**Ochrona konsumenta w kontekście umów zawieranych przez Internet**

Obserwacja praktyki obrotu wyraźnie wskazuje na to, że w ostatnich latach istotnie wzrasta liczba umów zawieranych z konsumentem przez Internet. Na ten stan rzeczy wpływa szereg czynników, w szczególności szersza dostępność oferowanych w sieci towarów i usług, możliwość zawarcia umowy bez konieczności wychodzenia z domu (tj. w sposób zdalny), czy wreszcie związana z tym oszczędność czasu. Transakcje dokonywane w sieci stanowić mogą jednak źródło licznych zagrożeń dla konsumenta. Dzieje się tak nie tylko z uwagi na zaburzenie równowagi kontraktowej (konsument-przedsiębiorca), lecz przede wszystkim z uwagi na atypowe warunki, w jakich dochodzi do zawarcia umowy.

**Kim jest konsument?**

Zdolność bycia konsumentem przysługuje każdemu człowiekowi, a status ten uzyskuje on niemal każdego dnia, w związku z zawieranymi umowami (np. nabycia produktów spożywczych, ubrań, czy sprzętu AGD). Zgodnie z art. 22¹ Kodeksu cywilnego[[1]](#footnote-1) konsumentem jest osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnych, niezwiązanych bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Oznacza to, że przymiot konsumenta służyć może wyłącznie osobom fizycznym. Ponadto, o statusie konsumenta można mówić tylko i wyłącznie w kontekście czynności prawnej dokonanej z przedsiębiorcą. Jeżeli więc dochodzi np. do zawarcia umowy sprzedaży pomiędzy osobami fizycznymi, niebędących przedsiębiorcami, to żadna z nich nie będzie mogła zostać uznana za konsumenta. Dokonywana z przedsiębiorcą czynność prawna (np. zawarta umowa, złożone oświadczenie o odstąpieniu od umowy) nie może także pozostawać w bezpośrednim związku z działalnością gospodarczą lub zawodową osoby fizycznej. Tym samym potencjalnego statusu konsumenta nie uchyla samo prowadzenie działalności gospodarczej lub zawodowej przez osobę fizyczną, ale jej bezpośredni związek z czynnością prawną dokonywaną z innym przedsiębiorcą (np. praktykujący lekarz, który kupuje drukarkę, będzie mógł być uznany za konsumenta).

**Atypowość umów zawieranych przez Internet-jako uzasadnienie szczególnej ochrony konsumenta**

Już samo uzyskanie statusu konsumenta, a więc strony słabszej w relacji z przedsiębiorcą, rodzi potrzebę jego wzmożonej ochrony. Natomiast, zawarcie przez niego umowy w atypowych okolicznościach (tj. przez Internet), skutkuje przyznaniem tej stronie jeszcze szerszej ochrony, przewidzianej w szczególności w ustawie z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta[[2]](#footnote-2) oraz Kodeksie cywilnym. Umowa zawarta przez konsumenta przez Internet, jest umową zawartą na odległość. Chodzi o umowę zawartą z konsumentem **w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość** (np. sklepu internetowego, infolinii), **bez jednoczesnej fizycznej obecności stron**, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej **liczby środków porozumiewania się na odległość** do chwili zawarcia **umowy włącznie** (np. Internet, telefon). Na przykład w sytuacji, w której wizyta u zakładzie wulkanizacyjnym została umówiona przez telefon, ale do zawarcia umowy doszło już w obecności obydwu stron w lokalu przedsiębiorcy – nie będzie można mówić o umowie zawartej na odległość.

Ochrona konsumenta w atypowych umowach realizuje się w drodze nałożenia na przedsiębiorcę dodatkowych obowiązków (zwłaszcza informacyjnych) oraz przyznania konsumentowi szczególnych uprawnień (m.in.: prawa do odstąpienia od umowy). Wreszcie, okoliczność bycia konsumentem uprawnia ten podmiot do skorzystania z określonych uprawnień, w razie niezgodności towaru z umową.

**Odstąpienie od umowy zawartej przez Internet**

Ustawowo przewidziane prawo odstąpienia dotyczy tylko umów zawartych za na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, gwarantując konsumentowi dodatkowy czas do namysłu (art. 27 PrKonU). Potrzeba zapewnienia tego instrumentu dodatkowej ochrony konsumenta wynika z okoliczności, w których przed zawarciem umowy nie ma on możliwości osobistej weryfikacji właściwości rzeczy (np. w umowach zawartych przez Internet) lub decyzję o zawarciu umowy podejmuje pod wpływem impulsu, działając pod presją (w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa).

**Z prawa do odstąpienia** od umowy zawartej przez Internet **można skorzystać w terminie 14 dni od dnia**:

a) objęcia towaru w posiadanie, gdy przedsiębiorca wydaje towar, będąc zobowiązanym do przeniesienia jego własności (albo objęcia w posiadanie ostatniego towaru, które są dostarczane osobno, partiami lub w częściach albo objęcia w posiadanie pierwszego z towarów, jeśli są dostarczane regularnie przez czas oznaczony);

b) zawarcia umowy – dla pozostałych umów.

Odstąpienie od umowy nie wymaga podania przyczyny, ani – co do zasady – ponoszenia kosztów. Wyjątek dotyczy m.in. kosztów zwrotu, które co do zasady ponosi konsument. Nie zostaną one jednak przeniesione na konsumenta, gdy o obowiązku ponoszenia kosztów zwrotu w następstwie skorzystania z prawa odstąpienia od umowy, konsument nie został poinformowany albo gdy przedsiębiorca zdecydował się na poniesienie tych kosztów. Wyjątek dotyczy też sytuacji, w której konsument wybrał sposób dostarczenia towaru inny niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez przedsiębiorcę. Wówczas przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów. Konsument może odstąpić od umowy, składając przedsiębiorcy oświadczenie o odstąpieniu od umowy (z wykorzystaniem wzoru formularza albo przez złożenie oświadczenia na stronie internetowej przedsiębiorcy).

Skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia skutkuje uznaniem umowy za niezawartą i powoduje obowiązek zwrotu wzajemnych świadczeń. Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie **14 dni od dnia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy, zwrócić wszystkie dokonane przez konsumenta płatności**, w tym koszty dostarczenia towaru. Może jednak wstrzymać się ze zwrotem płatności do chwili otrzymania towaru z powrotem lub dostarczenia dowodu jego odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej. Zwrot płatności nastąpić powinien przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że wyraźnie zgodził się on na inny sposób zwrotu. Konsument ma obowiązek zwrócić towar przedsiębiorcy lub przekazać go osobie upoważnionej przez przedsiębiorcę do odbioru niezwłocznie, jednak nie później niż 14 dni od dnia, w którym odstąpił od umowy, chyba że przedsiębiorca zaproponował, że sam odbierze towar.

**Reklamacja – w sytuacji niezgodności towaru z umową**

Przedsiębiorca odpowiada wobec konsumenta za niezgodność towaru z umową. W przypadku większości umów z udziałem konsumenta, zobowiązujących do przeniesienia własności towaru[[3]](#footnote-3), zastosowanie znajdują regulacje przewidujące uprawnienia konsumenta w razie braku zgodności towaru z umową[[4]](#footnote-4). W tym zakresie wyłączone zostają przepisy o rękojmi[[5]](#footnote-5). Również towar z elementami cyfrowymi, treści i usługi cyfrowe, można reklamować tak jak inne towary (np. w związku z niegodnością z umową gry komputerowej z wersją próbną).

W razie zaistnienia niezgodności towaru z umową, konsument może go reklamować, korzystając z uprawnień przewidzianych ustawą (w ramach niezgodności towaru z umową) lub wynikających z oświadczenia woli gwaranta (gwarancja).

Jeżeli konsument składa reklamację, powinien ją skierować (najlepiej na piśmie) do przedsiębiorcy[[6]](#footnote-6). Przedsiębiorca jest obowiązany udzielić odpowiedzi na reklamację w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania. Brak odpowiedzi w tym terminie uważa się za uznanie reklamacji (art. 7 PrKonsU).

Odpowiedzialność przedsiębiorcy z tytułu niezgodności towaru z umową **trwa 2 lata od dnia dostarczenia towaru,** chyba że przedsiębiorca (jego poprzednik prawny lub osoby działające w ich mieniu) określił dłuższy termin przydatności towaru do użycia. Jednocześnie, domniemuje się, że brak zgodności towaru z umową, który ujawnił się przed upływem dwóch lat od chwili dostarczenia towaru, istniał w chwili jego dostarczenia, o ile nie zostanie udowodnione inaczej (art. 43c PrKonsU). Ze względów dowodowych – warto złożyć reklamację niezwłocznie po stwierdzeniu niezgodności towaru z umową[[7]](#footnote-7).

Zgodnie z art. 43d PrKonsU w razie zaistnienia braku zgodności towaru z umową, konsument może żądać:

1. naprawy towaru,
2. wymiany towaru.

W niektórych przypadkach konsument może skorzystać także z uprawnienia do żądania obniżenia ceny albo – w razie istotnej niezgodności z umową – odstąpienia od umowy (art. 43e PrKonsU). Dotyczy to sytuacji, w której przedsiębiorca:

1. odmówił naprawy lub wymiany towaru,
2. nie naprawił lub nie wymienił towaru,
3. próbował naprawić lub wymienić, ale towar nadal jest niezgodny z umową,
4. oświadczył, że nie naprawi lub nie wymieni towaru w rozsądnym czasie lub bez nadmiernych niedogodności dla konsumenta .

W razie **istotnej niezgodności** z umową, konsument może żądać obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy, bez uprzedniego skorzystania z prawa do żądania naprawy lub wymiany. Przy czym, ustawodawca domniemuje istotny charakter niezgodności z umową. Konsument może powstrzymać się z zapłatą ceny do chwili wykonania przez przedsiębiorcę obowiązków, wynikających z niezgodności towaru z umową.

**Inne obowiązki przedsiębiorcy w umowie zawartej przez Internet**

Zawarcie umowy z konsumentem przez Internet rodzi także inne dodatkowe obowiązki po stronie przedsiębiorcy. Dotyczą one konieczności zrealizowania przez niego przedkontraktowego obowiązku informacyjnego, przekazania konsumentowi potwierdzenia zawarcia umowy na odległość, zapewnienia opcji pozwalających konsumentowi na potwierdzenie – podczas składania zamówienia – że wie on, że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty. Także na dostawcy platformy internetowej spoczywają obowiązki informacyjne względem konsumenta. Związane są one w szczególności z określeniem głównych paramentów decydujących o plasowaniu produktów czy przekazaniem informacji odnośnie tego, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe na internetowej platformie handlowej jest przedsiębiorcą.

**Dr Agnieszka Goldiszewicz** – pracuje w Katedrze Prawa Gospodarczego i Handlowego w Instytucie Nauk Prawnych na Wydziale Prawa i Administracji UMCS, jest też radcą prawnym. Do jej zainteresowań naukowych należą następujące obszary badawcze: pierwszy związany jest ze strukturą i funkcjonowaniem spółek prawa handlowego; drugi dotyczy prawa umów zawieranych w procesie inwestycyjnym, przy szczególnym uwzględnieniu umów deweloperskich, zaś trzeci związany pozostaje z problematyką umów konsumenckich.

1. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Tekst jedn. Dz. U. z 2023 r., 1610); dalej jako: k.c. [↑](#footnote-ref-1)
2. Tekst jedn. Dz.U. z 2020 r., poz. 287; dalej jako: PrKonsU [↑](#footnote-ref-2)
3. Towarem są ruchomości a także woda, gaz i energia elektryczna, w przypadku ich oferowania w określonej objętości lub ilości. Pojęcie towaru nie obejmuje więc nieruchomości. [↑](#footnote-ref-3)
4. Zob. art. 43a-43g PrKonsU. [↑](#footnote-ref-4)
5. Przewidziane ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny ( Tekst jedn. Dz. U. z 2022 r. poz. 2337); dalej jako: k.c. [↑](#footnote-ref-5)
6. Dane przedsiębiorcy znajdują się m.in. na paragonie fiskalnym, który konsument powinien otrzymać wraz z towarem. [↑](#footnote-ref-6)
7. Obowiązuje tu sześcioletni termin przedawnienia roszczeń, przewidziany w art. 118 k.c. [↑](#footnote-ref-7)