

Ustawa o prawach konsumenta

Jeżeli przedsiębiorca nie dopełni obowiązków określonych w art. 39 ust. 1–3 UoPK, konsument ma prawo odstąpić od umowy w każdym czasie bez konieczności ponoszenia kosztów należnych przedsiębiorcy. Takie zagrożenie powinno zwiększyć motywację przedsiębiorców do przestrzegania przepisów ustawy. – **JULITA ZIMOCH-TUCHOŁKA**

Ustawa z 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (dalej zwana „UoPK”) wchodzi w życie 25 grudnia 2014 r. Uchyla ona dwie ustawy, które dotychczas regulowały prawa konsumentów: ustawę z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz ustawę z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.

Nowa ustawa wdraża do polskiego prawa Dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów. **UoPK stosuje się do umów dotyczących usług finansowych, w tym umów ubezpieczenia, tylko jeżeli umowa zawierana jest na odległość.** Do takich umów stosuje się przepisy rozdziału 5 ustawy, który transponuje przepisy dyrektywy 2002/65/WE dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość.

UMOWA ZAWIERANA NA ODLEGŁOŚĆ I KONSUMENT

Art. 2 pkt 1 UoPK stanowi, że umową zawartą na odległość jest 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. Za środki porozumiewania się na odległość uważa się m.in. telefon, SMS, pocztę elektroniczną lub składanie zamówień przez specjalne formularze na stronach internetowych przedsiębiorcy.

Nowa definicja zasadniczo odpowiada dotychczasowej definicji z art. 6 ust. 1 ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o od-



Julita Zimoch-Tuchołka jest radcą prawnym i partnerem w kancelarii Domański Zakrzewski Palinka.

powiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Definicja ta zawiera cztery przesłanki:

1. stronami umowy muszą być konsument i przedsiębiorca (tzw. obrót B2C);
2. umowa zawierana jest bez fizycznej obecności stron;
3. wykorzystany jest jeden lub większa liczba środków porozumiewania się na odległość;
4. przedsiębiorca powinien zawierać tego rodzaju umowy w sposób zorganizowany.

Czwartą przesłankę należy rozumieć w ten sposób, że przedsiębiorca powinien posiadać zorganizowany system zawierania umów na odległość, np. przez stworzenie odpowiedniej strony internetowej. Oczywiście przedsiębiorca może ponadto zawierać umowy w sposób tradycyjny w lokalu przedsiębiorstwa lub poza lokalem. UoPK zmienia również definicję konsumenta zawartą w art. 22¹ Kodeksu cywilnego. Zgodnie z nową definicją **za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.**

OBOWIĄZKI INFORMACYJNE WOBEC KONSUMENTA

UoPK określa 20 kategorii informacji, które muszą być przekazywane konsumentowi, m.in. dane przedsiębiorcy i jego przedstawiciela, istotne właściwo-

ści świadczenia i jego przedmiot, cena lub wynagrodzenie obejmujące wszystkie ich składniki, ryzyko związane z usługą finansową, koszty oraz termin i sposób świadczenia usługi, miejsce i sposób składania reklamacji i sposób rozstrzygania sporów. Przedsiębiorca zobowiązany jest przekazać te informacje konsumentowi najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową (art. 39 UoPK). Jest on zobowiązany przekazać konsumentowi informacje w sposób jasny i zrozumiały, wskazujący na zamiar zawarcia umowy i odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość. Wymóg poinformowania konsumenta w sposób jasny i zrozumiały jest obecnie zawarty w wielu aktach unijnych i w polskich przepisach (np. art. 385 § 2 k.c.). Wymóg poinformowania w sposób wskazujący na zamiar zawarcia umowy należy rozumieć w ten sposób, że **przedsiębiorca powinien zwrócić konsumentowi uwagę, że wskutek złożenia oświadczenia woli dochodzi do zawarcia umowy między stronami.** Nowa ustawa jednoznacznie określa, że to na przedsiębiorcy ciąży obowiązek poinformowania konsumenta. Na gruncie wcześniejszych przepisów zdarzały się bowiem próby nadinterpretacji, kto ma poinformować konsumenta (czy konsument sam powinien podjąć działania do pozyskania informacji, czy ciąży to być może na organach państwa zapewniających konsumentowi należyty poziom ochrony). Ustawa natomiast nie przesądza, czy informacje mają być przekazywane konsumentowi w taki sposób i z takim wyprzedzeniem, aby konsument miał szansę je uwzględnić przy podejmowaniu ostatecznej decyzji. Taki postulat formułują niektórzy przedstawiciele doktryny (por. dr Berenika Kaczmarek-Templin, prof. UO, dr hab. Piotr Stec, prof. UO, dr hab. Dariusz Szostek, Komentarz do art. 39, [w:] Ustawa o prawach konsu-

menta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz, 2014). Wydaje się, że należy uzależnić to zarówno od woli konsumenta, jak również od rodzaju użytego środka porozumiewania się na odległość. W przypadku korespondencji mailowej przedsiębiorca, przysyłając wymagane informacje, spełnia swój obowiązek poinformowania konsumenta, natomiast to konsument decyduje, w jakim czasie podejmie decyzję o zawarciu umowy. Z tego względu wydaje się, że żądanie przedsiębiorcy, aby konsument podjął decyzję w krótkim czasie, który nie pozwala mu na zapoznanie się z przekazanymi informacjami, byłoby niezgodne z ustawą, natomiast nic nie stoi na przeszkodzie, aby przedsiębiorca wyznaczył konsumentowi rozsądny czas na podjęcie decyzji, który umożliwia mu zapoznanie się z materiałami.

W przypadku przekazywania informacji w formie głosowych komunikatów telefonicznych przedsiębiorca może zamiast przekazywania 20 kategorii informacji przekazać konsumentowi tylko 6 kategorii, jeżeli konsument udzieli na to wyraźnej zgody.

Przedsiębiorca powinien przekazać konsumentowi wymagane informacje w formie papierowej lub na innym trwałym nośniku dostępnym dla konsumenta przed zawarciem umowy, natomiast gdy umowa jest na życzenie konsumenta zawierana z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość, który na to nie pozwala – niezwłocznie po jej zawarciu. Konsument może w czasie trwania umowy żądać potwierdzenia jej treści na piśmie. Konsument ma także prawo żądać zmiany środka porozumiewania się na odległość, chyba że stosowanie takiego środka nie jest przewidziane w umowie lub nie odpowiada on charakterowi świadczonej usługi. Uprawnienie to jest zatem dosyć ograniczone i może być wykonane przez konsumenta tylko wtedy, gdy umowa przewiduje kilka sposobów komunikacji.

Obowiązki informacyjne nie mają zastosowania do pewnej kategorii jednorazowych świadczeń, które są spełniane przy użyciu środków porozumiewania się na odległość (np. za pomocą SMS-ów). Również w przypadku zawarcia umowy ramowej i wykonania w związku z tym obowiązków informacyjnych, przedsiębiorca nie musi ponownie przekazywać informacji przy zawieraniu umów szczegółowych. Natomiast jeżeli przedsiębiorca wykonuje na rzecz konsumenta pewne powtarzalne świadczenia, które nie wynikają z wcześniej zawartej umowy ramowej, obowiązek informacyjny

dotyczy tylko pierwszej z tych czynności, jeżeli kolejne świadczenia wykonywane są w ciągu roku od dnia wykonania pierwszej czynności.

PRAWO ODSTĄPIENIA OD UMOWY

W przypadku umów ubezpieczenia konsument może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 30 dni od dnia poinformowania go o zawarciu umowy lub od dnia potwierdzenia informacji w terminie określonym w art. 39 ust. 3 UoPK. Powyższy przepis powtarza regulacje, które były zawarte w poprzednio obowiązujących przepisach.

Termin do odstąpienia od umowy ubezpieczenia jest terminem szczególnym. Ustawodawca uznał, że ze względu na stopień skomplikowania i złożoność postanowień umowy ubezpieczenia należy przyznać konsumentom dłuższy termin niż standardowy 14-dniowy termin do odstąpienia mający zastosowanie do pozostałych umów, tak aby konsumenci mieli czas na zapoznanie się i zrozumienie postanowień umowy. Również inaczej zostało uregulowane, od kiedy liczy się termin do odstąpienia. W przypadku pozostałych umów termin ten liczony jest od dnia zawarcia umowy lub dnia potwierdzenia konsumentowi informacji na piśmie lub innym trwałym nośniku, natomiast **w przypadku umów ubezpieczenia termin ten liczy się od poinformowania konsumenta o zawarciu umowy, a nie od jej faktycznego zawarcia, co jest związane ze specyfiką tych umów.**

Nowością w ustawie jest natomiast przepis stanowiący, że termin do odstąpienia uważa się za zachowany, jeżeli przed jego upływem oświadczenie zostało wysłane.

Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje konsumentowi w przypadkach umów całkowicie wykonanych na żądanie konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia oraz ubezpieczeń dotyczących podróży i bagażu lub innych podobnych, jeżeli zawarte zostały na okres krótszy niż 30 dni.

Jeżeli przed upływem terminów do odstąpienia rozpocznie się za zgodą konsumenta ochrona ubezpieczeniowa, ubezpieczyciel może żądać zapłaty składki za świadczoną ochronę ubezpieczeniową.

SANKCJE ZA NIEPRZESTRZEGANIE UOPK

Jeżeli przedsiębiorca nie dopełni obowiązków określonych w art. 39 ust. 1–3 UoPK, konsument ma prawo odstąpić od umowy w każdym czasie bez konieczności ponoszenia kosztów należnych przedsiębiorcy (art. 41 UoPK). Jest to poważna sankcja i intencją ustawodawcy było, aby taka sankcja zwiększała motywację przedsiębiorców do przestrzegania przepisów ustawy. W ustawie nie został określony stopień dokładności przekazywanych informacji. Byłoby to zresztą bardzo trudne z uwagi na różnorodność przypadków, które mogą występować w praktyce. Z tego względu, oceniając ewentualne uchybienia przedsiębiorców w wypełnieniu tego obowiązku, należy kierować się zasadą zdrowego rozsądku i w przypadku drobnych lub oczywistych błędów sankcja ta nie powinna mieć zastosowania.

Poważną sankcją jest również wprowadzenie do Kodeksu wykroczeń nowego art. 139b penalizującego niewypełnianie obowiązku udzielenia informacji lub wydania dokumentu wynikającego z przepisów UoPK przez podmioty zobowiązane pod groźbą grzywny. □

