

Jetmira Francesca Velaj

OCHRONA KONSUMENTA W POLSCE I UNII EUROPEJSKIEJ. POLEPSZENIE SYTUACJI PRAWNEJ KONSUMENTA NA RYNKU W DRODZE KONSOLIDACJI POLSKIEGO PRAWA KONSUMENCKIEGO*

Tematyka prawno-porównawcza dotycząca implementacji dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji¹ (dalej jako „dyrektywa”) cieszy się dużym zainteresowaniem polskiej doktryny oraz orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Z drugiej strony, ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego² (dalej jako „ustawa o sprzedaży konsumenckiej”) stanowi odzwierciedlenie postanowień dyrektywy w celu zapewnienia wyższego poziomu ochrony konsumentów i jednocześnie ulepszenia funkcjonowania rynku wewnętrznego.

Ochrona konsumenta przeszła prawdziwą ewolucję, rozpoczynając od pochodnej polityki Wspólnego Rynku, kończąc na statusie samodzielnej polityki wspólnotowej³. Z czasem ustępowała teoria, zgodnie z którą samo zniesienie barier rynkowych i rozwój wolnej konkurencji miały sprzyjać poprawie sytuacji konsumenta w Unii Europejskiej⁴. Dopiero w 1972 r. ochrona konsumenta została zaliczona do najważniejszych środków umożliwiających osiągnięcie celów wymienionych w art. 2 Traktatu Rzymskiego. Trzy lata później Rada Europejska przyjęła pierwszy pięcioletni program ochrony oraz informowania konsumentów. Program ten przewidywał pięć podstawowych praw konsumentów, tj. do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa, do ochrony interesów ekonomicznych, do naprawienia wyrządzonej szkody, do informacji i edukacji oraz do reprezentacji. Ważnymi elementami wprowadzonymi do tego programu są również zasady oraz priorytety, które mają być stosowane do ochrony ekonomicznych interesów konsumenta, a także lista środków służących pełnej realizacji programu⁵.

W 1986 r. na mocy Jednolitego Aktu Europejskiego, zawartego 17 lutego 1986 r. w Luksemburgu oraz 28 lutego 1986 r. w Hadze⁶ (dalej jako „Jednolity Akt Europejski” lub „JAE”) Komisja, Parlament Europejski oraz Rada przyjęły za podstawę ich funkcjonowania wysoki poziom ochrony konsumenta⁷. Dzięki zawarciu 2 października 1997 r. Traktatu z Amsterdamu zmieniającego Traktat o Unii Europejskiej, Traktaty ustanawiające Wspólnoty Europejskie oraz niektóre związane z nimi akty⁸ (zwanego dalej „Traktatem Amsterdamskim”) oraz nowelizacji art. 153 tego Traktatu zostały wprowadzone podstawowe prawa konsumenta do prawa wtórnego w ramach polityki konsumenckiej. Traktat z Nicei zmieniający Traktat o Unii Europejskiej, Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską oraz niektóre związane z nimi akty prawne, zawarty 26 lutego 2001 r.⁹ (zwany dalej „Traktatem Nicejskim”) nie wprowadzał żadnych zmian w odniesieniu do regulacji zapewniających ochronę konsumenta. Wysoki poziom ochrony miał być osiągnięty za pomocą wdrażania dodatkowych programów wspólnotowych¹⁰.

*Wyjaśnienie dla czytelnika: Ponieważ artykuł jest wynikiem pracy referatu wygłoszonego na Konferencji z dnia 12 marca 2014 roku o tej samej tematyce, autor nie uwzględnił w nim późniejsze zmiany, które mają nastąpić w wyniku wejścia w życie nowej ustawy o prawach konsumenta.

¹ Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.Urz. WE L 171, s. 12 z 7.7.1999 r.).

² Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.).

³ M. Lijowska, O kolizyjnoprawnych problemach dostosowania prawa polskiego do europejskiego prawa ochrony konsumenta, KPP 2004, nr 1, s. 137.

⁴ R. Szostak, O konieczności dostosowania polskich przepisów o ochronie konsumenta do europejskich rozwiązań prawnych, PS 1995, nr 2, s. 34.

⁵ A. Makowska, Sprzedaż konsumencka w prawie Unii Europejskiej i prawie polskim, Toruń 2006, s. 11.

⁶ Jednolity Akt Europejski (Dz.Urz. WE L 169 z 29.6.1987 r.).

⁷ A. Makowska, Sprzedaż konsumencka..., s.12.

⁸ Traktat z Amsterdamu zmieniający Traktat o Unii Europejskiej, Traktaty ustanawiające Wspólnoty Europejskie i niektóre związane z nimi akty (Dz.Urz. C 340 z 10.11.1997 r.).

⁹ Traktat z Nicei zmieniający Traktat o Unii Europejskiej, Traktaty ustanawiające Wspólnoty Europejskie i niektóre związane z nimi akty (Dz.Urz. C 80 z 10.3.2001 r.).

¹⁰ M. A. Dausés, M. Sturm, Prawne podstawy ochrony konsumenta na wewnętrznym rynku Unii Europejskiej, KPP 1997, nr 1, s. 36.

Celem niniejszego referatu jest omówienie zagadnień dotyczących ochrony konsumentów i problemów z tym związanych w polskim oraz europejskim prawie konsumenckim. Wykorzystując znajomość europejskiego oraz polskiego prawa konsumenckiego w praktyce, autor stawia tezę związaną z potrzebą konsolidacji prawa konsumenckiego w Polsce.

Dyrektywa 99/44 i ochrona konsumenta w Unii Europejskiej

Zapewnienie wysokiego poziomu ochrony, stanowi jeden z podstawowych celów Unii Europejskiej. Cel ten jest osiągnięty poprzez instytucję europejskiego rynku wewnętrznego, jego niezakłócone działanie czy funkcjonowanie¹¹.

W art. 95 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (dalej jako „TWE”) podkreślono przede wszystkim znaczenie kwestii związanych z jednolitym rynkiem, bez barier wewnętrznych, który gwarantuje wysokie standardy ochrony konsumenta¹². Natomiast dyrektywa 99/44 jest uważana za „kamień węgielny” ochrony konsumentów i stanowi najważniejszy akt prawny Unii Europejskiej w zakresie prawa kontraktowego oraz – po jej implementacji w drodze ustawy o sprzedaży konsumenckiej¹³ – również polskiego prawa cywilnego.

We współczesnym prawie europejskim szeroko rozumiana ochrona konsumenta ma niezwykle istotne znaczenie. Prawa przyznane konsumentom stanowią najważniejszy trzon instytucji ich ochrony. W początkowym okresie istnienia Unii Europejskiej prawa zagwarantowane konsumentom były traktowane jako tzw. „produkt uboczny”¹⁴. Z drugiej strony, Traktat Rzymski wprowadził regulacje prawne zmierzające do ochrony konsumentów. Na podstawie art. 95 ust. 3 TWE – przed wersją nadaną traktatem nicejskim – Komisja w swoich wnioskach przyjmuje jako podstawę wysoki poziom ochrony. Zgodnie z tym samym przepisem, ust. 1 Rada przyjmuje środki dotyczące zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, które mają na celu ustanowienie i funkcjonowanie rynku wewnętrznego. Wyraźnie wskazuje się na główny cel Komisji, którym miało być przede wszystkim zniesienie barier w handlu europejskim, a także ustanowienie i funkcjonowanie rynku wewnętrznego.

Rozdźwięk pomiędzy interesem grupy a interesem poszczególnych jej członków prowadzi do powstania systemu mającego za przedmiot umowy konsumenckie, a dokładniej, systemu prawo zobowiązań¹⁵. Dochodzimy w ten sposób do wniosku, że taki system uważany jest za początek europejskiej harmonizacji prawa cywilnego.

W ostatnich latach w europejskiej polityce prokonsumenckiej nastąpiły istotne zmiany¹⁶. Ustawodawca preferuje zasadę minimalnej harmonizacji i w związku z tym metoda tzw. „totalnej harmonizacji” staje się coraz rzadsza, i jednocześnie coraz mniej efektywna w europejskim obszarze prawa konsumenckiego.

Implementacja dyrektyw dokonuje się z uwzględnieniem ich pełnej treści, z poszanowaniem realiów prawnych, ekonomicznych oraz społeczno-kulturowych istniejących w poszczególnych krajach, a także w Unii Europejskiej¹⁷. Zgodnie z poglądem E. Łętowskiej, „obecna strategia w zakresie polityki konsumenckiej, koncentruje się przede wszystkim na zapewnieniu rzeczywiście wysokiego poziomu ochrony konsumenta na całym wspólnym rynku, a ponadto na rzeczywiście efektywnej realizacji praw konsumentów”¹⁸.

Wraz z postępującymi procesami integracyjnymi w Unii Europejskiej, prawo konsumenckie rozwinęło się i stopniowo stało się autonomiczną dziedziną, która wymaga wprowadzenia różnych regulacji. Podczas analizy poszczególnych europejskich dyrektyw konsumenckich da się zauważyć położenie większego nacisku na problematykę konsumencką¹⁹.

Dyrektywa nie tworzy kompleksowej regulacji instytucji sprzedaży konsumenckiej. Dotyczy ona jedynie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji. Odpowiednim aktem prawnym z

¹¹ E. Łętowska, Europejskie prawo umów konsumenckich, Warszawa 2004, s. 67.

¹² *Ibidem*, s. 11 i n.

¹³ M. Pecyna, Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz, Kraków 2007, s. 12.

¹⁴ E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, Warszawa 2002, s. 15.

¹⁵ M. Skory, Klauzule abuzywne w polskim prawie ochrony konsumenta, Kraków 2005, s. 36.

¹⁶ *Ibidem*, s. 37.

¹⁷ M. Skory, Klauzule abuzywne..., s. 39-40.

¹⁸ E. Łętowska, Europejskie prawo..., s. 23.

¹⁹ M. Skory, Klauzule abuzywne..., s. 32.

punktu widzenia implementacji dyrektywy powinien być Kodeks cywilny²⁰. Jednak w uzasadnieniu do polskiej ustawy o sprzedaży konsumenckiej wskazano na długi okres potrzebnym do dokonania nowelizacji Kodeksu cywilnego. Celem przyświecającym ustawodawcy w związku z wydaniem tej ustawy było stworzenie mechanizmu weryfikacji wprowadzonych do niej rozwiązań przed dokonaniem zmiany Kodeksu cywilnego w zakresie regulacji sprzedaży konsumenckiej²¹.

Konsument i sprzedawca są stronami umowy sprzedaży konsumenckiej. Na podstawie art. 1 ust. 2 lit. a dyrektywy, za konsumenta uważa się każdą osobę fizyczną, która w zakresie umów objętych dyrektywą działa w celach niezwiązanych z jej działalnością handlową, przedsiębiorstwem czy zawodem.

Z drugiej strony, dyrektywa, w art. 1 ust. 2 lit. c, podaje definicję sprzedawcy. Jest nim każda osoba fizyczna lub prawna, która sprzedaje towary konsumpcyjne w ramach prowadzonej działalności handlowej, przedsiębiorstwa lub zawodowej. Należy zwrócić uwagę, że używanego określenia „sprzedaje” nie można interpretować ściśle, gdyż zakres przedmiotowy dyrektywy nie ogranicza się jedynie do umów sprzedaży²².

Przedmiot umowy sprzedaży konsumenckiej został określony w art. 1 ust. 2 lit. b dyrektywy. Są nim towary konsumpcyjne, rozumiane jako materialne rzeczy ruchome, z wyjątkiem, po pierwsze, towarów sprzedanych w toku postępowania egzekucyjnego lub w inny sposób przez władze sądowe, po drugie, wody i gazu, pod warunkiem, że nie są one wystawione na sprzedaż w ograniczonej objętości lub ustalonej ilości oraz, po trzecie, elektryczności.

Pojęcie sprzedaży konsumenckiej przyjęte w dyrektywie jest szersze w porównaniu z pojęciem istniejącym w polskim prawie cywilnym czy w systemach prawnych innych państw członkowskich. Taki szeroki zakres tego pojęcia uzasadniony jest przede wszystkim tym, że regulacją dyrektywy objęte są również umowy o dzieło, kontraktacji, sprzedaży przez komisanta i niektóre umowy mieszane, czyli umowy sprzedaży rzeczy z usługą montażu²³.

Zgodnie z art. 35 ust. 1 Konwencji Narodów Zjednoczonych o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów, sporządzona w Wiedniu dnia 11 kwietnia 1980 r.²⁴ (zwana dalej „Konwencją Wiedeńską”) „sprzedający powinien dostarczyć towary według ilości, jakości i w asortymencie przewidzianym w umowie oraz umieszczone lub zapakowane w sposób przewidziany w umowie”. Treść przywołanego przepisu stanowi odzwierciedlenie zasady zgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Zasada ta została również przyjęta w dyrektywie. W myśl art. 2 ust. 1 dyrektywy, „sprzedawca musi dostarczyć konsumentowi towary, które są zgodne z umową sprzedaży”. Należy dojść do wniosku, że na podstawie tej zasady strony będą mogły decydować, jakie cechy powinien posiadać dany towar, oraz co będzie stanowić brak zgodności z umową²⁵.

Zgodnie z art. 2 ust. 5 dyrektywy, pod hasłem niezgodności towaru z umową kryją się również towary, których wadliwość jest wynikiem instalacji bądź montażu – jeśli montaż jest przewidziany w umowie sprzedaży – dokonanej przez sprzedawcę bądź na jego odpowiedzialność. Takie postanowienie jest równie ważne w przypadku, gdy produkt jest montowany przez konsumenta, a błędy podczas tej czynności wynikają z nieprawidłowej instrukcji montażu otrzymanej od sprzedawcy²⁶.

Sprzedawca jest podmiotem odpowiedzialnym z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży. Odpowiada on niezależnie od własnej winy, a nawet przy braku związku między działaniami bądź zaniechaniami a skutkiem w postaci wadliwości sprzedanego towaru²⁷.

Z kolei, art. 3 dyrektywy określa w sposób szczegółowy cztery uprawnienia konsumentów z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży, tj. naprawa bądź wymiana towaru, obniżenie ceny i odstąpienie od umowy. Procedura realizacji tych uprawnień jest dwustopniowa, co oznacza, że konsument nie ma możliwości wyboru przysługujących mu uprawnień.

²⁰ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. Nr 16, poz. 93 ze zm.).

²¹ M. Pecyna, *Ustawa o sprzedaży...*, s. 14-15.

²² A. Makowska, *Sprzedaż konsumencka...*, s. 24.

²³ *Ibidem*, s. 26.

²⁴ Konwencja Narodów Zjednoczonych o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów (Dz.U. z 1997 r. Nr 45, poz. 286.).

²⁵ A. Makowska, *Sprzedaż konsumencka...*, s. 27.

²⁶ J. Maliszewska-Nienartowicz, *Ochrona konsumenta przed nienależytą jakością świadczenia w Unii Europejskiej i w Polsce*, *Monitor Prawniczy* 2001, nr 24, s. 1214.

²⁷ E. Łętowska, *Prawo umów...*, s. 388.

Zgodnie z art. 3 ust. 3 dyrektywy „...konsument może żądać, aby sprzedawca naprawił towary albo może żądać od sprzedawcy ich zastąpienia, w obu przypadkach jest to wolne od opłat, chyba że byłoby to niemożliwe lub nieproporcjonalne”. Należy podkreślić, że na podstawie dyrektywy środek przybiera postać nieproporcjonalną, gdy jego koszty są wyższe od rozwiązania alternatywnego, uwzględniając wartość towaru zgodnego z umową, istotę niezgodności, a także rozsądny termin i to, na ile wygodne dla konsumenta jest zrealizowanie uprawnienia alternatywnego. Podczas gdy sprzedawca powołuje się na duże koszty, konsument wskazuje istnienie znacznych niedogodności. Należy w tym przypadku dojść do wniosku, że ta regulacja służy uzyskaniu równowagi między interesami obu stron.

W art. 3 ust. 2 i 3 dyrektywy została określona nieodpłatność przywrócenia towaru konsumpcyjnego do stanu zgodności z umową sprzedaży. Sprzedawca zobowiązuje się zwrócić konsumentowi niezbędne koszty związane z transportem, robocizną czy materiałami.

Natomiast przy wystąpieniu jednej z trzech przesłanek, konsument może żądać – zgodnie z art. 3 ust. 5 dyrektywy – stosownego obniżenia ceny czy unieważnienia umowy, jeżeli nie przysługuje mu prawo żądania ani naprawy, ani wymiany towaru lub jeżeli sprzedawca nie dokonał naprawienia szkody w rozsądnym terminie lub jeżeli sprzedawca nie dokonał naprawienia szkody bez większych niedogodności dla konsumenta.

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej i ochrona konsumenta w Polsce

W Polsce implementacja dyrektywy dokonała się poprzez ustawę o sprzedaży konsumenckiej. Niektórzy przedstawiciele doktryny podchodzą do takiego uregulowania krytycznie. M. Pecyna uważa, że droga wybrana przez ustawodawcę jest mało przejrzysta, nieodpowiednia dla polskiego prawa. Implementując dyrektywę poprzez powtórzenie jej postanowień, polska regulacja o sprzedaży konsumenckiej obniża poziom uprawnień konsumenta w porównaniu z uprawnieniami kupującego zgodnie z przepisami k.c. Z drugiej zaś strony, ustawa o sprzedaży konsumenckiej wprowadza kwestie związane ze szczególną odpowiedzialnością odszkodowawczą sprzedawcy za nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umowy²⁸.

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej, zamiast stosować termin „konsument”, posługuje się pojęciem „kupujący”. Należy zwrócić uwagę, że zakres tych pojęć w pełni się pokrywa. W przypadku gdy dokonywana przez osobę fizyczną czynność pozostaje w związku z prowadzoną przez nią działalnością gospodarczą lub zawodową, konieczne jest ustalenie, czy związek z prowadzoną przez tę osobę działalnością ma charakter bezpośredni. Takie rozważanie jest niezbędne, aby móc uznać taką osobę za konsumenta i traktować dokonywane przez nią transakcje jako konsumenckie.

Przepis art. 22¹ k.c. określa pojęcie konsumenta. Zgodnie z tym przepisem, „za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą czy zawodową”. Mając na uwadze fakt, że ten przepis jest zlokalizowany w grupie norm prawnych odnoszących się do osób fizycznych, należy dojść do wniosku, że konsumentem może być wyłącznie osoba fizyczna nie tylko w sferze działalności gospodarczej, ale także zawodowej²⁹.

Istotną cechą przyjętych rozwiązań jest istnienie bezpośredniości wszystkich czynności, które są związane z prowadzeniem działalności gospodarczej albo zawodowej. Bezpośredniość w takim przypadku wiąże się z czynnościami skierowanymi na prowadzenie działalności zarobkowej, czyli takiej, w której występuje efekt zysku³⁰.

Na podstawie art. 2 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, sprzedawca ma obowiązek podania do wiadomości kupującego ceny oferowanego dobra i jego ceny jednostkowej, jeśli te ceny nie wyrażają się tą samą kwotą. Przesłanki ważności i skuteczności złożenia oferty sprzedaży towaru konsumpcyjnego są jednym z najważniejszych rozważań przy takim obowiązku, który ma charakter czysto informacyjny. Nie jest jednak wykluczona odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu *culpa in contrahendo* oraz możliwość powołania się przez nabywcę towaru konsumpcyjnego na wadę oświadczenia woli, o której mowa w art. 84 k.c., jeśli niepodanie ceny wywołało znaczący błąd co do treści czynności prawnej,

²⁸ M. Pecyna, Ustawa o sprzedaży..., s. 13-14.

²⁹ A. Kidyba, Prawo handlowe, wyd. 13, Warszawa 2011, s. 40.

³⁰ *Ibidem*, s. 40.

albo o której mowa w art. 86 k.c. – jeżeli niepodanie ceny podstępnie doprowadziło do złożenia oświadczenia woli o przyjęciu oferty i tym samym zawarcia umowy sprzedaży³¹.

W myśl art. 3 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej „sprzedawca dokonujący sprzedaży w Rzeczypospolitej Polskiej jest obowiązany udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego. Informacje podane przez sprzedawcę muszą być wystarczające do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego. Oznacza to, że informacje mają być pomocne przy korzystaniu z nabytego przedmiotu zgodnie z jego właściwościami oraz przeznaczeniem.

Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeśli towar konsumpcyjny w momencie jego wydania jest niezgodny z umową sprzedaży. W razie stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od momentu wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania. Wynika to z art. 4 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, która określa odpowiedzialność sprzedawcy względem kupującego za brak zgodności towaru z umową sprzedaży.

Zgodnie z art. 6 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, „za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową uważa się również nieprawidłowość w jego zamontowaniu i uruchomieniu, jeżeli czynności te zostały wykonane w ramach umowy sprzedaży przez sprzedawcę lub przez osobę, za którą ponosi on odpowiedzialność, albo przez kupującego według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży”. Przepis ten nakazuje traktować nieprzydatność towaru do zwykłego czy specjalnego celu określonego przez konsumenta na równi z niezgodnością towaru. Rozszerzenie odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności z umową czynności montażowych wiąże się z zastosowaniem art. 2 ust. 5 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Przepis ten wskazuje, że każdy brak zgodności wynikający z umowy traktuje się jak brak zgodności towarów z umową, jeśli instalacja jest objęta umową sprzedaży towarów, a same towary są zainstalowane przez sprzedawcę czy na jego odpowiedzialność.

Zgodnie z art. 8 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, w przypadku, gdy konsument nabywa towar konsumpcyjny niezgodny z umową, może żądać przywrócenia stanu poprzedniego za pomocą nieodpłatnej naprawy lub wymiany na nowy albo żądać obniżenia ceny lub unieważnienia umowy. W pierwszej kolejności konsument ma prawo żądać od sprzedawcy naprawy towarów bądź ich wymiany, chyba że taka naprawa czy wymiana są niemożliwe albo wymagają nadmiernych kosztów. W takiej sytuacji najważniejszą podstawą rozstrzygającą o dopuszczalnym żądaniu jest kryterium niewspółmierności³², co w polskim prawie sprzedaży konsumenckiej jest wyrazem zasady nieproporcjonalności względnej³³.

Natomiast sprzedawca – zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej – odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu; termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru. Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana, strony mogą ten termin skrócić, jednakże nie poniżej jednego roku. Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową sprzedaży ograniczona jest terminem. Odpowiedzialność, o której mowa, trwa przez dwa lata od momentu wydania towaru. Warunkiem odpowiedzialności sprzedawcy jest przede wszystkim poinformowanie go o wadzie przed upływem wskazanego wyżej terminu³⁴.

Z kolei, 17 stycznia wpłynął do Sejmu Rządowy projekt ustawy o prawach konsumenta. Projekt dotyczy implementacji dyrektywy 2011/83 i ujednolicenia i doprecyzowania przepisów dotyczących umów konsumenckich zawieranych w okolicznościach typowych (tj. w lokalu przedsiębiorstwa) w zakresie obowiązków informacyjnych oraz do ujednolicenia i doprecyzowania przepisów dotyczących umów konsumenckich zawieranych w okolicznościach nietypowych (tj. poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość) w zakresie obowiązków informacyjnych, wymogów formalnych związanych z zawieraniem takich umów oraz prawa odstąpienia od nich.

³¹ M. Pecyna, Komentarz do art. 2 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego, Lex, wersja elektroniczna 2003, notka 2.

³² M. Pecyna, Komentarz do art. 8 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach..., notka 1.

³³ M. Grochowski, Sprzedaż konsumencka-koszty reklamacji, MP 2010, nr 10, s. 583.

³⁴ M. Pecyna, Komentarz do art. 10 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach..., notka 1.

Ustawa o prawach konsumentów zmienia dyrektywę Rady 93/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich oraz dyrektywę 99/44 oraz uchyla dyrektywę Rady 85/577/EWG w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość. Te dyrektywy zostały implementowane w polskim prawie konsumenckim odpowiednio: w Kodeksie cywilnym (dyrektywa o nieuczciwych warunkach umownych), w ustawie z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (dyrektywa o sprzedaży konsumenckiej) oraz w ustawie z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (dyrektywa o umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz dyrektywa o umowach zawieranych na odległość).

Drugim celem projektu jest uporządkowanie i zintegrowanie przepisów dotyczących odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej. Chodzi w tym przypadku o przepisów stanowiących implementację dyrektywy o sprzedaży konsumenckiej, wdrożonej do polskiego porządku prawnego ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.

W odniesieniu do implementacji dyrektywy o sprzedaży konsumenckiej, najlepszą drogą wydaje się przeniesienie odpowiednich przepisów do Kodeksu cywilnego w drodze nowelizacji tego kodeksu i zintegrowanie ich z kodeksowymi przepisami dotyczącymi rękojmi i gwarancji. Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej zostanie uchylona.

Dyrektywa o sprzedaży konsumenckiej, inaczej niż dyrektywa o prawach konsumentów, przyjmuje model harmonizacji minimalnej w regulowanym przez siebie zakresie (art. 8 ust. 2 tej dyrektywy). Umożliwia to odejście od jej literalnej treści i dopasowanie przepisów implementujących tę dyrektywę do struktury odpowiedzialności za wadliwość rzeczy sprzedanej uregulowanej w Kodeksie cywilnym.

Należy dodatkowo podkreślić, że w celu zapewnienia konsumentowi szczególnej ochrony przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, katalog obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy zostaje ujednoczony dla obu rodzajów umów oraz istotnie poszerzony w porównaniu z obecnym stanem prawnym.

Ochrona przewidziana przez przepisy o umowach zawieranych z konsumentami została znacznie rozszerzona poprzez modyfikację definicji konsumenta, zawartej w art. 22¹ k.c. Zgodnie z dyrektywą, umożliwią one stosowanie przepisów o ochronie konsumentów również do osób fizycznych, które dokonując czynności związanej z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową, działają także w celu niezwiązanym z tą działalnością, przy czym ten ostatni cel jest przeważający³⁵.

Po takiej analizie, należy dojść do wniosku, że polski ustawodawca przy regulacji konsumenckiej uwzględnił wiele aktów prawnych, tworząc skomplikowany system w zakresie tej polityki. Należy wskazać, że obowiązywanie wielu aktów normatywnych w tym zakresie, implementacje rozmaitych, choćby ważnych dyrektyw europejskich, powoduje problemy w praktyce oraz przyszłą – i możliwie uzasadnioną – krytykę w doktrynie, odnoszącą się przede wszystkim do obniżenia poziomu ochrony konsumenta oraz stworzenia niespójności i luk w polskim systemie prawnym.

Z kolei, włoski ustawodawca okazał się rozsądny, przyczyniając do konsolidacji prawa konsumenckiego. Prawna dyscyplina instytucji sprzedaży konsumenckiej była zawarta w Kodeksie cywilnym do momentu wydania rozporządzenia w dniu 6 września 2005 roku, tzw. Kodeks konsumencki (we włoskim, Codice del consumo)³⁶.

Idąc w ślady włoskiego ustawodawcy, należy stawiać tezę związaną z potrzebą konsolidacji prawa konsumenckiego w Polsce. Polegałoby to przede wszystkim na połączeniu w jeden tekst zasadniczego aktu prawnego oraz aktów go zmieniających. Biorąc pod uwagę wciąż rozwijające się potrzeby konsumenta oraz panujący już od dłuższego czasu kryzys finansowy, ochrona konsumenta byłaby na bardzo wysokim poziomie, a strony porozumiewałyby się bez potrzeby przewlekłego procesowania w sądach. Droga konsolidacji prawa konsumenckiego byłaby łatwiejsza w rozwiązywaniu konfliktów w obszarze tej instytucji a jednocześnie usunęłaby niespójności i luki w systemie. Ponieważ konsolidacja

³⁵ Rządowy projekt ustawy o prawach konsumenta wraz z uzasadnieniem ([http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/Projekty/7-020-887-2014/\\$file/7-020-887-2014.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/Projekty/7-020-887-2014/$file/7-020-887-2014.pdf)).

³⁶ Warto podkreślić, że – zgodnie z poglądem prof. Guido Alpa – włoski Kodeks konsumencki stanowi próbę pewnej kodyfikacji, gdyż porządkuje pewne instytucje w zakresie prawa konsumenckiego, ale z drugiej strony nie reguluje on – na przykład – umowy sprzedaży. Oznacza to, że w przypadku takich braków legislacyjnych, należy się odnieść do odpowiednich przepisów, znajdujących się we włoskim Kodeksie cywilnym.

polskiego prawa konsumenckiego jest nowym pomysłem doktrynalnym, obecny brak orzecznictwa powoduje, że pozostaje tylko wierzyć w to, że w momencie jej konsolidacji, polskie sądy będą sprawnie orzekać w zakresie tej instytucji.

...

CONSUMER PROTECTION IN POLAND AND EUROPEAN UNION. THE CONSOLIDATION OF THE POLISH CONSUMER LAW AND THE IMPROVEMENT OF CONSUMER'S LEGAL POSITION

This article consists in describing the main characteristics of consumer law in Europe and Poland. While in Italy we have just one Act, which is called Consumer Code, in Poland the legal system of the consumer law is really chaotic. At the beginning of the Polish consumer law history, each consumer case was resolved basing the main arguments on the Civil Code. After that, began a big revolution of implementation of the Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees. In 2002 came into force the Polish Act of 27 July 2002 on specific terms and conditions of consumer sale and amendments to the Civil Code. In this way of thinking, the reflection about consolidating the Polish consumer law, would be a better solution, especially for the consumer. If this Act would be possible to come into force, every case of consumer law would be easier to resolve and the protection of the consumer would be in the highest level, which is the most important issue of this article.