



*Janina Ligner-Żeromska  
adwokat, Partner  
Praktyka IP & TMT  
Kancelaria Domański Zakrzewski Palinka*

## Ochrona konsumentów w praktyce w branży hotelarskiej i jej wyłączenia

*Prawo od dawna zmagają się z jednoznacznym i nie budzącym wątpliwości zdefiniowaniem kim jest konsument.*

Potrzeba definicji wywodzi się z założenia, iż w rzeczywistości rozwiniętej gospodarki rynkowej, niezbędne są działania zmierzające do wyrównania szans podmiotów (w każdym razie teoretycznie) słabszych i gorzej poinformowanych w kontraktowaniu ze stronami silniejszymi, jakimi są (znowu co najmniej teoretycznie) podmioty prowadzące działalność gospodarczą. Taka zwiększona ochrona nie tylko jest sprawiedliwa, ale przede wszystkim przyczynia się do rozwoju rynku opartego na sprzedaży (i konsumpcji właśnie).

### Dlaczego chronimy konsumentów?

W systemie prawa polskiego, samo pojęcie konsumenta zostało wprowadzone do kodeksu cywilnego w 1990 roku, z tym, że wówczas zabrakło jego definicji. W rzeczywistości przed 1989 rokiem nie było najwyraźniej potrzeby ochrony kupującego – osoby fizycznej wobec państwowych przecież podmiotów gospodarczych (nie wiem, czy ktoś jeszcze pamięta – nazywanych j.g.u – to jest jednostek gospodarki uspołecznionej). Trzeba jednak powiedzieć, iż w tej kwestii nie byliśmy

nadmiernie spóźnieni, jako, że i w Unii Europejskiej pierwsze przepisy dyrektyw wprowadzające pojęcie konsumenta pojawiły się w latach osiemdziesiątych (pierwsza była Dyrektywa Rady 85/577/EWG z roku 1985 w sprawie ochrony konsumentów o odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa). Konsekwencją wprowadzenia definicji i przepisów o konsumentach jest także formalne wzmocnienie ich ochrony w stosunkach gospodarczych. Konsumentom przysługują pewne dodatkowe przywileje, co przejawia się przede wszystkim w tym, że istnieje katalog postanowień umownych, których nie wolno stosować w umowach z nimi (a nie ma przeciwwskazań aby były używane w relacjach z podmiotami gospodarczymi). Szczególny nacisk kładzie się na to, aby zapisy umowne były fair (tj. zgodne z dobrymi obyczajami), zastrzeżone są reguły oceny, czy dany przekaz (głównie reklamowy) może wprowadzać konsumenta w błąd, co do zasady konsument jest uprawniony do jasnego zakomunikowania mu większej ilości informacji, a w określonych sytuacjach może odstąpić do umowy nawet bez podania przyczyn. Ważne jest

więc, aby nie budziło wątpliwości kto jest uprawniony do takich przywilejów, co wbrew pozorom nie zawsze jest to oczywiste.

### Kim jest konsument?

Definicja konsumenta znalazła się w kodeksie dopiero w 2003 roku. Została wprowadzona do części ogólnej kodeksu co oznacza, że ma zastosowanie do całego prawa cywilnego. I tak, zgodnie z art. 22<sup>1</sup> kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. O ile w przypadku osób fizycznych w ogóle nie prowadzących działalności gospodarczej sprawa jest prosta (i właściwie każda umowa zawarta z taką osobą będzie umową w tzw. obrocie konsumenckim), to już w przypadku tych samych osób, które prowadzą jednocześnie działalność gospodarczą, to czy jedna strona będzie uprzywilejowana jako konsument, będzie zależało od tego, czy zawarcie umowy będzie związane bezpośrednio z jej działalnością zawodową lub gospodarczą czy też nie. W tym przypadku mogą i pojawiają się czasem sytuacje niejednoznaczne. Przykładowo gdy ja, jako adwokat zaciągam kredyt na działalność mojej kancelarii, zostanie uznane, że nie jestem konsumentem, ale już gdy jest to kredyt na mieszkanie, nie służące do celów zawodowych, bank powinien zastosować względem mnie umowę kredytową nienaruszającą praw konsumenta.

W przypadku korzystania z usług hotelowych osoba fizyczna może występować w roli konsumenta jeśli zamawia pokój hotelowy prywatnie, bez związku ze swoją pracą lub aktywnością gospodarczą. Jednakże ta sama osoba może także spędzić dwie kolejne noce w tym samym hotelu: pierwszą zawodowo nocując w nim np. w związku z terminem spotkania w innym mieście, a drugą – kiedy zostanie w tym mieście na weekend – już prywatnie. Teoretycznie co najmniej – wzór umowy zawieranej z podmiotem prowadzącym hotel mógłby być inny w zależności od tego, w jakim charakterze będzie występowała.

Niestety nawet jeżeli gość żąda, aby hotel wystawił mu fakturę VAT (w której on osobiście, jako przedsiębiorca, byłby wskazany jako odbiorca), nie przesądza to w sposób niepodważalny o tym, że nasz kontrahent nie jest chroniony jako konsument. Jeżeli okazało by się, że o wystawienie faktury prosił wyłącznie dla potrzeb swojej „optymalizacji podatkowej”, zaś w rzeczywistości jego pobyt w hotelu żadnego związku z jego działalnością ani zawodem nie miał, to co prawda oznacza to odpowiedzialność wobec fiskusa (co jest zupełnie odrębną kwestią), ale ochrona konsumencka będzie mu przysługiwać.

### Postanowienia niedozwolone w umowach z konsumentami

Zgodnie z art. 385<sup>1</sup> kodeksu cywilnego

**Konsumentom przysługują dodatkowe przywileje. Istnieje katalog postanowień umownych, których nie wolno stosować w umowach z konsumentami (a nie ma przeciwwskazań aby były używane w relacjach z podmiotami gospodarczymi)**

76 postanowienia umowy niezgodnione z konsumentem indywidualnie (a więc jeśli na ich treść konsument nie miał rzeczywistego wpływu – szczególnie wszelkie wzorce i formularze) nie wiążą go jeśli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Takie postanowienia uznawane są za niedozwolone. Art. 385<sup>3</sup> kodeksu cywilnego wskazuje (niewyczerpujący) katalog takich klauzul.

Przykładowo takim postanowieniem byłby zapis wzorca umowy, którym posługuje się hotel, który pozwalałby na zmianę ceny pokoju po jej potwierdzeniu w zamówieniu bez żadnej przyczyny, nie pozwalając jednocześnie konsumentowi na odstąpienie od umowy. Było by tak również, gdyby zawarcie umowy z hotelem było uzależnione od przyrzeczenia przez konsumenta, że w przyszłości również będzie korzystał z hotelu lub gdyby formularz zawierał postanowienia, z którymi konsument nie miał możliwości zapoznania się przed zawarciem umowy. W takiej sytuacji konsumentowi (a także każdej organizacji ochrony konsumentów) przysługiwałoby prawo wytoczenia powództwa o uznanie wzorca umowy za niedozwolony, a postępowanie sądowe toczyłoby się nawet jeśli operator

hotelowy zaniechałby stosowania takiego wzorca po wytoczeniu powództwa. Powództwo mogłoby być także wytoczone jeśli od zaprzestania posługiwania się takim wzorcem minęło mniej niż 6 miesięcy.

### Rejestr klauzul niedozwolonych

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzi rejestr postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone. Rejestr ten jest jawny i opiera się na wyrokach sądu antymonopolowego. W branży hotelarskiej za niedozwolone zostały uznane m.in. następujące postanowienia: „Operator Programu lojalnościowego xxx, ani żadna inna spółka grupy xxx Hotel, nie ponoszą odpowiedzialności z tytułu niewielkich różnic, w szczególności kolorystycznych, pomiędzy wyglądem Nagrody w Katalogu Nagród a jej rzeczywistym wyglądem” oraz „Za uszkodzenia i wady stwierdzone przez Gościa lojalnościowego po odebraniu nagrody Operator Programu xxx, ani żadna inna spółka grupy xxx Hotel, nie odpowiadają”, a także „Niniejszy Regulamin może zostać zmieniony w każdym czasie, w chwili publikacji jego zmienionej wersji na stronie internetowej www xxx”.

### Czy można ograniczyć prawa konsumenta?

Przy szerokiej ochronie konsumenta (i utrwalonej w prawie europejskim i polskim tendencji do jej poszerzania), warto wspomnieć o istotnym ograniczeniu jego praw w relacjach z hotelami i innymi miejscami zakwaterowania. Otóż, w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów (oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny) zostały wprowadzone istotne przywileje dla konsumentów w przypadku zawierania umów na odległość (czyli głównie drogą elektroniczną). Jednak część z tych uprawnień została wyłączona jeżeli umowa dotyczy świadczenia usług zakwaterowania (jak to definiuje ustawa). W takiej sytuacji konsument nie ma możliwości skorzystania z jednego z najdonioślejszych i najczęściej stosowanych przywilejów w umowach zawieranych przez Internet tj. odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w terminie 10 dni



77 od jej zawarcia. Konsument nie musi również otrzymać – jak ma to miejsce w przypadku innych umów – pełnego katalogu informacji o przedsiębiorcy i usłudze, którą zamawia, później potwierdzonych na piśmie. Do branży hotelarskiej nie ma też zastosowania przepis, który w innych przypadkach nakłada (o ile strony nie umówiły się inaczej) obowiązek wykonania umowy najpóźniej w terminie 30 dni od dnia złożenia przez konsumenta oświadczenia woli o jej zawarciu.

### O czym trzeba pamiętać?

Każda branża świadcząca usługi konsumentom, w tym oczywiście hotelarska, powinna mieć wzgląd na ich szczególne przywileje. Należy pamiętać, że z instrumentów ochrony prawnej korzystać mogą nie tylko sami konsumenci w swoich indywidualnych sprawach. Daleko bardziej niebezpieczna dla przedsię-

biorcy jest ewentualność, że jego postępowanie ocenione zostanie jako praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów przez organy publiczne ustawowo postawione na ich straży, czyli przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Może się to skończyć nałożeniem na przedsiębiorcę dotkliwych kar pieniężnych (do 10% przychodu za poprzedni rok obrotowy), jak i trudnymi do powetowania szkodami wizerunkowymi związanymi z publikacją informacji o nałożeniu na przedsiębiorcę kary za takie praktyki. Brak wiedzy lub lekceważenie tej kwestii przykładowo poprzez stosowanie wzorców zawierających niedozwolone klauzule może mieć ogromny wpływ nie tylko na bezpośrednie dochody, ale przede wszystkim na reputację hotelu. A ta ostatnia, w branży hotelarskiej i w dobie błyskawicznego wymieniania informacji w internecie (właśnie przez konsumentów), jest nie do przecenienia. ▶