowany jest przez Gabrielę Bar<sup>201</sup>

200 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 274.

201 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

oraz Witolda Chomiczewskiego<sup>202</sup>. Uważam, że stanowisko to jest słuszne. Pomimo faktu, że chwila, w której następuje skutek, nie została wprost wyrażona w ustawie o prawach konsumenta, należy w tym przypadku odwołać się do reguł ogólnych, wyrażonych w Kodeksie Cywilnym. Poprzez przyjęcie takiego rozwiązania w łatwy sposób można ustalić, kiedy nastąpiło odstąpienie od umowy. W dzisiejszych czasach można szybko sprawdzić, kiedy doszedł email, SMS, a nawet list wysłany do przedsiębiorcy za pośrednictwem poczty tradycyjnej. W związku z tym, poprzez przyjęcie reguł z art. 61 k.c. ustalenie chwili, w której doszło do odstąpienia od umowy, jest łatwe i dostępne dla obu stron umowy.

Drugim zagadnieniem poruszonym w art. 31 u.p.k. jest sytuacja, w której konsument złożył w stosunku do przedsiębiorcy ofertę zawarcia umowy, a następnie doręczył mu oświadczenie woli o odstąpieniu od tej umowy, zanim przedsiębiorca przyjął jego ofertę. W takim przypadku, w myśl ustępu 2 omawianego artykułu, oferta przestaje wiązać konsumenta. Artykuł 31 ust. 2 u.p.k. wprowadza wyjątek od zasady nieodwołalności oferty. Zgodnie z art. 66<sup>1</sup> k.c. oferta może być odwołana jedynie w stosunkach między przedsiębiorcami. Pominąwszy tę sytuację w myśl reguł ogólnych, wyłącza się możliwość odwołania oferty, co stanowi konsekwencję jej wiążącego charakteru. Rozwiązanie takie ponadto chroni konsumenta w sytuacji, gdy to przedsiębiorca jest oferentem. Przyznanie konsumentom szczególnego uprawnienia do odwołania oferty na gruncie obowiązującej ustawy o prawach konsumenta zapewnia im dodatkową ochronę<sup>203</sup>.

## 2. Obowiązek zwrotu płatności otrzymanych od konsumenta

### 2.1. Zwrot płatności

Artykuł 32 u.p.k. normuje zasady wykonania przez przedsiębiorcę obowiązku zwrotu płatności dokonanych przez konsumenta w przypadku, gdy skutecznie odstąpi on od umowy. Powyższy artykuł w ustępie 1 określa zakres obowiązku przedsiębiorcy i termin na jego wykonanie. Zgodnie z nim przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy.

W powołanym przepisie sformułowanie „wszystkie dokonane przez niego [konsumenta] płatności” jest bardzo szerokie i może rodzić wątpliwości interpretacyjne. Nie można bowiem wywnioskować wprost z przepisu, o jakie dokładnie koszty chodzi. Mogą to być jedynie koszty takie jak cena zakupionego towaru lub usługi i opcjonalnie koszty dostarczenia rzeczy. Jednakże może chodzić o wszystkie poniesione przez konsumenta koszty, w tym poniesione na rzecz osób trzecich, których przedsiębiorca nie otrzymał od konsumenta, np. koszt dojazdu do placówki pocztowej w celu nadania przesyłki.

202 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 274.

203 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

Zdaniem Witolda Chomiczewskiego<sup>204</sup> pomimo tego, że wykładnia literalna przepisu przemawia za zwrotem wszystkich płatności, wykładnia prounijna prowadzi do wniosku o węższym zakresie przepisu. Artykuł 13 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE stanowi wprost, że przedsiębiorca ma obowiązek zwrotu jedynie takich płatności, jakie otrzymał od konsumenta. Tego samego zdania jest Tomasz Czech<sup>205</sup>. Uważa on również, że przedstawiona wykładnia prounijna w odpowiedni sposób rozkłada ryzyko transakcji pomiędzy stronami. Według niego przedsiębiorca nie powinien ponosić ryzyka zwrotu płatności, których nie otrzymał i które nie wynikają z umowy zawartej pomiędzy nim a konsumentem. Przykładem takich płatności mogą być koszty przejazdu do magazynu przedsiębiorcy w celu odebrania rzeczy zakupionych przez konsumenta.

Moim zdaniem wykładnia prounijna jest zasadna i zapewnia poczucie pewności co do wysokości kosztów, jakie przedsiębiorca powinien zwrócić konsumentowi. W większości przypadków dodatkowe koszty ponoszone przez konsumenta są znikome i nie powinny wchodzić w skład płatności podlegających zwrotowi. Ponadto bardzo trudno byłoby wyliczyć wysokość takich kosztów. Tym samym uważam, że do komentowanego przepisu należy zastosować rozwiązanie zawarte w art. 13 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE.

Kwestią nieuregulowaną w art. 32 u.p.k. jest zasada zwrotu kosztów dostawy w przypadku częściowego odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Witold Chomiczewski<sup>206</sup> oraz Tomasz Czech<sup>207</sup> proponują dwa poniżej przedstawione rozstrzygnięcia omawianego zagadnienia. Po pierwsze, gdy koszty dostarczenia rzeczy są zryczałtowane i nie zależą od wielkości dostawy, przedsiębiorca nie powinien być zobowiązany do zwrotu części kosztów dostarczenia rzeczy w przypadku częściowego odstąpienia od umowy przez konsumenta. Sytuacja przedstawia się inaczej, gdy koszty dostarczenia rzeczy są uzależnione od ilości dostarczanych produktów. W tym przypadku rozwiązaniem może być proporcjonalny zwrot kosztów dostawy. Byłby on określony poprzez obliczenie proporcji ceny rzeczy, co do ceny wszystkich wchodzących w skład zamówienia, a następnie zwrot konsumentowi tej części kosztów dostawy, która odpowiadałaby proporcji udziału danej rzeczy w kosztach dostawy.

Trzecim rozwiązaniem, proponowanym jedynie przez Witolda Chomiczewskiego<sup>208</sup>, jest podział kosztów dostawy poprzez liczbę rzeczy wchodzących w skład zamówienia. Jednakże zdaniem autora ten sposób obliczenia kosztów dostawy może być niekorzystny dla obu stron umowy.

Moim zdaniem najlepszym sposobem zwrotu kosztów dostarczenia rzeczy w przypadku częściowego odstąpienia od umowy jest ich proporcjonalne rozliczenie. Sposób ten pozwala na sprawiedliwe wyliczenie należnych konsumentowi kosztów. Natomiast w sytuacji, gdy koszty dostawy są zryczałtowane i nie zależą od wielko-

---

204 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 278.

205 T. Czech, *Prawa...*, s. 422-423.

206 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 289.

207 T. Czech, *Prawa...*, s. 429.

208 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 289.

ści dostawy, uważam, że przedsiębiorca nie powinien być zobowiązany do zwrotu części kosztów dostarczenia rzeczy.

Jednakże mimo wielu propozycji w zakresie wyliczenia zwrotu kosztów kwestia ta nie jest uregulowana w ustawie o prawach konsumenta. Z tego powodu w przypadku częściowego odstąpienia od umowy przedsiębiorcy najczęściej nie dokonują zwrotu części kosztów dostarczenia rzeczy, a konsumenci, z uwagi na brak podstawy prawnej, nie mogą skutecznie ich dochodzić.

## 2.2. Termin zwrotu płatności

Przedsiębiorca powinien dokonać zwrotu płatności na rzecz konsumenta niezwłocznie. Jednakże nie może to nastąpić później niż w ciągu 14 dni od dnia otrzymania od konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W ustawie o prawach konsumenta nie zostało doprecyzowane, czy w omawianym przypadku chodzi o dni kalendarzowe, czy robocze. Mając na uwadze brzmienie przepisu oraz korzyść konsumenta, należy przyjąć, że chodzi o dni kalendarzowe<sup>209</sup>.

W związku z możliwością składania oświadczenia woli drogą elektroniczną pojawił się problem, jak należy określać początek terminu, od którego biegnie 14 dni na zwrot płatności. Zdaniem Gabrieli Bar<sup>210</sup> w sytuacji, w której konsument składa oświadczenie o odstąpieniu drogą elektroniczną, terminem początkowym, od którego liczy się 14 dni na zwrot płatności, jest dzień, w którym konsument wprowadził oświadczenie do środka komunikacji elektronicznej w sposób umożliwiającą zapoznanie się z nim. Rozumowanie takie podyktowane jest ogólnymi regułami prawa cywilnego, czyli art. 61 k.c., oraz celem dyrektywy 2011/83/UE, czyli ochroną praw konsumenta. Artykuł 61 k.c. stanowi, że oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła się z nim zapoznać. W przypadku oświadczenia woli wyrażonego drogą elektroniczną złożone jest ono z chwilą, gdy wprowadzono je do środka komunikacji elektronicznej w taki sposób, żeby osoba ta mogła zapoznać się z jego treścią. Tego samego zdania jest także Tomasz Czech<sup>211</sup> oraz Witold Chomiczewski<sup>212</sup>. Zgodnie z ich poglądem początek biegu terminu z art. 32 ust. 1 u.p.k. będzie tożsamy z chwilą odstąpienia od umowy.

W moim przekonaniu przedstawione powyżej poglądy zdecydowanie przemawiają na korzyść konsumenta, choć w pewien sposób godzą w interesy przedsiębiorcy. Może dojść do sytuacji, w której oświadczenie dojdzie do przedsiębiorcy poza godzinami jego pracy, przed dniami ustawowo wolnymi od pracy. Pomimo tego, że przedsiębiorca teoretycznie mógł się z nim zapoznać, nie miał fizycznej możliwości, aby to zrobić. Tym samym zapozna się on z oświadczeniem o odstąpieniu dopiero po kilku dniach. Jednakże mimo faktu, że przepis może naruszać interesy przedsiębiorcy i powodować skrócenia czasu na zwrot płatności, termin 14 dni jest moim zdaniem wystarczająco długi, aby przedsiębiorca dokonał zwrotu płatności. Mając

209 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

210 *Ibidem*.

211 T. Czech, *Prawa...*, s. 430-431.

212 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 282-283.

na uwadze powyższe rozważania, rozwiązanie prezentowane przez przytoczonych autorów, uważam za uzasadnione, gdyż zapewnia ochronę konsumentom.

Konsument powinien mieć możliwość dysponowania zwracaną mu przez przedsiębiorcę kwotą pieniężną przed upływem czternastodniowego terminu, przewidzianego w art. 32 ust. 1 u.p.k. Oznacza to, że samo zlecenie przelewu przez przedsiębiorcę nie wystarczy do zachowania terminu na zwrot płatności. Dług przedsiębiorcy jest w takim przypadku długiem oddawczym. Na mocy art. 454 k.c. momentem zapłaty jest chwila uznania rachunku bankowego wierzyciela. Dlatego też opóźnienie przedsiębiorcy w wykonaniu ciężącego na nim zobowiązania na mocy art. 481 § 1 k.c. będzie skutkowało naliczeniem odsetek ustawowych za opóźnienie. Przedsiębiorca nie może odstąpić od stosowania powyższych reguł. Może je jedynie modyfikować, ale tylko na korzyść konsumenta i to w wyjątkowych sytuacjach, wynikających wyraźnie z przepisów ustawy o prawach konsumenta.

### 2.3. Sposób zwrotu płatności

Sposób zwrotu płatności uregulowany jest w ustępie 2 art. 32 u.p.k., który stanowi, że przedsiębiorca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument. Poprzez użycie pojęcia „taki sam” ustawodawca miał na myśli sposób, który wykazuje takie same właściwości, jak ten, za pomocą którego płatności dokonał konsument<sup>213</sup>.

W drodze wyjątku strony mogą zdecydować się na inny sposób przekazania płatności. Jednakże w takiej sytuacji musi nastąpić kumulatywne spełnienie dwóch przesłanek:

1. zgoda konsumenta musi być wyraźna,
2. uzgodniony sposób zwrotu płatności nie może wiązać się z żadnymi kosztami dla konsumenta<sup>214</sup>.

Ustawodawca unijny wprowadził pewne ograniczenie w zwrocie płatności. Mianowicie w motywie 46 dyrektywy 2011/83/UE został wskazany brak możliwości zwrotu płatności dokonanych przez konsumenta w bonach wartościowych. Skorzystanie z takiego sposobu zwrotu może być dokonane tylko, gdy konsument używał bonów wartościowych w pierwotnej transakcji lub wyraźnie zgodził się na nie.

Ten sam sposób zapłaty oznacza zwrot płatności w tej samej walucie, w jakiej została dokonana przez konsumenta. Z różnych powodów przedsiębiorca może chcieć dokonać zwrotu w innej walucie, np. z uwagi na korzystny kurs waluty. Jednakże nie może zdecydować się na zwrot płatności w innej walucie niż w tej, w której otrzymał płatność od konsumenta.

---

213 T. Czech, *Prawa...*, s. 432

214 *Ibidem*.

## 2.4. Prawo wstrzymania się ze zwrotem płatności

Na mocy art. 32 ust. 3 u.p.k. przedsiębiorcy przysługuje prawo wstrzymania się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta. Może on skorzystać z tego prawa do chwili otrzymania rzeczy z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej. Prawo wstrzymania się ze zwrotem płatności nie dotyczy jednakże umów zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, w których przedsiębiorca zaproponował, że sam odbierze rzecz od konsumenta.

Na tym etapie rozważań pojawiają się wątpliwości, jak należy zinterpretować chwilę otrzymania rzeczy przez przedsiębiorcę. W doktrynie ścierają się dwie różne koncepcje. Pierwsza z nich, postulowana przez Tomasza Czecha<sup>215</sup>, zakłada, że przez otrzymanie rzeczy należy rozumieć uzyskanie władztwa nad rzeczą w taki sposób, że przedsiębiorca stanie się samoistnym posiadaczem tej rzeczy. Może to być wydanie rzeczy, określone w art. 348 k.c., lub inny sposób przeniesienia posiadania, uregulowany w art. 348 zd. 2 oraz w art. 349-351 k.c.<sup>216</sup>. Przykładowo należałoby przyjąć, że przedsiębiorca otrzymuje rzecz z powrotem, gdy rzecz zostanie odesłana do magazynu składowego, który przyjmuje zwroty towarów na podstawie umowy zawartej z przedsiębiorcą. Druga koncepcja, której autorem jest Witold Chomiczewski<sup>217</sup>, polega na założeniu, że momentem otrzymania rzeczy z powrotem przez przedsiębiorcę jest chwila, gdy uzyskał on fizyczne władztwo nad rzeczą.

W mojej opinii rozumowanie Witolda Chomiczewskiego jest zasadne. Przyjmując rozwiązanie Tomasza Czecha, można dojść do paradoksalnego wniosku, że momentem otrzymania rzeczy przez przedsiębiorcę może być nawet sytuacja, gdy nie nastąpi jej wydanie. Wtedy też konsument mógłby przenieść posiadanie na przedsiębiorcę za pomocą samej umowy, bez konieczności wydania rzeczy.

Biorąc pod uwagę wytyczne Komisji Europejskiej<sup>218</sup>, nie trzeba w dowodzie odesłania towarów zawierać oświadczenia przewoźnika, że towary zostały skontrolowane i sprawdzone. Dowody w postaci zwykłego nadania rzeczy są wystarczająco wiarygodne. Ponadto ich uzyskanie nie wiąże się dla konsumenta z dodatkowymi kosztami. Jako dowód odesłania towarów wystarczające będzie również przestanie skanu lub zdjęcia takiego dowodu, jeśli ich autentyczność nie będzie budziła wątpliwości<sup>219</sup>.

## 2.5. Brak obowiązku zwrotu kosztów dodatkowych

Artykuł 33 u.p.k. stanowi *lex specialis* w stosunku do art. 32 tej ustawy. Przepis ten reguluje zwrot kosztów powstałych między stronami umowy po wykonaniu prawa odstąpienia. Zgodnie z nim, jeżeli konsument wybrał inny sposób dostarczenia rzeczy niż najtańszy, zwykły sposób dostarczenia rzeczy, oferowany przez przedsię-

215 T. Czech, *Prawa...*, s. 437.

216 Więcej: Rozdział II, podrozdział 1.2.

217 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 288.

218 Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dotyczące dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE..., pkt 6.4.3., s. 52.

219 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 289.

biorcę, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów.

Komentowany artykuł implementuje do polskiej ustawy art. 13 ust. 2 dyrektywy 2011/83/UE. Jednakże oba przepisy w widoczny sposób różnią się od siebie. Po pierwsze w artykule zawartym w dyrektywie nie ma ograniczenia stosowania zawartej w nim reguły wyłącznie do dostarczenia rzeczy. Tym samym może znaleźć zastosowanie do usług lub treści cyfrowych niedostarczanych na nośniku materialnym. Po drugie zgodnie z dyrektywą wybór dostarczenia rzeczy przez konsumenta powinien być wyraźny. Zastrzeżenia takiego nie ma w polskiej ustawie, co może rodzić pewne wątpliwości w praktyce.

Mając na uwadze pierwszą różnicę, poprzez zastosowanie wykładni językowej, należałoby przyjąć, że art. 33 u.p.k. dotyczy wyłącznie rzeczy. Nie powinien być on stosowany do dostarczania treści cyfrowych bez nośnika materialnego. Powyższy pogląd prezentuje Tomasz Czech<sup>220</sup>. Odmiennego zdania jest Gabriela Bar<sup>221</sup> i Witold Chomiczewski<sup>222</sup>. Ich zdaniem, mając na uwadze cel ustawy, art. 33 u.p.k. należy interpretować tak, aby zakres jego zastosowania był taki sam jak art. 13 ust. 2 dyrektywy. Dodatkowo przekonaniem Gabrieli Bar, pomimo tego, że dostarczanie treści cyfrowych za pomocą poczty elektronicznej lub strumieniowo zazwyczaj nie pociąga za sobą dodatkowych kosztów, nie jest to jednak wykluczone. Może się mianowicie zdarzyć, że przechowanie otrzymanych treści będzie wymagało od konsumenta dodatkowych opłat za przetrzymywanie ich w chmurze. W takiej sytuacji, mając na uwadze cel ustawy i treść dyrektywy, należałoby przyjąć, że komentowana sytuacja podlega pod zakres art. 33 u.p.k. Witold Chomiczewski podziela zdanie, że art. 33 u.p.k. powinien być interpretowany zgodnie z wykładnią pronijną. Jednakże uważa on, że kwestia opłat za przechowywanie treści w chmurze powinna być traktowana jako osobna umowa, niezależna od zakupu treści cyfrowych.

W moim przekonaniu zasadne wydaje się przyjęcie odnoszenia art. 33 u.p.k. nie tylko do rzeczy, ale także do usług oraz treści cyfrowych. Niemniej jednak uważam, że w dzisiejszych czasach trudno znaleźć przykład, gdzie treści cyfrowe muszą być przechowywane w dodatkowo płatnej chmurze. Z tego względu podzielam pogląd Witolda Chomiczewskiego. Umowa o udostępnienie miejsca w systemie teleinformatycznym powinna być traktowana jako osobna umowa, a zapewnienie miejsca w tym systemie nie będzie uznane za sposób dostarczenia treści cyfrowej.

Po analizie drugiej różnicy, okazuje się, iż w dyrektywie wprost wskazane jest, że wybór konsumenta w zakresie sposobu dostarczenia rzeczy musi być wyraźny. Biorąc pod uwagę treść art. 33 u.p.k., można byłoby dojść do wniosku, że wybór konsumenta może być dorozumiany. Zdaniem Witolda Chomiczewskiego<sup>223</sup> i Tomasza Czecha<sup>224</sup> art. 33 u.p.k. należy interpretować na korzyść konsumenta, czyli zgodnie z treścią dyrektywy. Uważają oni również, że jeżeli w sklepie internetowym domyślnie ustawiony jest sposób dostawy inny niż najtańszy z możliwych, to nie można uznać, że konsument dokonał świadomego wyboru. Moim zdaniem przeciętny konsument, który dokonuje zakupu w sklepie internetowym, ma świadomość, jaki

220 T. Czech, *Prawa...*, s. 440.

221 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

222 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 293-294.

223 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 291.

224 T. Czech, *Prawa...*, s. 442.

rodzaj dostawy wybiera. Z tej przyczyny popieram pogląd, że na gruncie polskiej ustawy wybór konsumenta powinien być wyraźny. Sądzę, że rozważania wyżej przytoczonych autorów w zakresie domyślnie ustawionych sposobów dostawy są zbyt daleko idące. Pomimo domyślnie ustawionego wyboru dostawy konsument powinien zwracać uwagę na to, na jaki rodzaj wyraża zgodę.

Komentowany artykuł nie będzie miał zastosowania do sytuacji, w której przedsiębiorca udostępnia konsumentowi tylko jeden sposób dostawy. Wybór oznacza zdecydowanie się na jedną z kilku przedstawionych możliwości. Aby została zatem spełniona przesłanka art. 33 u.p.k., konsumentowi muszą zostać przedstawione co najmniej dwa możliwe sposoby dostawy<sup>225</sup>.

### 3. Zwrot rzeczy przez konsumenta

#### 3.1. Termin zwrotu rzeczy

Na mocy art. 34 ust. 1 u.p.k., konsument zobowiązany jest zwrócić rzecz przedsiębiorcy lub przekazać ją osobie upoważnionej przez przedsiębiorcę niezwłocznie, nie później jednak niż 14 dni od dnia, w którym odstąpił od umowy, chyba że przedsiębiorca sam zdecydował, że odbierze rzecz. Początek biegu terminu czteronastodniowego rozpoczyna się od dnia, w którym konsument skutecznie odstąpił od umowy<sup>226</sup>. Będzie to dzień, w którym oświadczenie konsumenta o odstąpieniu doszło do przedsiębiorcy w taki sposób, że mógł on się z nim zapoznać<sup>227</sup>.

Wskazany termin zastrzeżony jest na korzyść konsumenta. Dlatego też dopuszczalny jest zwrot rzeczy w terminie krótszym niż 14 dni i zwrot rzeczy wraz z wystaniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Przykładowo konsument może wystąpić przedsiębiorcy w jednej paczce rzecz oraz oświadczenie o odstąpieniu. Nie jest konieczne, aby rzecz dotarła do przedsiębiorcy we wskazanym w ustawie terminie 14 dni. Istotne jest jedynie, aby konsument wystąpił rzecz przed jego upływem.

Na podstawie wyroku Sądu Okręgowego w Katowicach z dnia 31 stycznia 2017 r. o sygnaturze akt II C 831/16<sup>228</sup> brak odesłania rzeczy do przedsiębiorcy w przewidzianym ustawą terminie skutkuje brakiem skuteczności złożonego oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Konsekwencją zaniechania dopełnienia powyższego obowiązku jest więc podstawa do domagania się od konsumenta zwrotu wszystkich dokonanych płatności na rzecz przedsiębiorcy.

Problemem nasuwającym się podczas analizy art. 34 ust. 1 u.p.k. jest to, czy termin 14 dni odnosi się także do sytuacji, gdy przedsiębiorca zdecyduje się na osobisty odbiór rzeczy od konsumenta. Według Witolda Chomiczewskiego<sup>229</sup> termin ten także znajdzie zastosowanie, gdy przedsiębiorca zdecyduje się na osobisty odbiór rzeczy. Jego zdaniem za taką interpretacją przemawia przede wszystkim wykładnia celowościowa. Brak określenia ram czasowych, w których rzecz miałaby zostać

225 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 291.

226 T. Czech, *Prawa...*, s. 452.

227 Więcej: Rozdział II, podrozdział 2.3.

228 Wyrok Sądu Okręgowego w Katowicach z dnia 31 stycznia 2017 r., II C 831/16, LEX nr 2477559.

229 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 296.

odebrana od konsumenta, stawia go w niekorzystnej sytuacji. Mianowicie przedsiębiorca mógłby zwlekać z odbiorem rzeczy i narażać konsumenta na ponoszenie dodatkowych kosztów przechowania. Odmienny pogląd prezentuje Tomasz Czech<sup>230</sup>, według którego przepisy ustawy nie określają terminu na odebranie rzeczy przez przedsiębiorcę. Z tego względu zobowiązanie w postaci odbioru rzeczy ma charakter bezterminowy.

W moim przekonaniu należałoby przyjąć pogląd Witolda Chomiczewskiego. Jeżeli ustawodawca zdecydował się na określenie czasu względem konsumenta, przedsiębiorca również powinien być ograniczony czasowo w wykonaniu swojego zobowiązania. Jak słusznie zauważył przytoczony autor, zbyt długie przechowywanie rzeczy może narazić konsumenta na dodatkowe koszty. Ponadto może wzbudzać u niego poczucie niepewności co do chwili, kiedy przedsiębiorca odbierze rzecz będącą przedmiotem świadczenia.

### 3.2. Koszty zwrotu rzeczy

W myśl art. 34 ust. 2 u.p.k. konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy. Istnieją jednakże dwa wyjątki od tej zasady. Pierwszy ma miejsce, gdy przedsiębiorca wyraża zgodę na poniesienie tych kosztów, a drugi, jeśli nie poinformuje on konsumenta o obowiązku poniesienia bezpośrednich kosztów zwrotu.

Bezpośrednie koszty to koszty, które pozostają w bliskim związku z wykonaniem przez konsumenta obowiązku odesłania rzeczy przedsiębiorcy na podstawie art. 34 ust. 1 u.p.k. Są to na przykład: opłaty pocztowe za wysłanie przesyłki, koszt wysyłki firmą kurierską, koszty zwykłego opakowania rzeczy na potrzeby wysyłki<sup>231</sup>.

W nawiązaniu do wyjątków od zasady przewidzianej art. 34 ust. 2 u.p.k. nie ma znaczenia, w którym momencie przedsiębiorca wyrazi zgodę na pokrycie kosztów dostarczenia rzeczy. Może to nastąpić przed zawarciem umowy, podczas jej zawierania lub dopiero po skutecznym odstąpieniu<sup>232</sup>.

Drugi wyjątek od zasady z art. 34 ust. 2 u.p.k. ma miejsce, gdy przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o obowiązku poniesienia bezpośrednich kosztów dostarczenia rzeczy. Chodzi tutaj o niedopełnienie obowiązku informacyjnego ciążącego na przedsiębiorcy na mocy art. 12 ust. 1 pkt 10 u.p.k. Przepis ten stanowi, że przedsiębiorca najpóźniej do chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa powinien poinformować konsumenta o kosztach zwrotu rzeczy, które ponosi konsument w przypadku odstąpienia od umowy. W odniesieniu do umów zawieranych na odległość o kosztach zwrotu rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą. Wobec tego, jeżeli przedsiębiorca uchybi temu obowiązkowi, konsument nie będzie musiał ponosić nawet bezpośrednich kosztów zwrotu rzeczy.

230 T. Czech, *Prawa...*, s. 450.

231 T. Czech, *Prawa...*, s. 454-455.

232 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

Zagadnieniem, które nasuwa się podczas omawiania kwestii kosztów ponoszonych przez konsumenta przy zwrocie rzeczy, jest wysoka cena tych kosztów. W dzisiejszych czasach przedsiębiorcy często proponują bardzo tanie koszty dostarczenia rzeczy do konsumenta lub całkowicie z nich rezygnują. W takim przypadku konsument chętnie kupi dany produkt, gdyż nie będzie ponosił kosztów dostarczenia rzeczy lub będą one znikome. Jednakże w takich sytuacjach zdarza się, że koszty odesłania rzeczy do przedsiębiorcy są wysokie i czasami stanowią równowartość zakupionej rzeczy. Sytuacja taka może mieć miejsce, gdy rzecz jest bardzo duża lub ciężka. Konsument, zachęcany do kupna niskimi kosztami dostarczenia rzeczy, może zrezygnować z odstąpienia od umowy z uwagi na zbyt wysokie koszty jej odesłania. Moim zdaniem kwestia ta powinna zostać przez polskiego ustawodawcę dodatkowo uregulowana, przykładowo poprzez ustalenie maksymalnej kwoty ponoszonej przez konsumenta w przypadku odsyłania zakupionych towarów. W takim przypadku pozostałą część kosztów wysyłki ponosiłby przedsiębiorca. Wtedy też konsument, wiedząc, że koszty zwrotu rzeczy nie mogą przekroczyć ustalonej kwoty, chętniej korzystałby z przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy.

### 3.3. Obowiązek odebrania rzeczy przez przedsiębiorcę

Artykuł 34 ust. 3 u.p.k. stanowi *lex specialis* w stosunku do art. 34 ust. 1 u.p.k. Dotyczy on sytuacji, w której przedsiębiorca jest zobowiązany do odbioru rzeczy na własny koszt. Aby omawiany przepis znalazł zastosowanie, jednocześnie muszą zostać spełnione trzy warunki:

1. umowa musi zostać zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa,
2. rzeczy muszą zostać dostarczone konsumentowi do miejsca, w którym zamieszkiwał w chwili zawarcia umowy,
3. z uwagi na charakter rzeczy zachodzi niemożność jej odesłania w zwykły sposób pocztą<sup>233</sup>.

Kwestia, kiedy należy zakwalifikować umowę jako zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa, została szczegółowo omówiona w pierwszym rozdziale<sup>234</sup>.

Wątpliwości może rodzić natomiast, jak należy rozumieć pojęcie miejsca, w którym konsument zamieszkiwał w chwili zawarcia umowy. Kodeks cywilny reguluje miejsce zamieszkania w art. 25. Z artykułu tego wynika, że miejscem zamieszkania osoby fizycznej jest miejscowość, w której osoba ta przebywa z zamiarem stałego pobytu. Zdaniem Gabrieli Bar<sup>235</sup>, Tomasza Czecha<sup>236</sup> i Witolda Chomiczewskiego<sup>237</sup> miejsce zamieszkania z art. 34 ust. 3 u.p.k. należy traktować jako adres, a nie jako miejscowość, jak zostało to ujęte w Kodeksie Cywilnym. Za taką interpretacją, według przytoczonych autorów, przemawia przede wszystkim cel ustawy, gdyż zarówno polski ustawodawca, jak i unijny nie mieli na myśli jakiegokolwiek miejsca zamieszkania czy danej miejscowości, a adres, pod którym przebywa konsument.

233 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 299.

234 Więcej: Rozdział I, podrozdział 3.

235 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

236 T. Czech, *Prawa...*, s. 456-457.

237 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 300-301.

Tomasz Czech uważa jednakże, że jakkolwiek chodzi tutaj o adres konsumenta, to wyjątek określony w art. 34 ust. 3 u.p.k. nie znajdzie zastosowania do każdego adresu podanego przez konsumenta, na przykład w przypadku, jeśli rzecz zostanie dostarczona na działkę letniskową lub dom, do którego konsument jeszcze się nie wprowadził, a który jest w trakcie remontu. Innego zdania jest Gabriela Bar i Witold Chomiczewski, których zdaniem miejsce zamieszkania musi być interpretowane szeroko. Tym samym nie musi być to miejsce, w którym konsument aktualnie mieszka, ale takie, które może pełnić funkcję mieszkania.

Uważam, że wykładnia przemawiająca za tym, aby miejsce zamieszkania ujęte w art. 34 ust. 3 u.p.k. traktować jako adres, jest słuszna. Pozwala na skonkretyzowanie miejsca, do którego dostarczona konsumentowi rzecz, i tym samym, miejsca odbioru tej rzeczy. Co do drugiej kwestii zdecydowanie optuję za poglądem Gabrieli Bar i Witolda Chomiczewskiego. Moim zdaniem szeroka interpretacja miejsca zamieszkania jest w tym przypadku wskazana. Jeśli weźmie się pod uwagę cel ustawy o prawach konsumenta, czyli ochronę konsumenta, rozwiązanie zakładające, że miejscem zamieszkania może być również działka rekreacyjna, dom letniskowy, mieszkanie w trakcie remontu, jest słuszne. Dlatego też wskazanie innego adresu niż miejsca zamieszkania nie będzie skutkowało utratą uprawnień nadanych konsumentowi na mocy art. 34 ust. 3 u.p.k.

W omawianym przepisie nie wprowadzono żadnego terminu, w którym przedsiębiorca powinien odebrać rzecz. Uważam jednak, że w tym przypadku przedsiębiorcę obowiązuje termin czternastodniowy od dnia złożenia skutecznego odstąpienia od umowy przez konsumenta<sup>238</sup>.

Trzecim warunkiem, który musi zostać spełniony, aby art. 34 ust. 3 u.p.k. znalazł zastosowanie, jest charakter rzeczy, który uniemożliwia odesłanie jej w zwykły sposób pocztą. Może to wynikać z rozmiaru lub właściwości rzeczy. Przykładowo rzecz może mieć bardzo duże gabaryty lub być podatna na zniszczenia, co uniemożliwiłoby odesłanie jej pocztą<sup>239</sup>.

#### 4. Odpowiedzialność konsumenta za zmniejszenie wartości rzeczy

Konsumentowi przyznano możliwość odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, aby miał czas do namysłu, czy rzecz dostarczona przez przedsiębiorcę spełnia jego wymagania. W tym czasie konsument ma prawo sprawdzić rzecz, obejrzeć, a w przypadku odzieży - przymierzyć ją. Jednakże konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy.

Poprzez korzystanie z rzeczy w sposób, który wykracza poza konieczny do stwierdzenia wartości rzeczy, uznaje się działanie, które wykracza ponad to, co konsument mógłby zrobić w sklepie, czyli w przypadku zawierania umów sprzedaży w tradycyjny sposób. Przykładowo normalnym sprawdzeniem odzieży będzie jej przymierzenie, ale już nie noszenie. Tak samo w przypadku sprzętu AGD, kiedy

238 Więcej: Rozdział IV, podrozdział 3.1.

239 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 301.

to może być on uruchamiany w celu sprawdzenia, ale już nie eksploatowany. Jak uznał Sąd Rejonowy w Łąncucie w wyroku z dnia 25 czerwca 2019 r. o sygnaturze akt I C 14/19<sup>240</sup>, „korzystanie przez powoda z motoroweru związane z przejechaniem dystansu ok. 100-50 km w celu sprawdzenia, jakiej długości trasę można pokonać po pojedynczym ładowaniu akumulatora pojazdu, nie można zakwalifikować jako działania wykraczające poza zakres konieczny do stwierdzenia parametrów i funkcjonowania pojazdu.”

Konsument jest odpowiedzialny za takie zmniejszenie wartości rzeczy, które wykracza poza konieczne do stwierdzenia jej cech, charakteru i właściwości. Obowiązek udowodnienia, że wartość rzeczy uległa zmniejszeniu, spoczywa na przedsiębiorcy. Jego brak wykluczy zasadność przedsiębiorcy i zwolni konsumenta od odpowiedzialności<sup>241</sup>.

Odpowiedzialność konsumenta ma charakter odszkodowawczy. Jej zakres powinien być oznaczony poprzez porównanie wartości rzeczy nowej z wartością rzeczy obliczonej z uwzględnieniem stopnia jej zużycia<sup>242</sup>.

Okolicznością, która zwalnia z konsumenta od odpowiedzialności za zmniejszenie wartości rzeczy, jest brak poinformowania go przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy zgodnie z wymogami określonymi w art. 12 ust. 1 pkt 9 u.p.k. Przepis ten nakłada na przedsiębiorcę obowiązek udzielenia w sposób jasny oraz zrozumiały informacji o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia na podstawie art. 27 u.p.k., a także o wzorze formularza odstąpienia od umowy.

## 5. Obowiązek zapłaty za spełnione świadczenie

Artykuł 35 u.p.k. reguluje zasady zapłaty przez konsumenta za świadczenie spełnione do chwili odstąpienia od umowy. Komentowany artykuł stanowi *lex specialis* w stosunku do art. 32 ust. 1 u.p.k. Modyfikuje on bowiem zasady zwrotu świadczeń wzajemnych pomiędzy stronami umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Aby art. 35 u.p.k. znalazł zastosowanie, wymagane jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

1. konsument musi zgłosić żądanie zgodnie z art. 15 ust. 3 lub art. 21 ust. 2 u.p.k. W powołanych przepisach chodzi o zgłoszenie wyraźnego żądania rozpoczęcia wykonywania przez przedsiębiorcę usługi albo dostarczania wody, gazu, energii elektrycznej, gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub energii elektrycznej. Zgłoszenie to powinno zostać złożone przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (w tym przypadku zgłoszenie takie musi zostać złożone na trwałym nośniku) lub na odległość,
2. konsument musi odstąpić od zawartej umowy, której przedmiotem były wyżej wskazane świadczenia.

240 Wyrok Sądu Rejonowego w Łąncucie z dnia 25 czerwca 2019 r., sygn. akt I C 14/19.

241 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 301.

242 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

Jeżeli zostaną kumulatywnie spełnione powyższe przesłanki, konsument zobowiązany jest do zapłaty wynagrodzenia za świadczenie spełnione przez przedsiębiorcę do momentu skutecznego odstąpienia od umowy<sup>243</sup>.

Kwota, którą konsument powinien zapłacić przedsiębiorcy, obliczana jest proporcjonalnie do zakresu spełnionego świadczenia, z uwzględnieniem uzgodnionej w umowie ceny lub wynagrodzenia. W ustawie o prawach konsumenta wprowadzono jednakże wyjątek od powyższej zasady. Ma on zastosowanie w sytuacji, gdy cena lub wynagrodzenie są nadmierne. W takim przypadku podstawą obliczenia kwoty należnej przedsiębiorcy jest wartość rynkowa spełnionego świadczenia.

W praktyce wątpliwości rodzić może sformułowanie „nadmierne” w odniesieniu do ceny lub wynagrodzenia. Poniżej przedstawione interpretacje mogą być pomocne, jednakże brak scharakteryzowania pojęcia przez ustawodawcę może powodować problemy. Zdaniem Tomasza Czecha<sup>244</sup> cena lub wynagrodzenie ustalone w umowie są nadmierne, gdy przekraczają wartość rynkową spełnionego świadczenia, przy czym przekroczenie nie musi być ani istotne, ani rażące. Witold Chomiczewski<sup>245</sup> proponuje inną interpretację. Zgodnie z nią cena jest nadmiernie zawyżona względem ceny rynkowej, jeśli różni się od niej o więcej niż 5%. Autor nie podaje jednak uzasadnienia takiego rozwiązania. Obie interpretacje są podobne, jednakże druga proponuje bardziej precyzyjne rozwiązanie problemu.

Na obecnym etapie można również scharakteryzować pojęcie „wartość rynkowa”. W motywie 50 dyrektywy 2011/83/UE ustawodawca wskazał, że „wartość rynkowa powinna być określana poprzez porównanie z ceną równoważnej usługi świadczonej przez innych przedsiębiorców w chwili zawarcia umowy”. Pamiętać należy, że w każdym przypadku należy brać pod uwagę sytuację panującą na danym rynku usług<sup>246</sup>.

Moim zdaniem, trudno jest określić, co należałoby uznać za nadmierną cenę lub wynagrodzenie. Uważam, że żadna z przedstawionych powyżej propozycji nie jest słuszna. Co do pierwszej interpretacji, skoro ustawodawca użył słowa „nadmierne”, to oznacza ono „zbyt wielkie, za duże”<sup>247</sup>. Tym samym powinno być ono widoczne i istotne. Małe przekroczenie wartości rynkowej nie powinno zostać uznane za nadmierne. Druga z proponowanych interpretacji proponuje rozwiązanie procentowe. Jakkolwiek w pewnym sensie jest to uzasadnione, to trudno o pewność, że przekroczenie wartości rynkowej o 5% powoduje od razu, że cena lub wynagrodzenie będą nadmierne. Mając na uwadze powyższe rozważania, myślę, że w podanej sytuacji nie istnieje jedno dobre we wszystkich sytuacjach rozwiązanie. W związku z tym każdy przypadek trzeba analizować odrębnie i na tej podstawie określać, czy cena lub wynagrodzenie są nadmierne.

---

243 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 306.

244 T. Czech, *Prawa...*, s. 474.

245 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 307.

246 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

247 M. Szymczak, *Słownik języka polskiego*, Tom II, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1979, s. 249.

## 6. Brak obowiązku ponoszenia kosztów przez konsumenta

Ustawa o prawach konsumenta reguluje sposób płatności między stronami. Ustawodawca przewidział jednak wyjątki, w których konsument zostaje zwolniony od ponoszenia kosztów świadczonej usługi. W art. 36 u.p.k. zostały wskazane dwie grupy umów, w zależności od tego, co jest przedmiotem świadczenia. W pierwszej z nich, zawartej w punkcie 1 przepisu, ustawodawca zawarł umowy o świadczenie usług, dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej w przypadku, gdy nie są one oferowane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości lub energii cieplnej, w całości lub w części. Do drugiej grupy, zawartej w punkcie 2, należą umowy o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym. Jeśli przedsiębiorca nie dopełni warunków wskazanych w art. 36 u.p.k., konsument zostanie zwolniony z ponoszenia kosztów świadczenia tych usług za okres od skutecznego odstąpienia od umowy lub dostarczania treści cyfrowych<sup>248</sup>.

Aby konsument został zwolniony z obowiązku ponoszenia kosztów, konieczne jest spełnienie, w stosunku do każdej z rodzajów umów, jednej ze wskazanych przestank. Ustawodawca użył łącznika „lub”, co oznacza, że wystarczy spełnienie jednego z warunków, by komentowany artykuł znalazł zastosowanie.

W odniesieniu do pkt 1 art. 36 u.p.k. pierwszą przestanką jest brak poinformowania konsumenta przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy i skutkach jego wykonania zgodnie z art. 12 ust. 1 pkt 9 u.p.k.<sup>249</sup>. Przyjmuje się, że poinformowanie konsumenta, ale wadliwe, także skutkuje zwolnieniem konsumenta z obowiązku ponoszenia kosztów<sup>250</sup>. Drugą przestanką jest brak żądania ze strony konsumenta spełnienia świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zgodnie z art. 15 ust. 3 i art. 21 ust. 2 u.p.k.<sup>251</sup>

Artykuł 36 u.p.k. w punkcie 2 normuje sytuacje, w odniesieniu do których konsument nie ponosi kosztów dostarczania treści cyfrowych niezapisanych na nośniku materialnym. Nie ma przy tym znaczenia, za pośrednictwem jakiego elektronicznego urządzenia została dostarczona treść cyfrowa. Przykładowo mogła zostać przesłana za pośrednictwem poczty elektronicznej, komunikatora internetowego czy innego oprogramowania<sup>252</sup>. Kluczowe jest, aby została spełniona jedna, dwie lub wszystkie z wymienionych przestank:

1. konsument nie wyraził zgody na spełnienie świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy lub
2. konsument nie został poinformowany o utracie przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy w chwili udzielenia takiej zgody lub
3. przedsiębiorca nie dostarczył potwierdzenia zgodnie z art. 15 ust. 1 i art. 21 ust. 1 u.p.k., czyli w przypadku umów zawieranych na odległość - nie wydał potwierdzenia zawarcia umowy na trwałym nośniku, a gdy umowa

248 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 30.

249 Więcej: Rozdział II, podrozdział 1.3.

250 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

251 Więcej: Rozdział IV, podrozdział 5.

252 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

została zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa - nie wydał go na papierze lub - za zgodą konsumenta - na innym trwałym nośniku.

## 7. Wygaśnięcie umów dodatkowych

W ustawie o prawach konsumenta przewidziany jest przypadek, gdy skutek odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa zostaje rozszerzony na powiązane z nią umowy dodatkowe. Dotyczy to jednakże wyłącznie umów zawartych przez konsumenta, jeżeli na ich podstawie świadczenie jest spełniane przez przedsiębiorcę lub osobę trzecią na podstawie porozumienia z przedsiębiorcą.

Na gruncie art. 37 u.p.k. znaczenie ma umowa, którą konsument zawarł z przedsiębiorcą na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. W piśmiennictwie określana jest ona jako „umowa główna”. Konsument, oprócz umowy głównej, może zawrzeć inną, powiązaną z nią umowę, określoną jako „dodatkową”<sup>253</sup>. Pojęcie „umowy dodatkowej” scharakteryzowane jest w art. 2 pkt 15 dyrektywy 2011/83/UE. Z przepisu tego wynika, że umowa dodatkowa cechuje się powiązaniem towarów lub usług będących jej przedmiotem z umową zawartą na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. W dyrektywie nie określono, o jakie powiązania chodzi<sup>254</sup>. Uznaje się jednakże, że chodzi tutaj o powiązania prawne lub faktyczne, np. umowa ubezpieczenia, umowa dostarczenia rzeczy. Ponadto w piśmiennictwie wyróżnia się kilka innych cech, które charakteryzują umowę dodatkową. Świadczenie z umowy dodatkowej ma charakter pomocniczy i jest uzupełnieniem umowy głównej, nie ma charakteru samoistnego, czyli nie ma racji bytu bez umowy głównej. Co więcej, umowa dodatkowa powinna dokładnie określać świadczenie spełniane w ramach tej umowy oraz gdy świadczenie jest odpłatne, dokładnie określać wynagrodzenie i cenę, które jest należne z tytułu spełnionego świadczenia<sup>255</sup>. Nie ma określonego trybu, w jakim powinna zostać zawarta umowa dodatkowa. Może być zawarta na odległość, poza lokalem przedsiębiorstwa lub w tradycyjny sposób<sup>256</sup>.

Komentowany przepis znajduje zastosowanie jedynie, gdy konsument odstąpi od umowy głównej. Odstąpienie jedynie od umowy dodatkowej nie wywoła skutków przewidzianych w art. 37 u.p.k.

Zgodnie z ust. 2 art. 37 u.p.k. na konsumentce nie ciąży obowiązek poinformowania osoby trzeciej, z którą zawarł umowę dodatkową o odstąpieniu od umowy głównej. To przedsiębiorca powinien ją o tym poinformować. Ustawa nie przewiduje, w jakim terminie przedsiębiorca powinien to zrobić, jednak zasady współżycia społecznego wskazują za właściwe, aby uczynił to niezwłocznie<sup>257</sup>.

253 T. Czech, *Prawa...*, s. 485.

254 M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa...*, s. 316.

255 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

256 P. Kukuryk, *Wpływ odstąpienia od umowy zawartej w okolicznościach nietypowych na powiązane z nią umowy dodatkowe*, (w:) *Współczesne wyzwania prawa konsumenckiego*, red. B. Gnela, K. Michałowska, Warszawa 2015, s. 76.

257 T. Czech, *Prawa...*, s. 496.

Co do zasady konsument nie ponosi żadnych kosztów związanych z wygaśnięciem umów dodatkowych. Ustawa o prawach konsumenta przewiduje jednak trzy wyjątki od tej zasady:

1. określony w art. 33 u.p.k., gdy konsument samodzielnie wybrał sposób dostawy, inny niż najtańszy, zwykły sposób dostarczenia rzeczy oferowany przez przedsiębiorcę,
2. określony w art. 34 ust. 2 u.p.k., gdy konsument zobowiązany jest ponieść bezpośrednio koszty zwrotu rzeczy określonej w umowie dodatkowej, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów,
3. określony w art. 35 u.p.k., gdy konsument zobowiązany jest ponieść koszty świadczenia spełnionego do czasu odstąpienia od umowy.

Powyższe wyjątki tworzą katalog zamknięty i nie jest możliwe obciążenie konsumenta innymi kosztami związanymi z wygaśnięciem umów dodatkowych<sup>258</sup>.

---

258 B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa...*

# BIBLIOGRAFIA

- A. Bierć, *Zarys prawa prywatnego. Część ogólna.*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
- A. Brzozowski, W. J. Kocot, E. Skowrońska-Bocian, *Prawo Cywilne. Część ogólna*, Wolters Kluwer, Warszawa 2018.
- T. Czech, *Konsumenckie uprawnienie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa*, [https://www.temidium.pl/arttykul/konsumenckie\\_uprawnienie\\_do\\_odstapienia\\_od\\_umowy\\_zawartej\\_na\\_odleglosc\\_lub\\_poza\\_lokalem\\_przedsiębiorstwa-3086.html](https://www.temidium.pl/arttykul/konsumenckie_uprawnienie_do_odstapienia_od_umowy_zawartej_na_odleglosc_lub_poza_lokalem_przedsiębiorstwa-3086.html), [dostęp: 2.04.2020 r.].
- T. Czech, *Prawa konsumenta. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2017.
- B. Gnela, M. Szaraniec, *Informacja w prawie ubezpieczeń gospodarczych*, wyd. 1, Wolters Kluwer, Warszawa 2015.
- E. Gniewek, *System Prawa Prywatnego. Tom 3*, wyd. 3, C.H. Beck, Warszawa 2013.
- E. Gniewek, P. Machnikowski P., *Kodeks Cywilny. Komentarz*, C.H. Beck, Warszawa 2019.
- B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg), komentarz*, C.H. Beck, Warszawa 2014.
- T. Kaczyńska, *Prawo odstąpienia od umowy w ustawie o prawach konsumenta na podstawie biletów wstępu*, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2014, nr 4(3).
- A. Kidyba, *Kodeks Cywilny. Komentarz. Tom I. Część ogólna*, wyd. II, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
- P. Kukuryk, *Wpływ odstąpienia od umowy zawartej w okolicznościach nietypowych na powiązane z nią umowy dodatkowe*, (w:) *Współczesne wyzwania prawa konsumenckiego*, red. B. Gnela, K. Michałowska, Warszawa 2015.
- A. Młostoń-Olszewska, *Problemy interpretacyjne związane z pojęciem „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa”*, (w:) *Ustawa o prawach konsumenta*, red. D. Karczewska, M. Namysłowska, T. Skoczny, Warszawa 2015.
- M. Namysłowska, D. Lubasz, *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz.*, Wolters Kluwer, Warszawa 2015.

- P. Nazaruk, J. Ciszewski J., *Kodeks Cywilny. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2019.
- A. Olejniczak, *Prawo cywilne - część ogólna*, wyd. 15, C.H. Beck, Warszawa 2019.
- M. Orlicki., *Ubezpieczenia obowiązkowe*, Wolters Kluwer, Warszawa 2011.
- K. Osajda, *Kodeks cywilny. Komentarz*, C.H. Beck, wyd. 25, Warszawa 2020.
- K. Osajda, *Komentarze Prawa Prywatnego. Prawo konsumenckie. Tom VII*, C.H. Beck, Warszawa 2019.
- K. Osajda, *System Prawa Prywatnego. Prawo zobowiązań - część ogólna. Tom 5*, wyd. 3, C.H. Beck, Warszawa 2019.
- M. Pyziak-Szafnicka, P. Księżak, *Kodeks Cywilny. Komentarz. Część ogólna*, wyd. II, Wolters Kluwer, Warszawa 2014.
- A. Rapała, *Charakter umownego prawa odstąpienia, ABC - komentarz praktyczny*.
- R. Siciński, *Sprzedż alkoholu przez Internet a nowa ustawa konsumencka*, [http://www.codozasady.pl/sprzedaz-alkoholu-przez-internet-a-nowa-ustawa-konsumencka/?fbclid=IwAR1CvsFCo6SjpGNfkiy5gwtFzUHfUfZHLliDnEsTQZC0Zx00DS-sWSio\\_uo](http://www.codozasady.pl/sprzedaz-alkoholu-przez-internet-a-nowa-ustawa-konsumencka/?fbclid=IwAR1CvsFCo6SjpGNfkiy5gwtFzUHfUfZHLliDnEsTQZC0Zx00DS-sWSio_uo), [dostęp: 18.05.2020 r.].
- T. Skoczny, *Ustawa o prawach konsumenta*, C.H. Beck, Warszawa 2015.
- M. Szymczak, *Słownik języka polskiego, Tom II*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1979.
- G. Tracz, *Sposoby jednostronnej rezygnacji z zobowiązań umownych*, Wolters Kluwer Polska, wyd. 1, Warszawa 2008.
- M. Załucki, *Kodeks cywilny. Komentarz*, C.H. Beck, wyd. 1, Warszawa 2019.

## WYKAZ ORZECZEŃ SĄDOWYCH

Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 21 stycznia 1998 r. I SA 879/97, LEX nr 445530.

Wyrok Trybunału (wielka izba) z dnia 25 października 2005 r., C-350/03, EU:C:2005:637, LEX nr 226231.

Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 17 grudnia 2009 r., C-227/08, EU:C:2009:792, LEX nr 532656.

Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 15 kwietnia 2010 r., C-511/08, LEX nr 569529.

Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 22 listopada 2011 r., sygn. akt XVII AmC 1894/11, LEX nr 1228954.

Wyrok Sądu Okręgowego w Elblągu z dnia 8 kwietnia 2013 r., sygn. akt I Ca 55/13, LEX nr 184497.

Wyrok Sądu Okręgowego w Katowicach z dn. 31 stycznia 2017 r., II C 831/16, LEX nr 2477559.

Wyrok Sąd Rejonowy w Środzie Śląskiej z dnia 21 lutego 2017 r., sygn. akt I C 46/17, LEX nr 2265929.

Wyrok Sądu Rejonowego w Kędzierzynie-Koźlu z dnia 7 sierpnia 2017 r., sygn. akt. I C 633/15, LEX nr 2413379.

Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 7 sierpnia 2018 r., C-485/17, LEX nr 2600206.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 28 listopada 2018 r., sygn. akt VII Aga 1142/18, LEX nr 2628904.

Wyrok Sądu Okręgowego w Kielcach z dnia 28 stycznia 2019 r.

Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 28 lutego 2019 r., sygn. akt XVII Ama 16/17, LEX nr 2686543.

Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 27 marca 2019 r., sygn. akt C-681/17, LEX nr 2637757.

Wyrok Sądu Rejonowego w Łąncucie z dnia 25 czerwca 2019 r., sygn. akt I C 14/19, LEX nr 2700302.

Postanowienia Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 grudnia 2019 r., C-465/19, LEX nr 2755830.





Wydawnictwo powstało w ramach serii „Biblioteka UOKiK”. Niniejsza publikacja zajęła II miejsce w konkursie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na najlepszą pracę magisterską poświęconą ochronie konsumentów w edycji 2020/2021.



**Monika Koszek** - absolwentka kierunku prawo na Wydziale Prawa i Administracji na Uniwersytecie Łódzkim. Obecnie aplikantka adwokacka przy Okręgowej Radzie Adwokackiej w Warszawie.

„Współczesne realia gospodarcze charakteryzuje m.in. rosnąca ilość transakcji zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa. Wielu z nas kupuje prezenty przez Internet. Niemal każdego dnia odbieramy telefony od osób próbujących nam coś sprzedać lub zaproponować jakąś usługę. Dodatkowym czynnikiem stymulującym rosnącą ilość opisywanych przez autorkę transakcji jest panująca epidemia COVID 19. Regulacja ustawowa zawarta w ustawie z dnia 30 maja 2014 r. o ochronie praw konsumentów wciąż tymczasem wydaje się stosunkowo świeża i rodzi istotne wątpliwości. Temat pracy jest zatem niezmiernie aktualny i wart opracowania. Autorka trafnie lokalizuje problemy, prezentując poglądy doktryny i orzecznictwa formułuje własne, bardzo dobrze umotywowane, konkluzje.”

Z recenzji **dr. hab. Bartosza Kucharskiego, prof. UŁ**

ISBN 978-83-64681-24-0

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa  
[www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)