

Ewa Całus*

Sankcje za naruszenie obowiązków informacyjnych nałożonych ustawą o prawach konsumenta.

Streszczenie

Ustawa o prawach konsumenta wprowadziła szereg pozytywnych zmian w zakresie uprawnień podmiotów nieprofesjonalnych, zwiększając tym samym zakres obowiązków przedsiębiorców, zwłaszcza w zakresie informacji przedumownej. Niewłaściwe wywiązanie się z tych obowiązków obarczone jest określonymi sankcjami. Sankcje te powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające. W polskim porządku prawnym można mówić o znacznym rozproszeniu następstw naruszenia obowiązków informacyjnych przez przedsiębiorcę. Konsument może bowiem poszukiwać skutecznej ochrony nie tylko w prawie cywilnym, ale także prawie karnym czy administracyjnym. Duża różnorodność sankcji za naruszenie przedkontraktowych obowiązków informacyjnych zapewnia konsumentom skuteczną ochronę przed nieuczciwymi praktykami przedsiębiorców oraz otrzymanie świadczenie zgodnego z ich oczekiwaniami. Nie wszystkie jednak sankcje będą dla przedsiębiorcy dostatecznie odstrasżające, stanowiąc adekwatne instrumenty prawne zapewniające realne wykonanie nałożonych obowiązków informacyjnych.

Słowa kluczowe: Ustawa o prawach konsumenta, informacja przedumowna, konsument.

* Doktorantka w Zakładzie Prawa Gospodarczego i Handlowego w Instytucie Prawa Cywilnego WPAiE Uniwersytetu Wrocławskiego.

1. Wprowadzenie

Pod wpływem prawa wspólnotowego ochrona konsumenta została rozszerzona również na etap przedkontraktowy. Wiąże się to ze zjawiskiem asymetrii informacyjnej, polegającym na tym, że w stosunkach umownych z przedsiębiorcą konsument nie może w pełni korzystać z autonomii woli, gdyż jest gorzej poinformowaną stroną przyszłej transakcji. Zapewnienie konsumentowi dostatecznej ilości informacji powinno zaś doprowadzić do przywrócenia równowagi w pozycji kontraktowej stron między konsumentem a podmiotem profesjonalnym. Idea ta realizowana jest za pomocą dyrektyw, które regulują problematykę umów jednostronnie handlowych. Ostatnimi czasy zauważalna staje się tendencja do poszerzania przedumownych obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy w umowach z konsumentem. Najlepszym przykładem jest dyrektywa 2011/83/UE o prawach konsumenta¹, która ujednoliciła przepisy dotyczące przedkontraktowych obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy oraz konsumenckiego prawa odstąpienia od umów zawieranych w okolicznościach nietypowych. Dyrektywa ta – w przeciwieństwie do poprzednich dyrektyw konsumenckich² – oparta została na modelu harmonizacji pełnej, co oznacza, że standard ochrony konsumenta w wyżej wymienionym zakresie, jest homogeniczny na terenie całej Unii Europejskiej. Transpozycja dyrektywy 2011/83/UE do prawa polskiego zaowocowała uchwaleniem przez Parlament Ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta³ (dalej jako u.p.k.). Ilość informacji, jaka musi zostać dostarczona konsumentowi, jest zależna od tego, czy umowa z konsumentem została zawarta w okolicznościach typowych (sklep stacjonarny, siedziba przedsiębiorcy), czy w warunkach nietypowych, a więc poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Na gruncie dyrektywy państwa członkowskie zostały zobowiązane do ustanowienia stosownych sankcji za naruszenie przepisów krajowych, będących skutkiem transpozycji dyrektywy. Sankcje te

¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE L 304/64 z dnia 22.11.2011 r.).

² Dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów zawieranych na odległość (Dz. Urz. UE L 144/19 z 04.06.1997 r.), Dyrektywa Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (Dz. Urz. UE L 372/31 z 31 grudnia 1985 r.).

³ Dz. U. 2014, poz. 827.

powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające. Konsekwencje naruszenia obowiązków informacyjnych nie zostały uregulowane w sposób jednolity. W samej ustawie o prawach konsumenta nie wprowadzono jednakowych instrumentów cywilnoprawnych za niedotrzymanie przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych. Naruszenia w zakresie informacji przedumownej będą skutkować tylko jedną ogólną sankcją o charakterze karnym (art. 45 u.p.k.). Zastosowanie w tym zakresie znajdują też zasady ogólne prawa cywilnego oraz sankcje o charakterze administracyjnoprawnym. Niniejszy artykuł ma na celu dokonanie przeglądu konsekwencji prawnych naruszenia obowiązków informacyjnych wynikających z u.p.k. i innych ustaw oraz ich ocenę pod kątem efektywności ochrony konsumenta jako słabszego uczestnika gry rynkowej i jednocześnie spełnienia wymagań przewidzianych przez dyrektywę 2011/83/UE.

2. Sankcje o charakterze cywilnoprawnym

2.1. Sankcje wynikające z ustawy o prawach konsumenta

Pierwszą grupę sankcji, które będą przedmiotem niniejszych rozważań, są te związane z prawem konsumenta do odstąpienia od umowy. Prawo odstąpienia przez konsumenta od umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa jest uprawnieniem kształtującym, które umożliwia zakończenie stosunku prawnego przez jednostronną czynność prawną⁴. Uprawnienie to ma na celu wyrównanie pozycji kontraktowej stron. Ustawodawca wychodzi z założenia, że przedsiębiorca dysponuje większą ilością informacji odnośnie jakości i cech przedmiotu umowy, zaś konsument często działa pod wpływem zaskoczenia i agresywnych praktyk marketingowych stosowanych przez przedsiębiorcę⁵. Dlatego też słabsza strona transakcji powinna dysponować odpowiednim czasem na przemyślenie decyzji o ostatecznym związaniu się umową. Konsument nie musi w żaden sposób uzasadniać, dlaczego od umowy odstępuje. Oczywiście przedsiębiorca może zapytać o powód odstąpienia, ale nie może od tego uzależniać skuteczności złożonego oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Przedsiębiorca powinien za to poinformować swego kontrahenta o tym uprawnieniu zgodnie

⁴ G. Bar, *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, Warszawa 2014, s. 162.

⁵ M. Pecyna, *Prawo umów handlowych. System Prawa Handlowego*, red. S. Włodyka, Warszawa 2014, s. 219.

z wymogami u.p.k., powiadamiając go o sposobie, terminie wykonania uprawnienia, a także o wzorze formularza odstąpienia, zawartego w załączniku nr 2 do ustawy (co wynika wyraźnie z art. 12 ust. pkt 9 u.p.k.). Ustawodawca ułatwia podmiotom profesjonalnym w pewnym zakresie spełnienie tego wymogu poprzez załączenie do ustawy wzoru takich pouczeń. Brak informacji w tej kwestii obarczony jest swoistą sankcją, określoną w art. 29 u.p.k. W myśl tego przepisu uprawnienie do odstąpienia od umowy ulega wydłużeniu do 12 miesięcy, jeśli uprzednio doszło do upływu podstawowego 14-dniowego terminu na skorzystanie z prawa odstąpienia. Przedsiębiorca, który w porę zorientuje się w swoim zaniedbaniu, może w okresie tych 12 miesięcy zawiadomić konsumenta o przysługującym mu uprawnieniu; wówczas termin na odstąpienie minie po 14 dniach od udzielenia konsumentowi poprawnej informacji. Złożenie stosownego oświadczenia przez konsumenta skutkuje upadkiem zobowiązania; umowa uważana jest za nigdy nie zawartą.

Niekorzystną z perspektywy konsumenta zmianą w stosunku do poprzedniego stanu prawnego jest przyjęcie zasady ponoszenia przez niego odpowiedzialności za zmniejszenie wartości rzeczy, co wiąże się z prawem do korzystania z niej w trakcie 14-dniowego terminu na odstąpienie w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania tejże rzeczy, ostatecznie skutkujący obniżeniem jej wartości. Brak informacji o prawie odstąpienia będzie jednak skutkował przeniesieniem tej odpowiedzialności na podmiot profesjonalny (art. 34 ust. 4 u.p.k.). Wskazana regulacja wydaje się niezwykle trafna i uderza w samo sedno problemu. Przedsiębiorca, który nie będzie chciał ponosić konsekwencji nieroztropnego działania konsumenta, będzie musiał pamiętać o udzieleniu stosownego pouczenia. Gdy konsument będzie zaprzeczał, że został poinformowany o prawie odstąpienia, to na przedsiębiorcy spocznie ciężar udowodnienia, że stosowną informację przekazał⁶.

Podobną regulację do opisanej powyżej zawiera art. 36 u.p.k., z tym że odnosi się on do świadczenia usług i dostarczenia treści cyfrowych. Konsument nie ponosi kosztów świadczenia usług (tj. dostarczania wody, gazu lub energii elektrycznej w przypadku, gdy nie są one oferowane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości czy w postaci energii cieplnej) za okres do odstąpienia od umowy, jeżeli przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie

⁶ G. Wanio, *Ustawa o prawach konsumenta. Umowy zawierane przez Internet. Praktyczny komentarz.*, Warszawa 2015, s. 101.

odstąpienia od umowy i skutkach jego wykonania. Kontrahent przedsiębiorcy nie zapłaci ponadto za dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli nie został poinformowany o utracie przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy lub informacja ta została udzielona wadliwie w chwili udzielania zgody na spełnienie świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy. Warto dodać, że polski ustawodawca posługuje się tu zwrotem „materialny nośnik”, co obejmuje płyty CD, DVD, twarde dyski, a także pocztę elektroniczną⁷.

Prawo odstąpienia od umowy zawieranej na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa nie ma charakteru absolutnego. Ustawa o prawach konsumenta przewiduje w tym względzie szereg wyłączeń. Jedno z nich dotyczy umów o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia o utracie prawa odstąpienia od umowy. Sankcją za brak informacji w tej kwestii będzie możliwość skorzystania z tego uprawnienia, mimo rozpoczęcia wykonania usługi.

Pod koniec rozważań o skutkach niewykonania obowiązków informacyjnych związanych z prawem odstąpienia od umowy warto zastanowić się nad kwestią, czy bezterminowe prawo odstąpienia w przypadku niedopełnienia obowiązków informacyjnych przy umowach o usługi finansowe świadczone na odległość nie jest sankcją nadmierną, niespełniającą wymogu proporcjonalności. Dyspozycja art. 41 u.p.k. znajdzie swe zastosowanie nie tylko w razie niepodania wymaganych prawem informacji, ale także w przypadku niewłaściwego i niepełnego wykonania obowiązków informacyjnych⁸. W przypadku usług finansowych ilość i skomplikowanie danych skierowanych do konsumenta mogą być ogromne, nie trudno więc o choćby minimalny błąd w tym zakresie. Z kolei brak części informacji określonych w art. 39 u.p.k. nie zawsze będzie wywierał negatywne skutki dla słabszej strony transakcji. W art. 41 u.p.k. jest mowa o niedopełnieniu obowiązków informacyjnych, co zgodnie z wykładnią językową oznaczałoby, że obejmuje on przypadki nie tylko niewykonania obowiązku dostarczenia przewidzianych prawem informacji, ale również niepełnego (nienależytego) wykonania tego obowiązku. Zasadnym wydaje się pytanie o to, czy niedostarczenie każdej jednej

⁷ Motyw 23 preambuły dyrektywy 2011/83/UE wprost wskazuje, co w swym zakresie zawiera pojęcie „trwały nośnik”.

⁸ M. Skory, *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek 2014, Warszawa 2014, s. 228.

informacji przewidzianej w art. 39 u.p.k. będzie uprawniało konsumenta do skorzystania z prawa odstąpienia od umowy. Niektóre informacje mogą nie mieć dla konsumenta istotnego znaczenia; tak będzie np. z informacją o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy. Dodatkowo należałoby się zastanowić, co w przypadku, gdy do umowy wkradnie się błąd, np. rachunkowy, bądź pomyłka w adresie? Wydaje się, że w takich przypadkach należy wznieść się ponad warstwę językową przepisu i przyjąć, że uruchomienie sankcji z art. 41 u.p.k. wydaje się nieracjonalne. Odmienne zaś można wnioskować w stosunku do nieudzielenia informacji o charakterze priorytetowym dla konsumenta. Konsument uprawniony jest do odstąpienia od umowy w każdym czasie, bez konieczności ponoszenia kosztów. Brak ograniczenia prawa do odstąpienia od umowy oznacza także, iż może do niego dojść, gdy umowa została już wykonana. Odstąpienie od umowy już po jej wykonaniu może rodzić trudne do przewidzenia skutki, związane choćby z umowami powiązаныmi z umową pierwotną. Niejednokrotnie skorzystanie z możliwości odstąpienia od umowy w takich wypadkach może okazać się szkodliwe dla konsumenta.

Drugą z sankcji przewidzianych w art. 41 u.p.k. jest zwolnienie konsumenta od ponoszenia kosztów należnych przedsiębiorcy. Oznacza to, że niezastosowanie się do obowiązków informacyjnych z art. 39 będzie zwalniało konsumenta z obowiązku zapłaty prowizji, opłat, odsetek⁹. *De facto* wiąże się ona z gratisowym świadczeniem konsumentowi usługi finansowej. Sankcja ta jest dla przedsiębiorcy bardzo dotkliwa, zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę brak ograniczenia czasowego na skorzystanie przez konsumenta z prawa do odstąpienia od umowy. Takie nieograniczone w czasie uprawnienie konsumenta wydaje się być sankcją odstraszącą, jednocześnie niespełniającą wymogu proporcjonalności. Postuluje się zatem wprowadzenie do omawianego przepisu ograniczenia czasowego na odstąpienie przez konsumenta od umowy. Wówczas sankcja ta spełniałaby wymogi określone w dyrektywie 2011/83/UE.

Jednym z następstw niedopełnienia przez przedsiębiorcę przedkontraktowych obowiązków informacyjnych może być nieważność poszczególnych postanowień umowy. Zgodnie z art. 7 u.p.k. postanowienia umów mniej korzystne dla konsumenta niż postanowienia ustawy

⁹ E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz.*, red. D. Lubasz, M. Namysłowska, Warszawa 2015, s. 357.

są nieważne, a w ich miejsce stosuje się przepisy ustawy. Toteż umowa dalej będzie wiązać strony, z tym że elementy naruszające ustawę będą zastąpione odpowiednimi jej przepisami. Rozwiązanie takie wydaje się uzasadnione, ponieważ konsument może być zainteresowany podtrzymaniem stosunku prawnego, mimo że nie otrzymał wszystkich istotnych informacji odnośnie towaru czy usługi. Ze względów systemowych należałoby jednak rozważyć zastąpienie sankcji nieważności bezwzględnej poszczególnych postanowień umowy sankcją bezskuteczności na wzór art. 3851 k.c. W umowach konsumenckich należy bowiem unikać stosowania tak daleko idącej sankcji wadliwości danej czynności prawnej, jaką jest nieważność¹⁰.

Nieważność poszczególnych postanowień umowy staje się także problematyczna, gdy ustawa nie reguluje danej kwestii, np. procedury reklamacyjnej, a jedynie nakłada na przedsiębiorcę obowiązek umieszczenia informacji w tym zakresie. W sytuacji, gdy konsument nie otrzyma informacji o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze reklamacyjnej, nie może być ona zastąpiona przepisami ustawy, gdyż przepisy te nie regulują wspomnianej procedury, a jedynie nakładają na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta, jakie rozwiązania przewiduje w tej kwestii w proponowanej umowie. Sankcja nieważności postanowień umownych traci wówczas na znaczeniu¹¹. Brak informacji o stosowanym przez przedsiębiorcę trybie rozpatrywania reklamacji będzie skutkował tym, że nie będzie on częścią stosunku prawnego łączącego strony umowy. Oznacza to, że konsument nie jest zobligowany do przestrzegania procedury stosowanej przez danego przedsiębiorcę. Inaczej będzie w przypadku świadczeń dobrowolnych oferowanych przez przedsiębiorcę, np. jeśli chodzi o świadczenie usług posprzedażnych. Brak informacji co do świadczenia przez przedsiębiorcę usług posprzedażnych będzie zwyczajnie oznaczał, że przedsiębiorca tego typu usług nie wykonuje.

Zgodnie z art. 22 u.p.k. informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 powołanej ustawy, stanowią integralną część umowy zawieranej na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa i mogą być zmienione jedynie za wyraźnym porozumieniem stron. Konsekwencją tego zapisu jest to, że w braku poinformowania konsumenta o określonych uprawnieniach lub obowiązkach nie będą one stanowiły składnika umowy i nie będą wiązać konsumenta. Z drugiej

¹⁰ B. Lanckoroński, *Ekspertyza dotycząca projektu ustawy o prawach konsumenta*, [http://orka.sejm.gov.pl/opinie7.nsf/nazwa/nkk_o9/\\$file/nkk_o9.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/opinie7.nsf/nazwa/nkk_o9/$file/nkk_o9.pdf), (dostęp 11.03.2016) s. 10.

¹¹ E. Wojtaszek-Mik, *Informacja przedumowna w dyrektywie 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów problemy implementacyjne w prawie polskim*, „PPH” 04kwiecień /2014, s. 28.

strony zmiana danych przedsiębiorcy może być często spowodowana przyczynami od niego niezależnymi, np. zmiana adresu przedsiębiorstwa spowodowana wypowiedzeniem umowy najmu przez wynajmującego. Zgodnie z art. 12 ust. 1 pkt 3 u.p.k. przedsiębiorca zobowiązany jest podać m.in. dane o adresie przedsiębiorstwa. Z literalnego brzmienia art. 22 wynika, że również na taką zmianę danych konsument musi wyrazić zgodę, a zgody takiej nie można domniemywać. Wykładnia językowa prowadzi do absurdalnych rezultatów, konieczne wobec tego staje się sięgnięcie do dyrektyw wykładni funkcjonalnej. Przyjąć należy, że w przypadku, gdy informacje, które przedsiębiorca powinien był dostarczyć konsumentowi, zostaną zmienione z przyczyn od niego niezależnych, wystarczy jedynie poinformowanie konsumenta o zaistniałych zmianach, w szczególności jeżeli modyfikacja ta nie oddziałuje w żaden sposób na sferę uprawnień i obowiązków konsumenta.

Bardzo dokuczliwą dla przedsiębiorcy sankcją jest regulacja art. 23 u.p.k., zgodnie z którą konsument nie ponosi opłat dodatkowych ani innych kosztów, ani kosztów zwrotu rzeczy, jeżeli przedsiębiorca go o nich nie poinformuje (zwana też sankcją darmowego świadczenia¹²). Sankcja ta zdaje się spełniać wymogi dyrektywy odnośnie konsekwencji za bezkarne niestosowanie się do wymogów informacyjnych. Wiadomo przecież, że sankcje o charakterze finansowym działają na przedsiębiorców w sposób najbardziej mobilizujący. Jednocześnie sankcja ta pozbawia konsumenta świadczenia wynikającego z umowy, zwalniając go przy tym z konieczności ponoszenia opłat i kosztów.

2.2. Konsekwencje wynikające z k.c.

Niewłaściwe wypełnienie przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych, a zatem podanie fałszywych informacji będzie skutkowało odpowiedzialnością kontraktową (art. 471 i następane k.c.), ewentualnie odpowiedzialnością określoną w art. 415 k.c. W przypadku naruszenia obowiązków wyartykułowanych w u.p.k. konsument będzie mógł pociągnąć przedsiębiorcę do odpowiedzialności w ramach reżimu *ex contractu*, gdyż odpowiedzialność z art. 471 i n. k.c. może być wynikiem także niewypełnienia zobowiązania wynikającego z ustawy

¹² E. Wójtowicz, *Problem sankcji za uchybienie przedkontraktowym obowiązkom informacyjnym w umowach konsumenckich w prawie polskim na tle ostatnich tendencji w prawie unijnym*, „Rejent”, październik 10/2010, s. 110.

(art. 56 k.c.)¹³. W tym przypadku to przedsiębiorca będzie zobligowany do wykazania, że szkoda, jaką poniósł konsument, jest następstwem okoliczności, za które nie ponosi odpowiedzialności. Konsumentowi będzie przysługiwać roszczenie odszkodowawcze o charakterze zastępczym lub uzupełniającym w stosunku do roszczenia głównego, jakim jest dostarczenie odpowiedniego pakietu informacji. To na konsumentce będzie ciążył obowiązek wykazania, że wystąpiły wszystkie przesłanki odpowiedzialności kontraktowej, a więc: niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania, szkoda po stronie wierzyciela (konsumenta) oraz związek przyczynowy między zdarzeniem w postaci niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania a szkodą. Wydaje się jednak, że dla konsumenta sankcje wynikające z przepisów o odpowiedzialności kontraktowej będą mieć niewielkie znaczenie praktyczne¹⁴. Wykazanie, iż doszło do spełnienia powyższych przesłanek może być niezwykle trudne dla podmiotu nieprofesjonalnego (zwłaszcza gdy idzie o wykazanie istnienia i wysokości szkody).

Obowiązki informacyjne wyszczególnione w u.p.k. powinny być zrealizowane na etapie bezpośrednio poprzedzającym zawarcie umowy. W sytuacji, gdy dostarczenie określonych informacji nie zostało objęte wyraźnym obowiązkiem ustawowym, który dookreślałby isć treść i formę, zastosowanie może znaleźć wyłącznie odpowiedzialność deliktowa. Dostarczenie określonego typu informacji może wynikać wprost z zasady lojalnego kontraktowania i wówczas może być oceniane przez pryzmat art. 415 k.c.

Można jeszcze wyróżnić sytuację, w której konsument ze względu na brak informacji umowy nie zawarł. Obowiązek naprawienia szkody będzie ograniczony do tzw. ujemnego interesu umownego (*culpa in contrahendo*). Nie będzie to jednak sankcja dostatecznie odstraszająca, albowiem umowy konsumenckie mają najczęściej charakter adhezyjny, tzn. nie dochodzi do negocjacji, a zatem nie są generowane żadne koszty¹⁵.

Nie jest wykluczone powoływanie się przez konsumenta na wady oświadczenia woli w postaci błędu lub podstępu¹⁶. Błąd w przypadku składania oświadczenia woli innej osobie jest

¹³ M. Kaliński, System Prawa Prywatnego, Prawo zobowiązań – część ogólna, red. A. Olejniczak, Warszawa 2014, s. 25.

¹⁴ W. J. Kocot, J. M. Kondek, *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumentów (cz. I)*, „PPH” listopad 11/2014, s. 13.

¹⁵ E. Wojtaszek-Mik, *Informacja przedumowna...*, s. 28.

¹⁶ P. Księżak, *Ustawa o prawach konsumenta*, pod red. T. Skoczny, D. Karczewska, M. Namysłowska, Warszawa 2015, s. 158.

prawnie relewantny, jeśli adresat oświadczenia wywołał (nawet w sposób niezawiniony) ów błąd, wiedział o błędzie lub mógł błąd z łatwością zauważyć¹⁷. Nie każdy błąd będzie skutkował możliwością uchylenia się od skutków prawnych oświadczenia woli złożonego przez konsumenta. Nastąpi to tylko wtedy, gdy błąd stanowił warunek konieczny decyzji konsumenta o związaniu się umową, a zatem był to błąd istotny. W literaturze przedmiotu mówi się, że błąd musi być subiektywnie i obiektywnie istotny. Błąd subiektywny stanowi przyczynę złożenia oświadczenia woli przez konkretną osobę. Obiektywność błędu oznacza, iż rozsądny człowiek, nie działający pod wpływem błędu, nie złożyłby oświadczenia o danej treści¹⁸. Błąd musi dotyczyć treści czynności prawnej, a więc zarówno całości umowy, jak i jej poszczególnych elementów¹⁹. Nie będzie można mówić o błędzie w sytuacji, gdy świadczenie drugiej strony nie będzie spełniało oczekiwań konsumenta²⁰. Następstwem złożenia oświadczenia woli pod wpływem błędu będzie wzruszalność czynności prawnej²¹.

Podstęp z kolei należy traktować jako kwalifikowaną postać błędu²². Ze strony adresata oświadczenia woli konsumenta mamy tu czynienia z zachowaniem niezwykle nagannym, podejmowanym z intencją skłonienia określonej osoby do złożenia oświadczenia woli. W zakresie obowiązków informacyjnych za działanie podstępne będzie można uznać świadome podanie konsumentowi przez przedsiębiorcę fałszywych informacji. Podstępne działanie przedsiębiorcy musi zaś być przyczyną sprawczą zawartej umowy lub mieć wpływ na treść dokonanej czynności prawnej. Podstęp może być także związany z działaniem osoby trzeciej, z tym zastrzeżeniem, że druga strona czynności prawnej o podstępie wiedziała i nie zawiadomiła o tym strony składającej oświadczenie. Błąd nie musi być istotny ani dotyczyć treści czynności prawnej.

¹⁷ K. Pietrzykowski, *Kodeks cywilny. Komentarz do art. 1-449*¹⁰, Warszawa 2013, s. 339.

¹⁸ P. Sobolewski, *Kodeks cywilny. Komentarz. Tom I*, Warszawa 2013, s. 761.

¹⁹ K. Pietrzykowski, *Kodeks cywilny...*, s. 338.

²⁰ Wyrok SN z dnia 6 maja 1997 r., sygn. akt I CKN 91/97, Legalis.

²¹ J. Strzebińczyk *Kodeks cywilny. Komentarz*, pod red. E. Gniewka i P. Machnikowskiego, Warszawa 2014, s. 233.

²² K. Pietrzykowski, *Kodeks cywilny...*

Charakter obowiązków informacyjnych sprawia, że dyskusyjne będzie powoływanie się na instytucję błędu lub podstępu. Trudno będzie wykazać, że spełnione zostały wyżej wymienione przesłanki uprawniające do powoływania się na błąd, np. w zakresie jego istotności. Ponadto powoływanie się na wady oświadczenia woli będzie skutkować nieważnością umowy, a to zazwyczaj nie będzie interesowało konsumenta, dla którego rekompensata ewentualnych szkód wywołanych działaniem przedsiębiorcy jest sankcją bardziej odpowiednią. Co więcej, powoływanie się przez konsumenta na błąd lub podstęp prowadzi do nieważności całej umowy, a nie modyfikacji jej treści, co odsuwa w czasie otrzymanie przez konsumenta upragnionego towaru lub usługi.

Dość kontrowersyjna jest koncepcja opowiadająca się za możliwością domagania się przez konsumenta zapłaty zadośćuczynienia *ex contractu* za niedopełnienie obowiązku informacyjnego nałożonego ustawą. Naprawienie krzywdy niemajątkowej jest ściśle związane z reżimem odpowiedzialności deliktowej. W doktrynie przeważa pogląd, zgodnie z którym do zasądzenia zadośćuczynienia konieczne jest istnienie szczególnej podstawy prawnej, której brak w przepisach o odpowiedzialności kontraktowej²³. Niemniej ze względu jednak na pojawiające się w prawie wspólnotowym tendencje rozszerzania ochrony za doznaną krzywdę w ramach odpowiedzialności *ex contractu*, także wśród polskich autorów zaczęły pojawiać się głosy, zgodnie z którymi dopuszczalna jest możliwość dochodzenia zadośćuczynienia z umowy, zwłaszcza w zakresie umów B2C²⁴. Wśród zwolenników koncepcji pieniężnej kompensacji uszczerbków o charakterze niemajątkowym w ramach odpowiedzialności kontraktowej możliwe są dwa rozwiązania. Pierwsze z nich zakłada możliwość dochodzenia zadośćuczynienia w ramach majątkowej ochrony dóbr osobistych, zaś interesy majątkowe, których nie dałoby się przyporządkować do tej kategorii, nie podlegałyby ochronie. To stanowisko jest jednak krytykowane ze względu na duże niebezpieczeństwo związane z tak szerokim ujęciem dóbr osobistych. Prowadziłoby to bowiem do poszerzenia katalogu dóbr osobistych o

²³ P. Mikłaszewicz, *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2008, s. 154.

²⁴ M. Safjan, *Naprawienie krzywdy niemajątkowej w ramach odpowiedzialności ex contractu*, *Odpowiedzialność cywilnoprawna. Księga pamiątkowa ku czci Profesora Adama Szpunara*, red. M. Pyziak-Szafnicka, Kraków 2004, s. 276.

takie wartości, jak utrata doznań estetycznych czy przyjemności²⁵. Drugi wariant zakłada dochodzenie zadośćuczynienia poza reżimem ochrony dóbr osobistych, gdzie uzasadnione będzie ono w przypadku naruszenia interesów niemajątkowych poszkodowanego. Prawo zobowiązań służy zaspokojeniu przede wszystkim interesów majątkowych, co nie oznacza, że w niektórych przypadkach interes wierzyciela polega na dostarczeniu mu pewnych wartości o niemajątkowym charakterze. Ostatnimi czasy zauważalna jest tendencja do powiększania zakresu ochrony konsumenta i to nie tylko w zakresie jego majątkowych, ale także niemajątkowych interesów²⁶. Należy się zgodzić z opinią, że o tym, czy w danej sytuacji zasadnym będzie przyznanie odszkodowania za szkodę niemajątkową, powinna przesądzać „natura danego zobowiązania”²⁷. W u.p.k. ustawodawca, w ślad za prawodawcą unijnym, uznaje prawo konsumenta do informacji za bardzo istotną wartość. Ochrona interesów niemajątkowych związanych z obszernym katalogiem obowiązków informacyjnych, jakie powinien dostarczyć przedsiębiorca konsumentowi, mogłoby zostać zapewnione przez wprowadzenie podstawy prawnej umożliwiającej dochodzenie zadośćuczynienia w ramach odpowiedzialności *ex contractu*. Wymagałoby to jednak wprowadzenia do k.c. stosownej podstawy prawnej poprzez rozciągnięcie ochrony na gruncie art. 448 k.c. także na przypadki nielojalnego zachowania przedsiębiorcy z tytułu obowiązków informacyjnych.

2.3. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym²⁸

Niedochowanie obowiązków informacyjnych wynikających z u.p.k. może stanowić także nieuczciwą praktykę rynkową. W myśl art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r. za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się m.in. praktykę wprowadzającą w błąd. Dwa kolejne artykuły przytoczonej ustawy wskazują, że praktyka wprowadzająca w błąd może polegać zarówno na działaniu,

²⁵ *Ibidem*, s. 280.

²⁶ M. Ciemiński, *Odszkodowanie za szkodę niemajątkową w ramach odpowiedzialności ex contractu*, Warszawa 2015, s. 172-173.

²⁷ *Ibidem*, s. 510.

²⁸ Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym ([Dz.U. 2016, poz. 3](#)) – dalej jako u.p.n.p.r.

jak i zaniechaniu. Sklasyfikowanie praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd jako nieuczciwej wymaga wypełnienia przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. (sprzeczności z dobrymi obyczajami i potencjalne lub realne zniekształcenie decyzji konsumenta)²⁹. Art. 12 u.p.n.p.r. zawiera katalog roszczeń cywilnoprawnych, z jakimi może wystąpić konsument w przypadku zagrożenia lub naruszenia jego prawa do informacji. Do uprawnień tych należą możliwość wystąpienia z żądaniem: zaniechania tej praktyki, jej usunięcia, złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie, naprawienie wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądanie unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu, zasądzenie odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów. Sytuację konsumenta poprawia korzystny dla niego rozkład ciężaru dowodowego (art. 13 u.p.n.p.r.).

Należy zastanowić się, czy wszystkie wymienione wyżej roszczenia będą przydatne dla ochrony indywidualnych interesów konsumenta w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przedkontraktowych obowiązków informacyjnych przez przedsiębiorcę. Wydaje się, że najbardziej dostosowane do potrzeb konsumenta mogą być roszczenia o naprawienie szkody i ewentualnie żądanie usunięcia skutków niedozwolonej praktyki. Jeśli chodzi o roszczenie o zaniechanie naruszeń obowiązków informacyjnych to konsument najczęściej będzie chciał z nim wystąpić w przypadku podania mu nieprawdziwych danych przez drugą stronę umowy. Sankcja ta nie pełni wszelako efektywnego instrumentu ochrony konsumenta. Nie wyrównuje ona potencjalnej szkody konsumentowi ani nie rzutuje w żaden sposób na treść stosunku prawnego łączącego strony³⁰. Roszczenie o złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie także nie wpływa na poprawę sytuacji poszczególnych jednostek, może mieć jednak charakter prewencyjny – inni konsumenci będą mogli ustrzec się od skutków działań nieuczciwego przedsiębiorcy w przyszłości. Podobnie sankcja zasądzenia odpowiedniej sumy na cel społeczny nie będzie wpływać na sytuację konkretnego konsumenta. Zależy mu bardziej na rekompensacie skutków niezyskania wymaganej przez przepisy informacji niż na angażowaniu się w długotrwały

²⁹ M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 89.

³⁰ *Kodeks cywilny...*

proces sądowy, którego celem będzie stwierdzenie naruszeń i jednocześnie zasądzenie sumy na odpowiedni cel społeczny.

Bardziej istotna z punktu widzenia konsumenta wydaje się możliwość wystąpienia z żądaniem usunięcia skutków niedozwolonej praktyki. Przedsiębiorca ponosił będzie odpowiedzialność tylko za skutki, które są normalnymi następstwami jego działań. Występujący na drogę sądową konsument nie będzie musiał udowadniać winy przedsiębiorcy³¹. Trudno jednak będzie wskazać wyczerpujący katalog skutków, który wiąże się z niewłaściwym wykonaniem przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych, ze względu na ich dużą różnorodność³². Sankcja ta może wiązać się nawet z unicestwieniem stosunku umownego. Konieczne będzie wówczas wykazanie, że związanie się umową przez konsumenta było następstwem niewłaściwego zachowania przedsiębiorcy (nieudzielenia informacji bądź udzielenie informacji błędnej).

Najwięcej wątpliwości budzi rozwiązanie przyjęte w art. 12 ust. 1 pkt 4 omawianej ustawy – żądanie naprawienia szkody na zasadach ogólnych, a w szczególności unieważnienie umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń. Przypuszczać należy, że dla konsumenta najdonioślejszą rolę będzie odgrywać sankcja odszkodowawcza. Sformułowanie przepisu wskazuje, że jednym z przypadków naprawienia szkody będzie możliwość unieważnienia umowy. Unieważnienie umowy nie może być uznane jako sposób naprawienia szkody, ponieważ byłoby to sprzeczne z wspomnianymi w przepisie art. 12 ust. 1 pkt 4 zasadami ogólnymi. Słusznie wskazuje A. Michalak, że wątpliwym jest wysuwanie takiego roszczenia ze względu na brak podstawy materialnoprawnej ku temu. Przepis art. 12 powołanej ustawy ma charakter stricte proceduralny, a zastosowanie art. 58 k.c. nie zawsze będzie dopuszczalne³³. Możliwa jest też interpretacja, która zakłada rozszerzenie katalogu żądań, z jakimi może wystąpić konsument właśnie o żądanie unieważnienia umowy. Zastosowanie tej sankcji w przypadku niewywiązania się przedsiębiorcy z przedumownych obowiązków informacyjnych będzie trudne z dwóch względów. Po pierwsze, trudno jest wskazać przepisy u.p.n.p.r.,

³¹ R. Stefanicki, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2009, s. 477.

³² K. Włodarska-Dziurzyńska, *Sankcje w prawie konsumenckim*, Warszawa 2009, s. 97.

³³ A. Michalak, *Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz* Warszawa 2008, Legalis, komentarz do art. 12 u.p.n.p.r.

które byłyby materialnoprawną podstawą żądania unieważnienia umowy, a co za tym idzie – wzajemnego zwrotu świadczeń. Po drugie, konsument nie zawsze będzie zmierzał do zerwania węzła obligacyjnego łączącego go z przedsiębiorcą, ponieważ nie będzie mógł zrealizować celu, któremu miała służyć umowa. Dla ochrony jego interesu najbardziej odpowiednią wydaje się ewentualna odpowiedzialność odszkodowawcza. U.p.n.p.r. odsyła tutaj do przepisów ogólnych k.c., a więc regulujących odpowiedzialność za czyny niedozwolone (art. 415 k.c.)³⁴. Wobec tego konieczne będzie wykazanie wystąpienia następujących przesłanek: zdarzenie stanowiące podstawę odpowiedzialności deliktowej – nieuczciwa praktyka rynkowa (bezprawne zachowanie przedsiębiorcy), wystąpienie szkody po stronie konsumenta, związek przyczynowy między zdarzeniem a szkodą³⁵, wina po stronie sprawcy (przedsiębiorcy); wykazanie tych przesłanek może być niezwykle trudne dla podmiotu nieprofesjonalnego.

Niezależnie od powyższego naruszenie obowiązków związanych z prawem konsumenta do informacji może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, która na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwych praktyk rynkowych jest wykroczeniem, za które grozi kara grzywny (art. 15 u.p.n.p.r).

3.Sankcje administracyjnoprawne

Następstwem niedochowania przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych może być uznanie takiego działania za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów³⁶ przykładem takiej praktyki jest naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do której może dojść już na etapie przedkontraktowym. Aby stwierdzić, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia zbiorowego interesu konsumentów, należy wziąć pod uwagę dwa istotne są dwa elementy: bezprawność zachowania (działania albo zaniechania) przedsię-

³⁴ M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 248; podobnie K. Jasińska, J. Szwaja, *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, pod red. J. Szwai, Warszawa 2013, s. 877 – rozważania dotyczące art. 18 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.; odmiennie E. Wójtowicz *Problem sankcji...*, s. 104.

³⁵ M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu...*, s. 249.

³⁶ Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów ([Dz.U. z 2015 r. poz. 184](#))

biorczy oraz zbiorowy interes konsumentów jako dobro, w które godzi jego bezprawne działanie³⁷. Stosownie zaś do art. 24 ust 3 u.o.k.i.k. nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma ich indywidualnych interesów. Zatem liczba konsumentów, których indywidualne interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza ich zbiorowe interesy konsumentów. Określenie to należy ujmować w kategoriach abstrakcyjnych³⁸. Można więc wnioskować, że jeżeli praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w zbliżonych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów.

Aby podjąć stosowną interwencję, Prezes UOKiK musi stwierdzić istnienie interesu publicznego. Jeżeli Prezes UOKiK zauważy, że przedsiębiorca np. nie podaje na stronie internetowej wymaganych informacji o produkcie, może wydać odpowiednią decyzję administracyjną o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W decyzji Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Jeżeli przedsiębiorca zaniechał stosowania niedozwolonej praktyki, wydaje się decyzję o uznaniu tej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Ustalając, że dany przedsiębiorca dopuścił się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes UOKiK może także nałożyć karę pieniężną w wysokości do 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

4. Sankcja w prawie wykroczeń

³⁷ Wyrok SN z 13.05.2009 r., III SK 41/08, <http://www.sn.pl/Sites/orzecznictwo/Orzeczenia1/III%20SK%2041-08-1.pdf> (dostęp 17.11.2015), s. 5.

³⁸ Wyrok SN z 10.04.2008 r., III SK 27/07, <http://www.sn.pl/Sites/orzecznictwo/Orzeczenia1/III%20SK%2027-07-1.pdf> (dostęp 18.11.2015), s.6.

U.p.k. znowelizowała prawo wykroczeń; do rozdziału XV dodano art. 139b. Zostały tam stypizowane zostały zachowania, które mogą narazić słabszą stronę transakcji na niebezpieczeństwo podjęcia niekorzystnej decyzji rynkowej³⁹. W myśl tego przepisu przedsiębiorca, który przy zawieraniu umowy z konsumentem nie spełnia wymagań dotyczących udzielenia informacji lub wydania dokumentu przewidzianych ustawą o prawach konsumenta, podlega karze grzywny. Podkreślić należy, że przepis ten znajdzie bardzo szerokie zastosowanie, dotyczy on bowiem wszystkich umów zawieranych z konsumentami w ramach prowadzonego przedsiębiorstwa. Regulacja ta nie odnosi się jednak do obowiązków ujętych w kodeksie cywilnym⁴⁰. Jest to wykroczenie o charakterze indywidualnym, a jego sprawcą może być wyłącznie przedsiębiorca. Przedmiotem czynności sprawczej jest konsument (w ujęciu cywilistycznym). Znamiona tego wykroczenia zostaną spełnione, jeżeli przedsiębiorca w ogóle nie wypełnia obowiązków informacyjnych, a udzielone informacje są niepełne lub niezgodne z prawdą, bądź w sytuacji, gdy nie wydaje on konsumentowi dokumentu przewidzianego przez u.p.k. (np. dokument potwierdzający zawarcie umowy) lub gdy dokument ten jest niekompletny albo zawiera informacje nieprawdziwe⁴¹. Znamiona czynu zabronionego mogą zatem zostać wypełnione zarówno przez działanie, jak i zaniechanie. Wykroczenie to można popełnić zarówno umyślnie, jak i nieumyślnie. Penalizacja zachowania sprawcy nie zależy od wystąpienia jakiegokolwiek skutku, a jedynie od realizacji znamion opisanych w dyspozycji tego przepisu. Konsument nie musi ponieść żadnego uszczerbku majątkowego w wyniku działań przedsiębiorcy; liczy się sam fakt, że sprawca nie dopełnił obowiązków informacyjnych przewidzianych ustawą. Pokreślić należy, że sankcja karna w żadnej mierze nie przekłada się bezpośrednio na umowę łączącą konsumenta z przedsiębiorcą.

Zgodnie z przepisami ogólnymi kodeksu wykroczeń grzywna może być wymierzona w zakresie od 20 do 5.000 zł. Należy się zatem zastanowić, czy taka wysokość grzywny jest karą wystraszająco odstrasząca. Wszystko będzie zależało od rozmiaru prowadzonej dzia-

³⁹ A. Michalska-Warias, *Kodeks Wykroczeń. Komentarz*, Warszawa 2013, s. 474-475.

⁴⁰ D. Jędrzejko, *Ustawa o prawach konsumenta*, red. T. Skoczny, D. Karczevska, M. Namysłowska, Warszawa 2015, s. 169.

⁴¹ D. Mucha, *Ustawa o prawach konsumenta*, red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek 2014, Warszawa 2014, s. 244.

łalności gospodarczej. Dla przedsiębiorców prowadzących działalność w wielkich rozmiarach grzywna ta wydaje się zbyt niska⁴², przedsiębiorca będzie niejako wkalkulował ją w „koszty” prowadzonej działalności. Ogromną rolę będą wobec tego pełnić organy wymiaru sprawiedliwości, które muszą kierować się dyrektywami wymiaru kary. Zgodnie z art. 24 § 3 kodeksu wykroczeń wymierzając grzywnę, sąd bierze się pod uwagę dochody sprawcy, jego warunki osobiste i rodzinne, stosunki majątkowe i możliwości zarobkowe.

Bardzo szerokie określenie strony przedmiotowej opisanego czynu może jednak prowadzić do nadużyć. Spektrum przypadków, z jakimi można wiązać odpowiedzialność za wykroczenie, jest bardzo szerokie. Zakres zastosowania omawianego przepisu dotyczy bowiem sytuacji, gdy przedsiębiorca albo osoba działająca w jego imieniu albo w ogóle nie udzielił konsumentowi informacji, o których mowa w u.p.k., albo w ogóle nie wydadzą konsumentowi dokumentu lub dokumentów przewidzianych w ustawie, albo udzielił konsumentowi informacji, które *de facto* są niepełne lub nieprawdziwe, albo też wydadzą konsumentowi dokument lub dokumenty zawierające informacje niepełne lub nieprawdziwe. Podnoszono, że regulacja ta „bardzo niebezpiecznie balansuje na granicy naruszenia zasady określoności czynów zabronionych”⁴³. W dobie społeczeństwa informacyjnego konsument jest coraz bardziej świadomy swych praw i procedur ich ochrony, dlatego w niedalekiej przyszłości sądy karne muszą liczyć się ze zwiększonym wpływem spraw związanych z zagadnieniami ochrony konsumenta. Nie mniej jednak sankcja może stanowić skuteczny środek ochrony konsumenta w zakresie prawa do rzetelnej i pełnej informacji.

5. Podsumowanie

⁴² W. J. Kocot, J. M. Kondek *Nowe zasady zawierania umów z udziałem konsumentów (cz. II)*, „PPH” 12/2014, s. 10.

⁴³ D. Jędrzejko, *Ustawa o prawach konsumenta...*, s. 174.

Głównym celem sankcji za niedochowanie przedkontraktowych obowiązków informacyjnych przez przedsiębiorców jest wymuszenie stosowania się przez kontrahentów i konsumentów do nałożonych na nich powinności⁴⁴. Nawet najlepiej skonstruowany katalog obowiązków informacyjnych nie będzie w żaden sposób poprawiał sytuacji konsumenta, gdy nie będą istniały odpowiednie instrumenty prawne zapewniające realne ich wykonanie. Dyrektywa 2011/83/UE stanowi o ogólnych wskazówkach w zakresie naruszenia przedumownej informacji kontraktowej. Konkretny kształt nadaje im ustawodawstwo krajowe. Czy zatem polski prawodawca sprostał temu zadaniu?

Jak dało się zauważyć, katalog sankcji za niedochowanie obowiązków informacyjnych jest w polskim porządku prawnym bardzo rozbudowany, a także zróżnicowany. Można zatem uznać, że sankcje te będą w większości wypadków wystarczające dla zapewniania efektywnej ochrony konsumenta. Może on poszukiwać skutecznej ochrony nie tylko w prawie cywilnym, ale także prawie karnym i administracyjnym. Jakkolwiek najważniejsze dla niego jest otrzymanie świadczenia zgodnie z jego oczekiwaniami, natomiast dochodzenie odpowiedzialności przedsiębiorcy z tytułu niedostarczenia prawidłowej informacji przedumownej schodzi na drugi plan. Wydaje się zatem, że najbardziej dotkliwymi konsekwencjami dla przedsiębiorcy będą sankcje o charakterze finansowym, a więc kolejno: brak uiszczenia płatności przez konsumenta, sankcja odszkodowawcza, zapłata odpowiedniej kary bądź grzywny. Instrumenty te będą w sposób maksymalny spełniać wymogi dyrektywy 2011/83/UE, a więc będą skuteczne, proporcjonalne i odstraszające. Z punktu widzenia konsumenta najmniej atrakcyjne będą konsekwencje prawne prowadzące do unieważnienia umowy oraz sankcje o charakterze czysto prewencyjnym (złożenie oświadczenia w określonej formie i o odpowiedniej treści). Zwłaszcza w przypadku tych pierwszych sankcji ciężko trudno jest mówić o ich skuteczności, skoro konsument nie otrzyma upragnionego świadczenia czy usługi.

Zasygnalizować również warto, że na skutek zmian, jakie wprowadziła ustawa o prawach konsumenta w związku z poszerzeniem katalogu informacji, do których podania konsumentowi zobowiązany jest przedsiębiorca, oraz sankcji za ich niedochowanie, należy się spodziewać przypadków celowego wykorzystywania przez konsumenta drobnych uchybień przedsiębiorcy. W dotychczas obowiązującym stanie prawnym w związku z rosnącą świadomością prawną konsumentów odnośnie przysługujących im uprawnień znane były przypadki

⁴⁴ Dziurzyńska, *Sankcje w prawie konsumenckim...*, s. 65.

nadużywania tych praw, a nawet stosowanie szantażu. Nie można także wykluczyć pojawienia się jednostek (podmiotów prawa), wyspecjalizowanych i zorganizowanych w celu wyzykiwania drobnych uchybień przedsiębiorców dla własnych celów zarobkowych⁴⁵.

* * *

Sanctions for breaching pre-contractual information duties imposed by the Polish Act on Consumer Rights.

Summary: The Polish Act on Consumer Rights introduced a number of positive changes with respect to the right of non-professional entities, at the same time increasing the scope of duties for professionals, especially in the area of pre-contractual information. Improper realisation of such duties is connected with particular sanctions. Those sanctions should be effective, proportional and should act as a deterrent. In the Polish legal system we can talk about significant dispersion of the effects of breaching the information duties by the professional. The consumer may look for effective protection not only in civil law, but also penal law and administrative law. A large variety of sanctions for breaching pre-contractual information duties provides the consumers with effective protection against unfair practices of entrepreneurs and allows them to get a service or merchandise that would meet their expectations. Not all sanctions are effective deterrents for the professional that constitute adequate legal instruments that ensure real implementation of information duties imposed on them.

Key words: The Polish Act on Consumer Rights, pre-contractual information, consumer

⁴⁵ Tak jak niegdyś stowarzyszenie Towarzystwo „Lexus” z Poznania i jego naśladowcy, masowo pozywający przedsiębiorców za stosowanie we wzorach umów postanowień niedozwolonych w obrocie z konsumentami.