



SEJM  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ  
IV kadencja  
Prezes Rady Ministrów  
RM 10-46-02

**Druk nr 465**  
Warszawa, 30 kwietnia 2002 r.

Pan  
Marek Borowski  
Marszałek Sejmu  
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku.

Na podstawie art. 118 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. przedstawiam Sejmowi Rzeczypospolitej Polskiej projekt ustawy

**- o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego,**

co do którego Rada Ministrów zadeklarowała, że ma na celu dostosowanie polskiego ustawodawstwa do prawa Unii Europejskiej.

Jednocześnie, zgodnie z wymogami art. 31 ust. 3b Regulaminu Sejmu, przekazuję, przetłumaczone na język polski, teksty przepisów Unii Europejskiej, do których ma być dostosowane prawo polskie.

W załączeniu przedstawiam także opinię dotyczącą zgodności proponowanych regulacji z prawem Unii Europejskiej.

Ponadto uprzejmie informuję, że do prezentowania stanowiska Rządu w tej sprawie w toku prac parlamentarnych został upoważniony Minister Sprawiedliwości.

Z wyrazami szacunku

(-) Leszek Miller

**Ustawa**

**z dnia**

**o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.**

Rozdział 1

Sprzedaż konsumencka

Art. 1.

1. Ustawę stosuje się do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu nie związanym z działalnością zawodową lub gospodarczą (towar konsumpcyjny).
2. Ustawy nie stosuje się do sprzedaży energii elektrycznej, jak również do gazu i wody, chyba że są sprzedawane w ograniczonej ilości lub w określonej objętości.
3. Ustawy nie stosuje się do sprzedaży egzekucyjnej oraz sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym albo innym postępowaniu sądowym.
4. Do sprzedaży konsumenckiej nie stosuje się przepisów art. 556-581 Kodeksu cywilnego.

Art. 2.

1. Sprzedawca jest obowiązany podać do wiadomości kupującego cenę oferowanego towaru konsumpcyjnego oraz jego cenę jednostkową (cenę za jednostkę miary), chyba że wyrażają się one tą samą kwotą. Przy sprzedaży towaru konsumpcyjnego oferowanego luzem jest wymagane podanie jedynie ceny jednostkowej. Taki sam sposób podawania cen powinien być stosowany w reklamie.
2. Przy sprzedaży na raty, na przedpłaty, na zamówienie, według wzoru lub na próbę oraz sprzedaży za cenę powyżej dwóch tysięcy złotych sprzedawca jest obowiązany potwierdzić na piśmie wszystkie istotne postanowienia zawartej umowy.
3. W pozostałych wypadkach, na żądanie kupującego, sprzedawca wydaje pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, zawierające oznaczenie sprzedawcy z jego adresem, datę sprzedaży oraz określenie towaru konsumpcyjnego, jego ilość i cenę.

### Art. 3.

1. Sprzedawca dokonujący sprzedaży w Polsce jest obowiązany udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i nie wprowadzających w błąd informacji w języku polskim, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego. W szczególności należy podać: nazwę towaru, określenie producenta lub importera i kraj pochodzenia towaru, znak bezpieczeństwa wymagany przez przepisy o certyfikacji, znak zgodności wymagany przez przepisy o ocenie zgodności, dane o dopuszczeniu do obrotu w Polsce (homologacji) oraz, stosownie do rodzaju towaru, określenie jego energochłonności, a także inne dane wskazane w odrębnych przepisach.

2. Informacje, o których mowa w ust. 1, powinny znajdować się na towarze konsumpcyjnym lub być z nim trwale połączone, w razie gdy towar jest sprzedawany w opakowaniu jednostkowym lub w zestawie. W pozostałych wypadkach sprzedawca jest obowiązany umieścić w miejscu sprzedaży towaru informację, która może zostać ograniczona do nazwy towaru i jego głównej cechy użytkowej oraz wskazania producenta lub importera i kraju pochodzenia towaru.
3. Sprzedawca jest obowiązany zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych zespołów.
4. Na żądanie kupującego sprzedawca jest obowiązany wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy.
5. Sprzedawca jest obowiązany wydać kupującemu wraz z towarem konsumpcyjnym wszystkie elementy jego wyposażenia oraz instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty wymagane przez odrębne przepisy.

#### Art. 4.

1. Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili wydania jest niezgodny z umową; w razie stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania.
2. W razie indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego domniemywa się, że jest on zgodny z umową, jeżeli odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy

okazanej kupującemu próbki albo wzoru, a także gdy nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił zastrzeżenia co do takiego przeznaczenia towaru.

3. W wypadkach nie objętych ust. 2, domniemywa się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany oraz gdy jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju. Takie samo domniemanie przyjmuje się, gdy towar odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela; w szczególności uwzględnia się zapewnienia, wyrażone w oznakowaniu towaru lub reklamie, odnoszące się do właściwości towaru, w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować.
4. Na równi z zapewnieniem producenta traktuje się zapewnienie osoby, która wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa, oraz osoby, która podaje się za producenta przez umieszczenie na towarze swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego.

#### Art. 5.

Sprzedawca nie jest związany zapewnieniem, o którym mowa w art. 4, jeżeli wykazał, że zapewnienia tego nie znał, ani, oceniając rozsądnie, znać nie mógł, albo że nie mogło ono mieć wpływu na decyzję kupującego o zawarciu umowy, albo też że jego treść sprostowano przed zawarciem umowy.

## Art. 6.

Za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową uważa się 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.

## Art. 7.

Sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. To samo odnosi się do niezgodności, która wynika z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego.

## Art. 8.

1. Jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia.
2. Nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ust. 1 oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, przesłania,

robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.

3. Jeżeli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.
4. Jeżeli kupujący z przyczyn określonych w ust. 1 nie może żądać naprawy ani wymiany, albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna. Przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia.

#### Art. 9.

1. Kupujący traci uprawnienia przewidziane w art. 8, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie zawiadomienia przed jego upływem.
2. Minister właściwy do spraw gospodarki w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw rolnictwa po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów określi, w drodze rozporządzenia, dla towarów żywnościowych krótsze terminy zawiadomienia, mając na względzie trwałość tych towarów.

## Art. 10.

1. Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w razie 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.
2. Roszczenia kupującego określone w art. 8 przedawniają się z upływem roku od stwierdzenia przez kupującego niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową; przedawnienie nie może się skończyć przed upływem terminu określonego w ust. 1. W takim samym terminie wygasa uprawnienie do odstąpienia od umowy.
3. Zawiadomienie sprzedawcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową przerywa bieg przedawnienia. Przedawnienie nie biegnie w czasie wykonywania naprawy lub wymiany oraz prowadzenia przez strony, nie dłużej jednak niż przez trzy miesiące, rokowań w celu ugodowego załatwienia sprawy.
4. Upływ powyższych terminów nie wyłącza wykonania uprawnień wynikających z niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, jeżeli sprzedawca w chwili zawarcia umowy wiedział o niezgodności i nie zwrócił na to uwagi kupującego.

## Art. 11.

Uprawnień unormowanych w niniejszej ustawie nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. W szczególności nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową lub przez wybór prawa obcego.



## Art. 12.

1. W razie zaspokojenia roszczeń wynikających z niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, sprzedawca może dochodzić odszkodowania od któregokolwiek z poprzednich sprzedawców, jeżeli wskutek jego działania lub zaniechania towar był niezgodny z umową sprzedaży konsumenckiej. Do odpowiedzialności odszkodowawczej stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego o skutkach niewykonania zobowiązań.
2. Roszczenie zwrotne przewidziane w ust. 1 przedawnia się z upływem sześciu miesięcy; staje się wymagalne z chwilą zaspokojenia kupującego, nie później jednak niż w dniu, w którym sprzedawca obowiązany był to uczynić.

## Art. 13.

1. Udzielenie kupującemu gwarancji następuje bez odrębnej opłaty przez oświadczenie gwaranta, zamieszczone w dokumencie gwarancyjnym lub reklamie, odnoszących się do towaru konsumpcyjnego; określa ono obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego, w razie gdy właściwość sprzedanego towaru nie odpowiada właściwości wskazanej w tym oświadczeniu. Nie uważa się za gwarancję oświadczenia, które nie kształtuje obowiązków gwaranta.
2. Sprzedawca wydaje kupującemu wraz z towarem dokument gwarancyjny; powinien także sprawdzić zgodność znajdujących się na

towarze oznaczeń z danymi zawartymi w dokumencie gwarancyjnym oraz stan plomb i innych umieszczonych na towarze zabezpieczeń.

3. Oświadczenie gwarancyjne powinno być sformułowane zgodnie z wymaganiami określonymi w art. 3 ust. 1 zdanie 1. Jednakże uchybienie tym wymaganiom pozostaje bez wpływu na ważność gwarancji i nie pozbawia kupującego wynikających z niej uprawnień.
4. W dokumencie gwarancyjnym należy zamieścić podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w tym w szczególności nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Polsce, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej. Ponadto musi być w nim zawarte stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

## Rozdział 2

### Zmiany w przepisach obowiązujących

#### Art. 14.

W ustawie z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny wprowadza się następujące zmiany:

- 1) po art. 535 dodaje się art. 535<sup>1</sup> w brzmieniu:

„Art. 535<sup>1</sup>. Przepisy niniejszego działu stosuje się do sprzedaży konsumenckiej tylko o tyle, o ile sprzedaż ta nie jest uregulowana odrębnymi przepisami.”;

2) skreśla się art. 555<sup>1</sup>;

3) po art. 605 dodaje się art. 605<sup>1</sup> w brzmieniu:

„Art. 605<sup>1</sup>. W razie gdy umowa dostawy jest zawierana w zakresie działalności przedsiębiorstwa dostawcy, a odbiorcą jest osoba fizyczna, która nabywa rzeczy w celu nie związanym z jej działalnością gospodarczą ani zawodową, do umowy tej stosuje się przepisy o sprzedaży konsumenckiej.”;

4) po art. 627 dodaje się art. 627<sup>1</sup> w brzmieniu:

„Art. 627<sup>1</sup>. Do umowy zawartej w zakresie działalności przedsiębiorstwa przyjmującego zamówienie z osobą fizyczną, która zamawia dzieło, będące rzeczą ruchomą, w celu nie związanym z jej działalnością gospodarczą ani zawodową, stosuje się odpowiednio przepisy o sprzedaży konsumenckiej.”;

5) po art. 770 dodaje się art. 770<sup>1</sup> w brzmieniu:

„Art. 770<sup>1</sup>. Do umowy sprzedaży rzeczy ruchomej zawartej przez komisanta z osobą fizyczną, która nabywa rzecz w celu nie związanym z jej działalnością gospodarczą ani zawodową, stosuje się przepisy o sprzedaży konsumenckiej.”.

## Art. 15.

Ustawa wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2003 r.

## UZASADNIENIE

## I. Wprowadzenie.

Projektowana ustawa dokonuje implementacji dyrektywy nr 1999/44 z dnia

25 maja 1999 r. w sprawie określonych aspektów sprzedaży i gwarancji na dobra konsumpcyjne (Dz. Urz. WE nr L 171 z dnia 9 lipca 1999 r., s. 12 i n.), która ma się stać fundamentem rozwoju przyszłego ujednoliczonego („europejskiego”) prawa umów. Na wewnętrznym rynku państw Unii umowa sprzedaży jest uznawana za najważniejszą dla swobodnego obrotu gospodarczego, swobody przepływu towarów i przemieszczania się ludzi, a także dla prawidłowego rozwoju konkurencji. Wzorzec dla tej dyrektywy stanowiła konwencja wiedeńska z dnia 11 kwietnia 1980 r. o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów (Dz.U. z 1997 r. Nr 45, poz. 286 i 287); istnieje bowiem zrozumiata potrzeba zsynchronizowania unormowań stosunku sprzedaży między profesjonalistami i stosunku sprzedaży konsumenckiej, czyli „ostatniego ogniwa” w łańcuchu obrotu towarami.

Projektowana ustawa uwzględnia ponadto - w aspekcie cywilnoprawnym

- postanowienia dyrektywy nr 98/6 z dnia 16 lutego 1998 r. o ochronie konsumentów przy podawaniu ceny oferowanych im wyrobów (Dz. Urz. WE nr 80 z dnia 18 marca 1998 r.). Dyrektywa ta została wprawdzie implementowana przez nową ustawę o cenach, która wprowadziła ją do tzw. ordynacji rynkowej (regulacja publicznoprawna), ale konieczne jest uwzględnienie jej także w regulacji zawierania umowy sprzedaży konsumenckiej. W szczególności regułę podawania nie tylko ceny sprzedaży, ale ponadto ceny jednostkowej towaru należy przyjąć dla oferty handlowej (art. 543 K.c.) kierowanej do konsumenta; tej samej regule należy podporządkować także reklamę towaru (choć zgodnie z dyrektywą 99/44 projekt ustawy przewiduje, że reklama staje się elementem oferty, nie zachodzi konieczność zmiany art. 71 K.c., gdyż wyraża on jedynie regułę interpretacyjną, której stosowanie do sprzedaży konsumenckiej będzie bezprzedmiotowe).

Dyrektywa 99/44 dotyczy umów, których rezultatem jest nabycie rzeczy ruchomej (towaru konsumpcyjnego) przez konsumenta od przedsiębiorcy.

W systematyce Kodeksu cywilnego obejmuje to nie tylko sprzedaż (a w tym - sprzedaż z usługą) i komis sprzedaży, ale także dostawę i umowę o dzieło. Wynika stąd konieczność wprowadzenia do Kodeksu cywilnego zmian - a mianowicie - przepisów odsyłających do projektowanej ustawy (art. 14 projektu), która operuje nazwą „sprzedaż konsumencka”. Do umów dostawy i sprzedaży komisowej przepisy projektowanej ustawy mogą być stosowane wprost, natomiast do umowy o dzieło - jedynie odpowiednio, a to ze względu na swoisty charakter niektórych jej unormowań, co wymaga od interpretatora odpowiedniego modyfikowania norm.

Przepisy projektowanej ustawy stanowią *lex specialis* wobec kodeksowej regulacji sprzedaży, a w szczególności jej działu I „Przepisy ogólne” (przepisy działu IV „Szczególne rodzaje sprzedaży” mogą znaleźć zastosowanie również do stosunku sprzedaży konsumenckiej, z tym że art. 584 w takim stosunku staje się bezprzedmiotowy).

## II. Problem umiejscowienia regulacji sprzedaży konsumenckiej.

Właściwym miejscem dla regulacji sprzedaży konsumenckiej jest Kodeks cywilny (Księga Trzecia, Tytuł XI). Jednakże wbudowanie odpowiednich przepisów do kodeksowej umowy sprzedaży nie jest możliwe bez głębokich zmian całego tytułu XI, i to zmian zarówno merytorycznych, jak i dotyczących systematyzacji. Przygotowanie takich zmian w krótkim czasie jest niewykonalne.

Przeciwko wprowadzaniu do Kodeksu już w chwili obecnej przepisów o sprzedaży konsumenckiej przemawia też wymóg stabilności

Kodeksu. Nowa regulacja tej umowy wprowadza tak istotne zmiany do tradycyjnych instytucji prawnych, że potrzebne jest zebranie doświadczeń z jej funkcjonowania w praktyce (orzecznictwo sądowe wraz ze związanym z nim z nim dorobkiem nauki, praktyka pozasądowego załatwiania konsumenckich sporów, praktyki handlu), ażeby należycie - przy ich uwzględnieniu - przygotować regulację kodeksową. W razie gdyby treść obecnej regulacji wymagała korekt, będą one dokonane przy wprowadzaniu (przenoszeniu) jej przepisów do Kodeksu.

Wszystko to przemawia za dokonaniem implementacji dyrektywy 99/44

w osobnej (pozakodeksowej) ustawie (podobnie postąpił ustawodawca przy implementacji dyrektyw nr 85/577 i nr 97/7 o umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość; taki też był bieg spraw przy implementacji szeregu dyrektyw konsumenckich w Niemczech i Francji).

### III. Problem wyłączenia przepisów o rękojmi za wady rzeczy.

Skoro projektowana ustawa będzie stanowiła *lex specialis* wobec Kodeksu cywilnego, można by nawet zrezygnować z wyraźnego stwierdzenia, że do sprzedaży konsumenckiej nie mają zastosowania kodeksowe przepisy o rękojmi (i gwarancji jakości). Jednakże uwzględniając szczególnie szerokie i zróżnicowane grono adresatów ustawy, uznano za celowe umieścić takie stwierdzenie w projekcie (art. 1 ust. 4).

Wyłączenie stosowania do sprzedaży konsumenckiej kodeksowych przepisów o rękojmi za wady jest zdeterminowane przez dyrektywę

99/44, ponieważ podstawowym jej celem jest wyeliminowanie z ustawodawstw krajowych państw członkowskich instytucji rękojmi - a to ze względu na tak daleko idące zróżnicowanie jej regulacji w poszczególnych krajach, że stanowiło to poważną przeszkodę w rozwoju handlu na pozbawionym przecież wewnętrznymi granic wewnętrznym rynku Unii.

Jednakże ze względu na generalne założenie unijnego prawa konsumenckiego, że kształtuje ono ochronę konsumenta na poziomie minimum (co nie może być rozumiane, jako ocena poziomu ochrony, który jest bardzo wysoki, ale jako generalne założenie, że poszczególne kraje członkowskie w zasadzie mogą wprowadzać w toku implementacji, albo zachowywać istniejące w prawie krajowym rozwiązania poszczególnych kwestii jeszcze korzystniejsze dla konsumenta, niż wymagany „poziom minimum”), należy przedstawić argumentację przeciwko kształtowaniu odpowiedzialności za niezgodność towaru z umową w sposób identyczny, jak przy dotychczasowej rękojmi - wszędzie tam, gdzie jest to korzystniejsze dla kupującego.

Wprowadzenie do projektowanej ustawy rozwiązań odwzorowanych z dotychczasowej regulacji rękojmi (we fragmentach ocenianych jako dogodniejsze dla konsumenta) byłoby sprzeczne z ratio legis dyrektywy 99/44, a więc kwalifikowałoby się, jako jej obejście i to w sposób prowadzący do naruszenia fundamentalnego założenia Wspólnot, jakim jest prawidłowy rozwój konkurencji na rynku wewnętrznym.

Za całkowicie realną można uznać związaną z tym groźbę narażenia naszego państwa na zarzut utrudniania funkcjonowania rynku wewnętrznego Unii przez tworzenie przeszkód w rozwoju konkurencji

(art. 95 i art. 96 ust. 6 Traktatu Europejskiego); biorąc pod uwagę nie tylko swobodny przepływ ludzi, ale przede wszystkim nowe techniki komunikowania się na odległość, nie można bagatelizować obawy, że wyśrubowanie poziomu ochrony prawnej kupującego mogłoby stać się dość skutecznym instrumentem przyciągania klienteli z obszarów innych krajów członkowskich. Wspomnieć trzeba, że z historii 9-letnich prac nad przygotowaniem dyrektywy 99/44 wiadomo już, że znaczniejsze poszerzenie związanych z jakością towaru ustawowych uprawnień konsumenta przez przedsiębiorcę (w trybie umowy) - zostało uznane za nieuczciwą konkurencję (nieuczciwą reklamę).

Jest też godne zauważenia, że w dyrektywie 99/44 powołano, jako incipit,

art. 95 traktatu (dawny art. 100a). Należy on do grupy postanowień regulujących wewnętrzny rynek, a na nim – system prawidłowej konkurencji, zaś materia tychże postanowień, dopuszczających „zaostżanie” regulacji krajowych, nie wskazuje ochrony konsumenta, a dotyczy jedynie (na zasadzie numerus clausus) ochrony środowiska naturalnego i ochrony środowiska pracy. Natomiast w dziale „Ochrona konsumenta” (art. 129a Traktatu) znajduje się zastrzeżenie, że ewentualne środki ochronne ostrzejsze, wprowadzane przez państwo członkowskie, muszą być zgodne z Traktatem. Zastrzeżenie to powtarza dyrektywa 99/44 (art. 8 ust. 2). Również we wstępie do dyrektywy (ust. 3) powołano się na to, że różnorodne (dotychczasowe) unormowania rękojmi prowadzą do „wypaczania zasad konkurencji między sprzedawcami”. Dalszą konsekwencją tak ujętej rationis legis dyrektywy jest to, że wskazuje ona wyraźnie każdy wypadek (sytuację), w którym jest dopuszczalne wprowadzenie korzystniejszego dla konsumenta



unormowania krajowego. Brak jednakże takiego wskazania w materii uprawnień kupującego na wypadek niezgodności towaru z umową.

Kolejnym argumentem przeciwko dalszemu podnoszeniu w omawianej kwestii poziomu ochrony jest wskazanie (w skali mikro) na znaczny ciężar ekonomiczny odpowiedzialności, jaka spadnie na sprzedawcę towarów, których jakość z reguły nie jest od niego zależna, a zarazem najczęściej nie daje się w pełni sprawdzić w chwili sprzedaży, lecz ujawnia się dopiero u konsumenta. Nie sposób nie obawiać się, że znaczne zwiększenie ekonomicznego ryzyka przedsiębiorców pociągnie za sobą ogólne podnoszenie cen towarów - na czym ucierpi ogół konsumentów.

Zauważyć trzeba na koniec i tę okoliczność, że w znacznie od nas bogatszych krajach Unii brano też pod uwagę (przy regulacji uprawnień konsumenta) aspekt marnotrawstwa - w skali makro - zwracanych w ramach reklamacji towarów, a także koszty ich utylizacji i względy ekologii (zaśmiecanie środowiska).

#### IV. Uwagi szczegółowe.

Do art. 1:

Rolę kupującego przypisuje się - zgodnie z określeniem konsumenta w obu powołanych dyrektywach - jedynie osobie fizycznej, nabywającej przedmiot sprzedaży w celach konsumenckich. Takie ujęcie pozwala uniknąć osobnego definiowania na potrzeby projektowanej ustawy pojęcia „konsument” w sposób odmienny (znacznie węższy) od art. 384 § 3 K.c., w którym określono go na potrzeby ogólnej regulacji reżimu prywatnego wzorcotwórstwa w

zakresie prawa umów. Określenia: kupujący i sprzedawca odpowiadają terminologii Kodeksu cywilnego.

W celu określenia przedmiotu sprzedaży, jakim jest tylko rzecz ruchoma,

(z wyłączeniem jednak wody i gazu, pobieranych przez nabywców z sieci

i rozliczanych na podstawie licznika, a także - energii elektrycznej) dyrektywa 99/44 stosuje przymiotnik „konsumpcyjny”, przy czym czynnikami kwalifikującymi (definiens) są tu - łącznie - nie tylko konsumpcyjne przeznaczenie rzeczy, ale i pojęcie konsumenta (osoba fizyczna). Jest to spójne z art. 2a konwencji wiedeńskiej, która wyłącza „towary zakupione do użytku osobistego, rodzinnego, lub do użytku w gospodarstwie domowym”.

Określenie „towar” jest stosowane w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 30 maja 1995 r. (Dz. U. Nr 64, poz. 328), w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów, a także w wielu ustawach z dziedziny prawa gospodarczego, m.in. w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 15 grudnia 2000 r. (Dz.U. Nr 122, poz. 1319) i w ustawie o cenach z dnia 5 lipca 2001 r. (Dz. U. Nr 97, poz. 1050).

Do art. 2:

Zawarcie umowy sprzedaży konsumenckiej następuje najczęściej w trybie oferty (z reguły - handlowej z art. 543 K.c., niekiedy - zwykłej z art. 66 K.c.), przy której wystarczające jest określenie „ceny” (jednej), jako istotnego postanowienia proponowanej umowy. Tymczasem dyrektywa 98/6 wymaga:

- a) opatrzenia oferowanego klientowi towaru dwiema (z reguły) cenami oraz
- b) wskazania dwu cen w reklamie towaru, jeżeli w ogóle operuje ona jego ceną.

W obydwu wypadkach podanie dwu cen stanowi istotny element informacji

o towarze, do jakiej ma prawo konsument, umożliwia mu to bowiem porównanie poziomu cen towarów danego rodzaju i podjęcie właściwej decyzji rynkowej. Dlatego właśnie to samo wymaganie podawania dwu cen, jako koniecznego elementu treści kierowanej do konsumenta oferty (i reklamy), należy wprowadzić do regulacji sprzedaży konsumenckiej.

W ust. 2 wymieniono postaci sprzedaży konsumenckiej wymagające pisemnego potwierdzenia zawarcia umowy (sprzedaż wysyłkowa znalazła osobne unormowanie kwestii formy w przepisach o umowach zawieranych na odległość, tak samo - sprzedaż towaru znaczniejszej wartości).

Przy innych postaciach sprzedaży konsumenckiej (ust. 3) potwierdzenie faktu zawarcia umowy musi nastąpić jedynie na żądanie konsumenta, przy czym potwierdzenie takie ma zawierać nie całą treść umowy (brak jest oznaczenia kupującego), ale jedynie minimum informacji niezbędnych do ewentualnego dochodzenia konsumenckich roszczeń.

Do art. 3:

Rozbudowanie obowiązków sprzedawcy w zakresie tzw. informacji konsumenckiej odpowiada postulatowi, przyjętemu w dwu kolejnych (z 1975 i 1981 r.) „Programach EWG dla polityki ochrony i

informowania konsumentów”, zgodnie z którymi informacja ma być „prawidłowa, dokładna, pełna, przejrzysta, jednoznaczna i nie wprowadzająca w błąd”. Ma to na celu stworzenie właściwych warunków dla podejmowania przez konsumenta optymalnych dla niego decyzji rynkowych.

Do art. 4:

Dyrektywa 99/44 stosuje pojęcie „niezgodność dobra z umową” w miejsce tradycyjnego pojęcia „wady” (wadliwości) rzeczy, czyli zarówno wady fizycznej, jak i prawnej, a także niekompletności rzeczy; twórcy dyrektywy nie uznali też za potrzebną swoistej, odrębnej regulacji wad zwierząt („wady główne”). Nie jest to tylko kwestia samej terminologii. Pojęcie wady zostało wyeliminowane programowo, jako związane z instytucją rękojmi, konieczność bowiem odrzucenia tej instytucji (o czym była mowa powyżej) stanowi główny motyw samej idei ujednolicenia przepisów o sprzedaży konsumenckiej (nb. tak samo umotywowany cel osiągnięto już w regulacji sprzedaży międzynarodowej między profesjonalistami, a to przez wprowadzenie do konwencji wiedeńskiej pojęcia „niezgodności z umową” zamiast „wadliwości”). O „niezgodności z umową” mówi także Kodeks cywilny w art. 385<sup>3</sup> pkt 11.

Za wyeliminowaniem z regulacji sprzedaży konsumenckiej pojęcia „wad” przemawia i ten jeszcze argument, że w Kodeksie cywilnym pozostaje (na razie) instytucja rękojmi i związane z nią (a także z gwarancją jakości) pojęcie „wady”, nie można zatem w przepisach o sprzedaży konsumenckiej stosować tego pojęcia w znaczeniu odmiennym. Najbardziej znacząca różnica między pojęciem „wadliwości” a pojęciem „niezgodności z umową” wynika z włączenia reklamy (zapewnień reklamowych), jako elementu

współtworzącego „obraz”, z jakim powinien być zgodny rzeczywisty towar, będący przedmiotem sprzedaży. Zgodnie z dyrektywą 99/44 ma to służyć kształtowaniu wiarygodności reklamy i przeciwdziałać reklamie oszukańczej czy innym też jej ekscesach.

Dyrektywa 99/44 ujmuje wymóg zgodności towaru z umową, jako powinność sprzedawcy. W projekcie (ust. 1) proponuje się ujęcie bardziej dobitne i jednoznaczne, a mianowicie wskazanie na odpowiedzialność w razie niezgodności towaru z umową.

Wprowadzenie domniemań prawnych zgodności z umową (ust. 2 i 3) jest oparte na dyrektywie 99/44, przy czym wskazane w niej liczne przesłanki domniemań zostały pogrupowane. I tak: ust. 2 obejmuje sytuacje, w których dokonano umownej indywidualizacji cech przedmiotu świadczenia, ust. 3 zaś - sytuacje pozostałe (a w praktyce najczęstsze), kiedy do żadnego indywidualizowania tych cech nie doszło, a zatem ocena zgodności towaru z umową następuje na podstawie powszechnych, rozsądnych oczekiwań, w tym również oczekiwań opartych na reklamie. Jej treść jest włączona do treści umowy konsumenckiej (por. art. 2 ust. 1 projektu). Sprzedawca, jako odnoszący korzyści z efektów reklamy, obciążony zostaje zarazem - zgodnie z dyrektywą - ryzykiem odpowiedzialności za rzetelność w działalności reklamowej i to nie tylko własnej, ale i producenta towaru i jego przedstawiciela, a ponadto osoby, która za producenta się podała oraz importera. Tych dwu ostatnich grup wprowadzie w dyrektywie 99/44 nie wymieniono, ale projekt podnosi tu poziom ochrony konsumenta przez wprowadzenie ujęcia równoległego do art. 449<sup>5</sup> § 2 k.c., ponieważ - skoro każda z wymienionych czterech grup prowadzi (może prowadzić) działalność reklamową - można zakładać,

że i tak zachodziłaby potrzeba stosowania rozszerzającej wykładni przepisu o „publicznie składanym zapewnieniu producenta”.

Do art. 5:

Regulacja możliwości zwolnienia się przez sprzedawcę od odpowiedzialności jest oparta na dyrektywie 99/44. (Zob. też uwagi do art. 7).

Do art. 6:

Rozszerzenie pojęcia niezgodności towaru z umową jest zgodne z dyrektywą 99/44 i jest konsekwencją objęcia przez nią nie tylko sprzedaży z usługą zamontowania i uruchomienia towaru, ale również umowy dostawy i umowy o dzieło, a poza tym – obciążenia sprzedawcy ryzykiem nieprawidłowości (błędów, niejasności, niekompletności) instrukcji montażu, jaką wręcza on kupującemu.

Do art. 7:

Kategorię „rozsądnej oceny” projekt wprowadza zgodnie z ujęciem dyrektywy 99/44. Nie proponuje się natomiast stosowanego w naszym Kodeksie zwrotu: „wiedział lub przy zachowaniu należytej staranności mógł się dowiedzieć”, ponieważ zbliża się on do pojęciowej kategorii winy, co jest tu zbędne, a w ewentualnym sporze - kłopotliwe (kwestia dowodu). Ponadto istnieje obawa, że „należyta staranność” mogłaby być (błędnie) rozumiana jako powinność badania (kontrolowania) przez kupującego-konsumenta przy wydaniu mu towaru, czy jest on zgodny z umową - podczas gdy powinność taka nie istnieje. Kategoria natomiast „rozsądnej oceny” pozwala na obiektywizację kryteriów, co jest bardziej słuszne, a ponadto jaśniejsze i prostsze w stosowaniu (por. „rozsądna ocena” w art. 84 § 2 K.c., „rozsądna osoba” w art. 8 ust. 2 i

art. 25 konwencji wiedeńskiej, a także rozsądny czas” w art. 760<sup>2</sup> § 3, 761 § 2 i 761<sup>1</sup> § 2 K.c.).

Do art. 8:

Projektowany przepis jest ściśle zgodny z dyrektywą 99/44, przyjmuje mianowicie swoistą sekwencyjność realizacji uprawnień: sekwencja pierwsza, to żądanie naprawy lub wymiany; dopiero w razie niezaspokojenia z określonych przyczyn tych żądań w odpowiednim czasie

- wchodzi w grę (jest to sekwencja druga) żądanie obniżenia ceny albo odstąpienie od umowy. W sekwencji pierwszej zatem chodzi o usunięcie niezgodności towaru z umową, która pozostaje nienaruszona, zaś w sekwencji drugiej – o zmianę treści umowy albo jej zniweczenie (Zob. też uwagi w części III Uzasadnienia).

W wyliczeniu kosztów (ust. 2), jakie wobec nieodpłatności świadczeń nie powinny obciążać kupującego, uwzględniono (zgodnie z dyrektywą) koszty „niezbędne”, a zatem także koszty demontażu oraz ponownego zamontowania i uruchomienia (choć dyrektywa o tym ostatnim wyraźnie nie mówi, wskazanie ich jest celowe dla uniknięcia wątpliwości interpretacyjnych).

Do art. 9:

Obowiązek zawiadomienia sprzedawcy o tym, że towar jest niezgodny

z umową, odpowiada takiemu obowiązkowi przy rękojmi za wady (notyfikowanie wady, określane też jako obowiązek reklamacji); był tradycyjnie (bo jeszcze na gruncie przedwojennych kodeksów: zobowiązań i handlowego) uważany za akt staranności (pilności)

warunkujący możliwość dochodzenia uprawnień z rękojmi. Powszechna jest zatem znajomość istnienia takiego obowiązku, uważać go też trzeba za pożyteczny, bo m.in. przyczynia się do porządkowania stosunku między stronami, czyni go bardziej klarownym, przyspiesza też sygnalizowanie sprzedawcy (i ewentualnie producentowi) faktu występowania określonej niepożądanego właściwości w towarach określonego rodzaju.

Z tych wszystkich przyczyn w projekcie wykorzystano daną przez dyrektywę 99/44 swobodę wprowadzenia w prawie krajowym obowiązku powiadamiania sprzedawcy o niezgodności z umową, przy zachowaniu również dotychczasowego rygoru utraty roszczeń.

Termin na zawiadomienie jest liczony od chwili stwierdzenia, że towar jest niezgodny z umową. (Nie byłoby uzasadnione stosowanie określeń takich jak: „wykrycie” niezgodności, „wyjście na jaw”, „ujawnienie”, bo łączy się z nimi sugestia, że chodzi o wadę ukrytą – w sensie ścisłym albo nawet, że sprzedawca ukrył ją podstępnie.)

Do art. 10:

Sposób zredagowania ust. 1 ukazuje właściwą rolę materialno-prawnego dwuletniego terminu trwania odpowiedzialności sprzedawcy, liczonego od dnia wydania towaru (rola analogiczna do roli terminów z art. 571 K.c.). Termin ten decyduje o czasie trwania ryzyka sprzedawcy, pełni zatem w istocie funkcję ochronną wobec sprzedawcy, przy czym jego długość jest bardzo korzystna dla konsumenta-kupującego. Jest to zgodne z dyrektywą 99/44.

Jednakże, w celu zintensyfikowania ochrony konsumenta, dyrektywa wymaga zarazem pełnego wykorzystania dwuletniego terminu trwania odpowiedzialności. Można to osiągnąć przez zastrzeżenie, że



przedawnienie roszczeń kupującego kończy się nie wcześniej niż z upływem dwu lat od wydania towaru (co oczywiście pozwala wnioskować, że może skończyć się później).

Ponieważ dyrektywa dopuszcza ponadto wprowadzenie terminów przedawnienia konsumenckich roszczeń, projekt proponuje przyjęcie długości takiego terminu zgodnie z ogólną regułą art. 117 K.c. (co odpowiada w zasadzie dotychczasowemu terminowi z art. 568 § 1 K.c.), taka sama ma też być długość terminu zawitego dla realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy. Terminy te bieżą (art. 120 § 1 K.c.) nie od wydania, ale od stwierdzenia przez kupującego, że towar jest niezgodny z umową.

Projekt uwzględnia ponadto (ust. 4) naszą tradycję zaostrzenia odpowiedzialności przy działaniu podstępym (art. 558 § 2, art. 564 i art. 568 § 2 K.c.), przy redagowaniu przepisu pominięto jednakże określenie „podstęp”, uwzględniając znane wątpliwości doktrynalne co do pojęcia podstępu; w to miejsce wprowadzono sformułowanie nawiązujące do podstawowego obowiązku sprzedawcy udzielenia informacji o towarze (art. 3 projektu). W oparciu o generalny obowiązek sprzedawcy działania z należytą starannością i w sposób zgodny z dobrymi obyczajami, podwyższono w rezultacie poziom ochrony konsumenta.

Do art. 11:

Przepis stanowi połączenie dwu norm dyrektywy 99/44, wyrażonych w jej art. 7 ust. 1 i ust. 2, i pozwala traktować przepisy o uprawnieniach kupującego w razie niezgodności, jako semiimperatywne (na korzyść kupującego).

Do art. 12:

Dyrektywa 99/44 nakazuje wyraźne unormowanie regresu sprzedawcy do uczestników „tego samego łańcucha umów”, jeżeli niezgodność towaru z umową sprzedaży konsumenckiej była następstwem działania lub zaniechania którejś z tych osób. Dyrektywa pozostawia przy tym ustawodawcy krajowemu swobodę w bliższym określeniu grona osób odpowiedzialnych i sposobu dochodzenia roszczeń regresowych.

Propozycja projektu jest motywowana następującymi intencjami:

- chęcią uniknięcia tworzenia jakichś nowych zasad odpowiedzialności,
- potrzebą zapewnienia finalnemu sprzedawcy (detaliście) nie tylko pokrycia poniesionych strat, ale odszkodowania w pełnym wymiarze (art. 361 K.c.),
- potrzebą uzasadnionego gospodarczo i „technicznie” poszerzenia grona osób potencjalnie odpowiedzialnych, do którego zaliczy się producenta i każdego kolejnego odsprzedawcę (zbywcę).

Projektowany przepis rozciągnie w ten sposób zwykłą odpowiedzialność kontraktową na osoby nie pozostające w stosunku umownym ze sprzedawcą z umowy konsumenckiej, ale objęte wspomnianym „łańcuchem umów”. Zarazem - regulacja odpowiedzialności regresowej poprzedników wobec sprzedawcy finalnego nie wyłącza roszczeń tegoż sprzedawcy do jego kontrahenta-dostawcy z tytułu odpowiedzialności umownej np. z rękojmi za wady.

Projektowany przepis ma charakter bezwzględnie obowiązujący.

Do art. 13:

Projektowany przepis o gwarancji tzw. komercyjnej (nazywanej także „europejską”) jest zgodny z dyrektywą 99/44 tak co do zasady nieodpłatności ze strony kupującego, jak i co do tego, że gwarant kształtuje wprawdzie treść gwarancji w dokumencie gwarancyjnym całkowicie swobodnie, ale – z mocy prawa – są dla niego w tej kwestii wiążące również te oświadczenia gwarancyjne (czyli zapewnienia co do właściwości towaru wraz z przyrzeczeniem określonych świadczeń w razie ich braku), jakie znalazły się w reklamie danego rodzaju towaru. Jest to zgodne z generalną ideą dyrektywy 99/44, która podejmuje konkretne kroki dla zwalczania reklamy łudzącej, manipulatorskiej, oszukańczej itp.

Do art. 14:

Projektowane zmiany w Kodeksie cywilnym są konieczne w świetle postanowień dyrektywy 99/44, o których była mowa w cz. I Uzasadnienia.

- V. Ocena skutków projektowanej regulacji dla interesów prawnych stron sprzedaży konsumenckiej.
  - A. Skutki projektowanych zmian dla konsumenta-kupującego są zdecydowanie korzystne, porównanie nowej regulacji z dotychczasową nie pozostawia co do tego wątpliwości. Taką ocenę uzasadnia zarówno nadanie całej regulacji uprawnień kupującego charakteru semiimperatywnego (zakaz wyłączenia albo ograniczenia w drodze umowy nie tylko wprost, ale także przez jej ukierunkowanie na obejście zakazu) jak i następujące nowe rozwiązania:

- 1) Zastąpienie pojęcia „wadliwość”, jako przesłanki odpowiedzialności za nienależytą jakość, pojęciem „niezgodności z umową” musi być ocenione, jako korzystne dla konsumenta zwłaszcza gdy uwzględni się dotychczasową praktykę, głównie pozasądową. Kodeksowe definicje wadliwości, jurydycznie bardzo skomplikowane i złożone z wielu elementów, są nie dość zrozumiałe dla ogółu. W praktyce zastępuje je potoczne rozumienie „wady” towaru, które sprzedawcy poddają dość dowolnej interpretacji (np. ignorując aspekty estetyki, w razie gdy towar ma walory użytkowe, przy wąskim - na domiar - rozumieniu tej „użytkowości”). Pojęcie natomiast „niezgodności z umową” jest prostsze, pozwala konsumentowi oprzeć się na swoich oczekiwaniach co do właściwości nabywanego towaru, byleby te oczekiwania były „rozsądne”. Inną konsekwencją wprowadzenia pojęcia „niezgodności z umową” jest to, że konsument nie może ze swymi żądaniami zostać „odesłany” przez sprzedawcę do producenta (jak to w praktyce przy tzw. wadach fabrycznych dzieje się obecnie, choć nie jest to zgodne z przepisami), bo z nim nie zawierał umowy.
- 2) Przy określaniu poziomu „rozsądnych oczekiwań” następuje znaczące rozszerzenie ich podstawy. Włącza się mianowicie do niej - poza wymaganymi oznaczeniami cech towaru - także treść jego reklamy, jeżeli posługuje się ona zapewnieniami co do właściwości towaru. Chodzi przy tym o reklamę zarówno sprzedawcy detalicznego, jak i producenta, importera i innych ogniw obrotu towarem. Co więcej, jeżeli reklama taka zawiera oświadczenie gwarancyjne (obietnicę

wykonania świadczeń dodatkowych, przewyższających ustawowy poziom odpowiedzialności za niezgodność z umową), sprzedawca ma obowiązek wydać wraz z towarem stosowny dokument gwarancyjny.

**Przez takie unormowanie skutków reklamy co do walorów nabywanego towaru, chroniąc uzasadnione oczekiwania konsumenta, przeciwdziała się zarazem nierzetelności i ekscesom reklamy - co leży w kolektywnym interesie konsumentów.**

Ochronna regulacja sprzedaży konsumenckiej obejmuje obszar spraw znacznie szerszy od tego, do jakiego odnosi się regulacja obecna: po pierwsze – z uwagi na wyłączenia przedmiotowe, które obejmują tylko dostawy z sieci energii elektrycznej, wody i gazu (por. wyłączenia z § 2 rozporządzenia Rady Ministrów z 1995 r.); po drugie - z uwagi na stosowanie nowych przepisów nie tylko do sprzedaży (wraz z ew. związanymi z nią usługami), ale i do dostawy i umowy o dzieło; po trzecie - ze względu na rozszerzenie pojęcia „niezgodności towaru z umową” na nieprawidłowości w jego montażu i uruchomieniu i to nie tylko w sytuacjach, kiedy wykonał je sprzedawca lub jego pomocnik (art. 474 K.c.), ale także wtedy, kiedy czynności te wykonał kupujący, jeżeli tylko działał przy tym zgodnie z otrzymaną przy sprzedaży instrukcją. Rozszerza to odpowiedzialność sprzedawcy także na jasność i prawidłowość sformułowań instrukcji.

- 4) Bardzo dogodna dla konsumenta jest nowość polegająca na wprowadzeniu domniemania prawnego co do istnienia prze-

słanek odpowiedzialności za jakość towaru w chwili jego nabycia (wydania). W praktyce oznacza ono, że w ciągu 6 miesięcy od nabycia towaru wystarczające dla dochodzenia żądań jest wskazanie przez konsumenta na istniejącą niezgodność towaru z umową - bez obowiązku udowadniania ani przyczyn powstania tej niezgodności, ani tego, że istniały one przed momentem wydania towaru. Przeprowadzenie przez sprzedawcę dowodu przeciwnego nie będzie łatwe.

- 5) Przy ocenie „nadmierności kosztów”, jaka uzasadnia niemożność dokonania naprawy lub wymiany towaru, uwzględniany ma być nie tylko punkt widzenia odpowiedzialnego (sprzedawcy), ale również okoliczności leżące po stronie konsumenta („niedogodności, na jakie inny sposób zaspokojenia naraziłby kupującego”). Zmusi to sprzedawcę (wykonawcę dzieła) do doprowadzenia towaru do stanu zgodności z umową w takich także sytuacjach, w których wolałby on obniżyć cenę, a nawet przyjąć odstąpienie od umowy (ze skutkami z art. 494 K.c.).

**Innym wypadkiem, w którym uwzględniony być musi konkretny interes kupującego, jest określenie „odpowiedniego czasu” na doprowadzenie towaru do stanu zgodności z umową. Długość tego czasu ma odpowiadać konkretnemu celowi nabycia towaru i jego rodzajowi.**

- 6) Ustawowe unormowanie znajdują tzw. skutki milczenia sprzedawcy, który otrzymał żądanie kupującego wynikające z odpowiedzialności za jakość towaru (uznanie zasadności żądań).

- 7) Oczwiste korzyści dla konsumenta wynikają z wydłużenia czasu trwania odpowiedzialności za niezgodność z umową do 2 lat (dotychczas - 1 rok) od wydania towaru (termin materialno-prawny). Zwrócić trzeba też uwagę, że nawet przy sprzedaży rzeczy używanej termin ten nie może być skrócony bardziej niż do 1 roku.
- 8) Z faktu poddania roszczeń konsumenta 1-rocznemu przedawnieniu (a nie 1-rocznemu terminowi zawitemu, z art. 568 K.c.) wynikają trzy konsekwencje:
- po pierwsze, termin ten nie może skończyć się przed upływem 2-letniego terminu trwania odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność z umową, tak więc w praktyce, jeśli dotyczyłby roszczenia z tytułu niezgodności stwierdzonej np. w 23-cim miesiącu od wydania, to może kończyć bieg w 35-tym miesiącu od wydania;
  - po drugie, upływ tego terminu nie tylko, że jest uwzględniany wyłącznie na zarzut dłużnika-sprzedawcy, ale sąd może ocenić podniesienie takiego zarzutu w konkretnych okolicznościach, jako niezgodne z zasadami współżycia społecznego (art. 5 K.c.) i odmówić uwzględnienia zarzutu;
  - po trzecie, termin ten faktycznie ulega najczęściej wydłużeniu, a to na skutek zawieszenia jego biegu (na czas naprawy albo wymiany albo pertraktacji ugodowych między stronami), a nawet przerwaniu w chwili zawiadomienia sprzedawcy o niezgodności. Co więcej,

ani upływ terminu przedawnienia roszczeń, ani nawet upływ terminu trwania odpowiedzialności powyżej pkt 5) nie wyłączają możliwości dochodzenia przez kupującego uprawnień z tytułu niezgodności, jeżeli sprzedawca, wiedząc o niej w chwili zawierania umowy, nie powiedział o tym kupującemu (zachowanie się podstępne, nierzetelne).

- 9) Umowna gwarancja (tzw. komercyjna), skoro nie może uszczuplić ustawowej ochrony konsumenta (jego uprawnień), musi mu stwarzać, i to nieodpłatnie, jakieś uprawnienia dalej idące lub dodatkowe. Eliminuje to istniejące obecnie ryzyko związane z wyborem między rękojmią i gwarancją, która z reguły daje uprawnienia węższe niż rękojmia.
- 10) Za udzielenie gwarancji uważa się nie tylko osobno i wyraźnie sformułowane oświadczenie gwarancyjne, zawarte w dokumencie gwarancyjnym, ale ponadto oświadczenie takie, wyrażone w reklamie; w tym drugim wypadku sprzedawca ma obowiązek wydania kupującemu dokumentu gwarancyjnego o takiej samej treści.
- 11) Treść dokumentu gwarancyjnego (oświadczenie gwarancyjne) podlega kontroli sądowej zarówno konkretnej (art. 385<sup>1</sup> K.c.), jak i abstrakcyjnej (w procedurze unormowanej w art. 479<sup>36</sup> i n. K.p.c., co otwiera pole dla działań interwencyjnych zarówno powiatowych rzeczników konsumenta jak i Prezesa UOKiK).
- 12) Korzystne dla kupującego okazuje się unormowanie roszczeń regresowych sprzedawcy do poprzedników (zob. niżej, B pkt



1) i to z dwu względów: po pierwsze dlatego, że zdecydowanie wzrastają (w porównaniu ze stanem obecnym) szanse realizacji takich roszczeń, co osłabi intensywność „bronienia się” przez sprzedawcę przed odpowiedzialnością; po drugie dlatego, że termin dochodzenia roszczeń regresowych rozpoczyna bieg z dniem zaspokojenia żądań kupującego przez sprzedawcę, nie później jednak niż z dniem, w którym powinien był to uczynić - co będzie mobilizować i dyscyplinować sprzedawców przy realizowaniu żądań konsumenckich.

B. Skutki nowej regulacji dla sprzedawcy-przedsiębiorcy są korzystne przede wszystkim:

1) w kwestii jego regresu do poprzedników prawnych w łańcuchu umów, co okaże się bardzo istotne zważywszy zwłaszcza na wskazane powyżej (A pkt 2) objęcie działań reklamowych tych poprzedników odpowiedzialnością sprzedawcy wobec konsumenta. W wieloogniowym najczęściej układzie łańcucha umów (producent - ew. importer - hurtownik - sprzedawca detaliczny - konsument) sprzedawca detaliczny uzyskuje samodzielną prawną podstawę roszczenia zwrotnego wobec każdego z poprzedników (np. wobec producenta). Odpowiedzialność obciąży tego z nich, który swoim działaniem lub zaniechaniem spowodował niezgodność towaru z umową sprzedaży konsumenckiej (choć nie był jej stroną), a w konsekwencji poniesie ekonomiczne skutki swoich zachowań. Ta regulacja zabezpieczy sprzedawcę detalicznego zarówno przed niemożnością dochodzenia roszczeń np. wobec producenta z powodu braku podstawy

prawnej (brak więzi umownej) jak i przed skutkami utraty roszczeń z powodu upływu czasu (np. roszczeń z tytułu rękojmi w stosunku do swego dostawcy, które wygasają z upływem roku od wydania przez niego towaru).

Co do zakresu odpowiedzialności regresowej - jest to pełna odpowiedzialność odszkodowawcza, obejmująca zarówno poniesione straty jak i utracony zysk detalisty.

- 2) Korzystne dla sprzedawców jest zmniejszenie obszaru zastosowania ochronnego dla kupujących reżimu konsumenckiej sprzedaży, a to na skutek zawężenia definicji konsumenta, jako strony umowy tej sprzedaży. W szczególności z reżimu tego zostają wyłączone takie umowy, na mocy których kupujący nabywa towar w celu związanym z jego działalnością zawodową.
- 3) Sprzedawca uzyska możliwość zabezpieczenia się przed odpowiedzialnością za niezgodność towaru z zapewnieniami reklamowymi osób trzecich, a to nie tylko w ten sposób, że wykaże swoją nieznaną tych zapewnień albo fakt, że decyzja kupującego nie mogła pozostawać pod ich wpływem (dowód taki może okazać się bardzo trudny), ale także przez sprostowanie wobec kupującego treści takiego zapewnienia przed zawarciem umowy. Rozwiązanie to łączy ochronę interesu sprzedawcy z ochroną konsumenta, który uzyskuje należytą, rzetelną informację o właściwościach towaru, jaki zamierza nabyć.
- 4) Dogodna dla sprzedawców okaże się możliwość szerokiego stosowania naprawy towaru - oczywiście pod warunkiem, że

naprawa będzie skuteczna i to nie tylko ze względu na cechy użytkowe towaru, ale w pełni nada mu (lub przywróci) zgodność z umową.

Wejście w życie ustawy nie spowoduje skutków finansowych dla budżetu państwa.

## UZASADNIENIE DOSTOSOWAWCZEGO CHARAKTERU PROJEKTU USTAWY O SZCZEGÓLNYCH WARUNKACH SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ ORAZ O ZMIANIE KODEKSU CYWILNEGO.

Projekt ustawy ma na celu implementację do prawa polskiego Dyrektywy 99/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. WE nr L 171, 09.07.99).

Regulacja ta ma za zadanie usunięcie przeszkód w rozwoju sprzedaży na wspólnym rynku przez eliminację zróżnicowanych przepisów dotyczących rękojmi, jakie występują w poszczególnych państwach członkowskich.

Wprowadza ona pojęcie „niezgodność dobra z umową” w miejsce tradycyjnego pojęcia „wady” rzeczy, które odnosi się zarówno do wad fizycznych, jak i do prawnych.

Dyrektywa 99/44 dotyczy umów, których rezultatem jest nabycie rzeczy ruchomej (towaru konsumpcyjnego) przez konsumenta od przedsiębiorcy.

Przepisy projektowanej ustawy stanowią *lex specialis* wobec przepisów kodeksu cywilnego dotyczącego sprzedaży, a w szczególności jej działu I pt. „Przepisy ogólne”.

Art. 1 pkt. 1 ww. projektu ustawy określa pojęcie zarówno konsumenta jak i towaru konsumpcyjnego. Pojęcia te odpowiadają pojęciom zawartym w Dyrektywie 99/44/WE, gdzie zgodnie z art. 1 konsumentem jest osoba fizyczna, nabywająca rzecz ruchomą w celach nie związanych z działalnością gospodarczą. Pozostałe pojęcia zawarte w ww. dyrektywie takie jak sprzedawca, producent czy gwarancja nie zostały wprowadzone do projektu.

Ponadto, projekt zobowiązuje sprzedawcę do podania kupującemu podwójnej ceny tj. ceny oferowanego towaru konsumpcyjnego oraz jego cenę jednostkową, chyba że wyrażają się one tą samą kwotą. Zapis ten jest zgodny z Dyrektywą 98/6/WE .

Art. 3 opiniowanego projektu odnosi się wymagań w jakim powinna odpowiadać informacja konsumencka. Przepis ten ma na celu na celu stworzenie właściwych warunków dla podejmowania przez konsumenta optymalnych dla niego decyzji rynkowych.

Projekt wprowadza domniemanie istnienia wady towaru w chwili jego wydania, jeśli stwierdzono niezgodność świadczenia z umową w ciągu 6 miesięcy (art.4 ust 2). Domniemania prawne zgodności z umową (ust. 2 i 3) są oparte na Dyrektywie 99/44/WE.

Projekt rozszerza pojęcie niezgodności towaru z umową przez objęcie nią także sprzedaży z usługą zamontowania, uruchomienia towaru oraz umowy dostawy i umowy o dzieło. Ponadto, obciąża sprzedawcę ryzykiem nieprawidłowości (błędów, niejasności, niekompletności) instrukcji montażu, jaką wręcza on kupującemu. Projekt określa przypadki nie ponoszenia odpowiedzialności przez sprzedawcę za niezgodność towaru z umową (art. 7 projektu).

Zarówno w prawie wspólnotowym jak i w projektowanej ustawie konsument ma prawo żądać naprawy bądź wymiany wadliwego towaru, a w razie niezaspokojenia tych żądań, obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy. Kupującego nie powinny obciążać (zgodnie z dyrektywą) koszty demontażu oraz ponownego zamontowania i uruchomienia, towaru co do którego była zgłaszana niezgodność z umową. Kupujący traci powyższe uprawnienia jeżeli nie zgłosił w ciągu dwóch miesięcy swoich roszczeń w stosunku do sprzedawcy (art. 9 projektu). Ponieważ Dyrektywa nr 99/44/WE dopuszcza wprowadzenie terminów przedawnienia, projekt wprowadza te zapisy w art. 10 ust 2 i 3.

Dyrektywa 99/44/WE nakazuje unormowanie regresu sprzedawcy, jeżeli niezgodność towaru z umową wynikła z winy osób trzecich.

Odpowiedzialność regresowa zawarta w art. 12 projektu ustawy jest zgodna z założeniami prawa europejskiego. Polega ona na tym, że przez zawarcie umowy konsumenckiej sprzedawca posiada roszczenia wobec producenta, choć ten nie jest z reguły stroną tej umowy.

Art. 13 projektu ustawy stanowi, iż gwarancja jest prawnie wiążąca dla udzielającego na warunkach w niej podanych (odpowiada to art. 6 ww. dyrektywy). Na podstawie tego przepisu reklama wywołuje takie same skutki prawne jak gwarancja, jeżeli zawiera oświadczenie gwarancyjne, które musi określać obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego. Opiniowany projekt, zgodnie z regulacją wspólnotową, wprowadza nowy termin gwarancji, który wynosi 2 lata.

W konkluzji należy stwierdzić, iż wyżej przedstawiona analiza pozwala uznać projekt ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, za dostosowujący prawo polskie do wspólnotowego *aquis* w zakresie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz związanych z tym gwarancji.

Projekt ustawy jest również potraktowany priorytetowo w Narodowym Programie Przygotowania do Członkostwa (priorytet nr. 1 z rozdziału 23 „Ochrona konsumentów i zdrowia”).



**SEKRETARZ  
KOMITETU INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ  
SEKRETARZ STANU  
W MINISTERSTWIE SPRAW ZAGRANICZNYCH**

*Prof. dr hab. Danuta Hübner*  
Skr. Min. DH/ *MMG* /2002/DPE/ksz

Warszawa, *22* kwietnia 2002 r.

**Pan  
Aleksander Proksa  
Sekretarz Rady Ministrów**

**Opinia o zgodności projektu ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego, z prawem Unii Europejskiej wyrażona na podstawie art. 2 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 8 sierpnia 1996 r. o Komitecie Integracji Europejskiej (DZ. U. Nr 106 poz. 494), przez Sekretarza Komitetu Integracji Europejskiej, Minister Danutę Hübner, działającą z upoważnienia Przewodniczącego Komitetu Integracji Europejskiej.**

W związku z przedstawionym projektem ustawy (pismo nr RM-10-46-02), pozwalam sobie wyrazić następującą opinię:

- I. Przedłożony projekt ustawy reguluje kwestie dotyczące odpowiedzialności sprzedawcy i ochrony konsumentów w umowach sprzedaży.
- II. W zakresie praw konsumentów podstawowe znaczenie w prawie wspólnotowym mają dyrektywy mające na celu harmonizację porządków wewnętrznych państw członkowskich obowiązujących w zakresie prawa cywilnego. Problematyki sprzedaży konsumenckiej dotyczą min.:
  - Dyrektywa Rady nr 99/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. sprawie określonych aspektów sprzedaży i gwarancji na dobra konsumpcyjne ( Dz. Urz. WE nr L 171 7.07.99),
  - Dyrektywa Rady nr 93/13/EWG w sprawie nieodzwonnych warunków umowy ( Dz. Urz. WE nr L 95 21.04.93),

- Dyrektywa Rady nr 98/6/WE z dnia 16 lutego 1998 r. o ochronie konsumentów przy podawaniu ceny oferowanych im wyrobów ( Dz. Urz. WE nr L. 80 18.03.98),
- Dyrektywa Rady nr 79/112/EWG w sprawie harmonizacji przepisów prawnych Państw Członkowskich dotyczących etykietowania, prezentacji i reklamy środków spożywczych (Dz. Urz. WE L 105 22.04.99).

III. Układ Europejski (art.69) ustanawiający stowarzyszenie między Polską z jednej strony, a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi z drugiej strony, w katalogu dziedzin, które powinny zostać objęte procesem „zblizania przepisów prawnych” wymienia prawo konsumenckie.

Projektowana ustawa implementuje Dyrektywę Rady nr 99/44/WE, która wprowadza odpowiedzialność sprzedawcy za świadczenie towaru niezgodnego z umową. Celem tej regulacji jest usunięcie przeszkód w rozwoju sprzedaży na wspólnym rynku przez eliminację zróżnicowanych przepisów dotyczących rękojmi. Art. 1 pkt. 1 ww. projektu ustawy określa pojęcie zarówno konsumenta jak i towaru konsumpcyjnego. Pojęcia te odpowiadają pojęciom zawartym w Dyrektywie 99/44/WE, gdzie zgodnie z art. 1 konsumentem jest osoba fizyczna, nabywająca rzecz ruchomą w celach nie związanych z działalnością gospodarczą. Pozostałe pojęcia zawarte w ww. dyrektywie takie jak sprzedawca, producent czy gwarancja nie zostały wprowadzone do ww. projektu. Posługuje się nimi Kodeks cywilny, jednakże nie zawiera on wprost ich definicji. Wprowadzenie do Kodeksu cywilnego takich definicji jest niezbędne ze względu na fakt, iż wyznaczają one zakres zastosowania minimalnego poziomu ochrony konsumenta, którego realizację ma zapewnić implementacja Dyrektywy 99/44/WE. Uwaga powyższa ma zatem charakter systemowy i nie wpływa na ostateczną ocenę przedłożonego projektu ustawy. Jej realizacja zapewni jednak bardziej prawidłową implementację ww. Dyrektywy.

IV. Zgodnie z art. 2 ust. 1 ww. projektu ustawy sprzedawca jest zobowiązany do podania kupującemu podwójnej ceny tj. ceny oferowanego towaru konsumpcyjnego oraz jego cenę jednostkową, chyba że wyrażają się one tą samą kwotą.

Zapis ten odpowiada postanowieniom Dyrektywy nr 98/6/WE oraz 97/13/WE, które wymagają zaopatrzenia oferowanego towaru w dwie ceny.

V. Art. 3 opiniowanego projektu dotyczy informacji konsumenckiej. Informacja ta ma być jasna, zrozumiała, pełna, nie wprowadzająca w błąd oraz podana w języku polskim. Dyrektywy UE szczególną uwagę przywiązują do masowo nabywanych produktów, w odniesieniu do których ważna jest dokładna informacja o ich składnikach, sposobie korzystania, a także niebezpieczeństwach związanych z ich użyciem. Do najważniejszych aktów z tej dziedziny należy Dyrektywa Rady nr 79/112/EWG w sprawie harmonizacji przepisów prawnych Państw Członkowskich dotyczących etykietowania, prezentacji i reklamy środków spożywczych. Przede wszystkim, zgodnie z jej treścią informacja musi być pełna i zrozumiała, ale także nie może wprowadzać w błąd. Musi być także podana w języku zrozumiałym dla kupujących. Postanowienie to jednak nie oznacza, iż informacje nie mogą być podawane w innym języku niż język państwa, na terytorium którego dokonuje się sprzedaży.

Kolejna Dyrektywa 93/13/EWG zawiera w art. 3 ust. 5 ogólnie ujętą zasadę jasności i zrozumiałości umów przedstawianych konsumentowi. Pomija ona kwestię języka, w jakim powinien być sformułowany dokument. Jednak Europejski Trybunał Sprawiedliwości w sprawie *nr 51/93 D.p. Scott/Zwiesel* z dnia 9 sierpnia 1994 r. dopuścił możliwość wprowadzenia wymogu języka danego kraju jako warunkującego lepszą ochronę praw konsumenta, nie traktując je jako ograniczenia swobód traktatowych.

VI. Dyrektywa 99/44/WE dąży do zagwarantowania ochrony konsumenta przed świadczeniem, które jest niezgodne z umową. Projekt określa w art. 4 ust. 2 w sposób pozytywny kryteria oceny takiej zgodności, które korespondują z treścią dyrektywy. Taki sam wniosek nasuwa się po analizie art. 5 i 6 projektu, opierających się na postanowieniach art. 2 ust. 4,5 dyrektywy. Artykuł ten wprowadza domniemanie istnienia wady towaru w chwili jego wydania, jeśli stwierdzono niezgodność świadczenia z umową w ciągu 6 miesięcy. Zapis ten zwiększa ochronę konsumenta poprzez przeniesienie ciężaru dowodowego w zakresie spowodowania uszkodzenia rzeczy przez kupującego na sprzedawcę.

VII. Zarówno w prawie wspólnotowym jak i w projektowanej ustawie konsument ma prawo żądać naprawy bądź wymiany wadliwego towaru, a w razie niezaspokojenia



tych żądań, obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy. Zgodnie z treścią projektu oraz Dyrektywy Rady 99/44/WE, sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru z umową przed upływem dwóch lat od wydania go kupującemu ( art. 10 ust 1 ww. projektu w związku z art. 5 ust.1 ww. dyrektywy). Ponadto kupujący ma obowiązek zawiadomienia przed upływem 2 miesięcy o stwierdzeniu tej niezgodności ( art. 9.1 i art. 5 ust.2 ww. dyrektywy).

Ponieważ Dyrektywa nr 99/44/WE dopuszcza wprowadzenie terminów przedawnienia, projekt wprowadza te zapisy w art. 10 ust 2 i 3.

Dodatkową ochronę konsumenta w prawie wspólnotowym, jak i w proponowanym projekcie, zapewnia zakaz zawarcia umowy, która wyłącza uprawnienie konsumenta, do zawiadomienia sprzedawcy o niezgodności towaru z umową oraz stosowania do umowy prawa obcego (art.11 ww. projektu i art.7 ww. dyrektywy).

VIII. Art.4 Dyrektywy Rady 99/44/WE reguluje kwestię regresu sprzedawcy, jeżeli niezgodność towaru z umową wynika z winy osób trzecich. Odpowiedzialność regresowa zawarta w art. 12 projektu ustawy jest zgodna z założeniami prawa europejskiego. Polega ona na tym iż, przez zawarcie umowy konsumenckiej sprzedawca posiada roszczenia wobec producenta, choć ten nie jest z reguły stroną tej umowy.

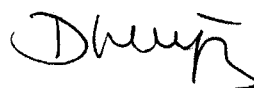
Taka możliwość nie jest zbyt korzystna dla konsumenta, gdyż w praktyce może spowodować przewlekłość rozpatrywania reklamacji.

IX. Według przepisu art. 6 omawianej dyrektywy, gwarancja jest prawnie wiążąca dla udzielającego na warunkach w niej podanych. Na podstawie tego przepisu reklama wywołuje takie same skutki prawne jak gwarancja, jeżeli zawiera oświadczenie gwarancyjne, które musi określać obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego. Treść gwarancji powinna zawierać takie dane jak: okres obowiązywania, ważność gwarancji, nazwę i adres wystawcy. Forma pisemna lub zawarta na innym trwałym nośniku, dotycząca gwarancji powinna być wydawana na żądanie kupującego. Opiniowany projekt przewiduje surowsze wymagania gwarancyjne tj. obowiązek wydania przez gwaranta dokumentu gwarancyjnego oraz obowiązek zawarcia w jego treści stwierdzenia, że gwarancja nie wyłącza, ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową. W obu regulacjach termin gwarancji wynosi 2 lata. Należy zaznaczyć, iż poziom ochrony przyznany

konsumentowi w ww. projekcie jest znacznie korzystniejszy od tego jaki przewiduje kodeks cywilny, gdyż ulega on wydłużeniu z jednego roku do dwóch lat.

- X. Dyrektywa Rady nr 99/44/WE odnosi się nie tylko do umowy sprzedaży, ale także do umowy komisu, umowy dostawy oraz umowy o dzieło. Zakres ten opiera się na kryterium funkcji tzn. konsumpcyjnego przeznaczenia rzeczy. W związku z tym art. 14 projektu ustawy przewiduje stosowanie swoich przepisów do powyższych umów z uwzględnieniem ich specyfiki.
- XI. **W konkluzji stwierdzam, że projekt ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego, jest zgodny z prawem Unii Europejskiej.**

Z poważaniem,



Do uprzejmej wiadomości:

Pan Marek Staszak

Podsekretarz Stanu

Ministerstwo Sprawiedliwości

**Tabela zgodności projektu ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego z dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 99/44 z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz związanych z tym gwarancji**

<b>projekt ustawy</b>	<b>dyrektywa 99/44</b>	<b>zakres regulacji</b>
art. 1	art. 1 ust.1 i 2 pkt. a, b i c art. 1 ust. 3	w projekcie ustawy określając jej zakres przedmiotowy zdefiniowano zgodnie z dyrektywą pojęcie konsumenta, sprzedawcy i towaru konsumpcyjnego, wyłączone z reżimu sprzedaży konsumenckiej umów dostawy energii elektrycznej, gazu i wody
art.2		przepis ustawy spełnia wymogi dyrektywy 98/6 o ochronie konsumentów przy podawaniu ceny oferowanych im wyrobów
art.3		obowiązki sprzedawcy w zakresie informacji konsumenckiej
art. 4	art.2 ust.1 i 2 i art.1ust.2 pkt.d	domniemania zgodności towaru z umową, skutki prawne zapewnień składanych publicznie przez sprzedawcę, producenta i jego przedstawiciela oraz osoby, która wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu lub podaje się za producenta
art.5	Art.2 ust.3	uregulowanie możliwości zwolnienia się przez sprzedawcę od odpowiedzialności
art.6	art. 2 ust.5	rozszerzenie pojęcia niezgodności z umową
art. 7	art. 2 ust. 3	przesłanki wyłączenia odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru z umową

Art. 8	Art.3	roszczenia konsumenta w przypadku niezgodności towaru z umową – sekwencyjność realizacji uprawnień
Art.9	Art. 5 ust.2	zobowiązanie konsumenta do zawiadomienia sprzedawcy o niezgodności towaru z umową
Art.10	Art. 5 ust. 1	dwuletni termin trwania odpowiedzialności sprzedawcy
Art. 11	Art.7 ust 1 i 2	zakaz wyłączenia uprawnień konsumenta w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową
Art.12	Art.14	roszczenie zwrotne
Art.13	Art.6	gwarancja
Art.14	Art.1 ust.4	proponowane zmiany Kodeksu cywilnego są konsekwencją objęcia zakresem przedmiotowym projektowanej ustawy umowy dostawy umowy o dzieło i umowy komisji

## DYREKTYWA 1999/44/EC PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO ORAZ RADY

z dnia 25 maja 1999 roku

w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz związanych z tym gwarancji

PARLAMENT EUROPEJSKI ORAZ RADA UNII EUROPEJSKIEJ

Mając na względzie Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, a zwłaszcza jego Artykuł 95,

Mając na względzie propozycję Komisji <sup>(1)</sup>,

Mając na względzie opinię Komitetu Społeczno-Ekonomicznego (Economic and Social Committee) <sup>(2)</sup>

Działając zgodnie z procedurą określoną w Artykule 251 Traktatu, w świetle wspólnego tekstu zatwierdzonego przez Komitet Pojednawczy (Conciliation Committee) w dniu 18 maja 1999 roku <sup>(3)</sup>

- (1) Zważywszy, że Artykuł 153 (1) oraz (3) Traktatu stanowi, że Wspólnota powinna przyczynić się do osiągnięcia wysokiego poziomu ochrony konsumenta poprzez środki podejmowane zgodnie z jego Artykułem 95;
- (2) Zważywszy, że rynek wewnętrzny obejmuje obszar bez granic wewnętrznych, na którym gwarantowany jest swobodny przepływ towarów, osób, usług oraz kapitału; zważywszy, że swobodny przepływ towarów dotyczy nie tylko transakcji przeprowadzanych przez osoby działające w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, lecz również transakcji dokonywanych przez prywatne osoby; zważywszy, że oznacza to, iż konsumenci zamieszkali w jednym Państwie Członkowskim powinni mieć swobodę zakupywania towarów na terytorium innego Państwa Członkowskiego na podstawie jednolitego, minimalnego zestawu sprawiedliwych zasad rządzących sprzedażą towarów konsumpcyjnych;
- (3) Zważywszy, że przepisy prawa Państw Członkowskich dotyczące sprzedaży towarów konsumpcyjnych są nieco zróżnicowane, co sprawia, że krajowe rynki towarów konsumpcyjnych różnią się pomiędzy sobą, oraz że zasady konkurencji pomiędzy sprzedawcami mogą ulec wypaczeniu;
- (4) Zważywszy, że konsumenci, którzy pragną skorzystać z dużego rynku poprzez zakupywanie towarów w Państwach Członkowskich innych niż Państwo miejsca ich zamieszkania odgrywają kluczową rolę w uzupełnianiu rynku wewnętrznego;

---

<sup>(1)</sup> OJ C 307, 16.10.1996, s. 8

<sup>(2)</sup> OJ C 66, 3.3.1997, s. 5

<sup>(3)</sup> Opinia Parlamentu Europejskiego z dnia 10 marca 1998 roku (OJ C 104, 6.4.1998, s. 30), Wspólne Stanowisko Rady z dnia 24 września 1998 roku (OJ C 333, 30.10.1998, s. 46) oraz Decyzja Parlamentu Europejskiego z dnia 17 grudnia 1998 roku (OJ C 98, 9.4.1999, s. 226), Decyzja Parlamentu Europejskiego z dnia 5 maja 1999 roku, Decyzja Rady z dnia 17 maja 1999 roku.

zważywszy, że należy zapobiegać sztucznej rekonstrukcji granic oraz podziałowi rynków; zważywszy, że możliwości dostępne dla konsumentów zostały mocno rozszerzone poprzez nowe technologie komunikacyjne pozwalające na uzyskanie szybkiego dostępu do systemów dystrybucyjnych w innych Państwach Członkowskich lub w państwach trzecich; zważywszy, że przy braku minimalnej harmonizacji przepisów rządzących sprzedażą towarów konsumpcyjnych rozwój sprzedaży towarów za pośrednictwem nowych technologii przekazywania informacji na odległość jest narażony na ryzyko polegające na tym, że zostanie on zahamowany;

- (5) Zważywszy, że stworzenie wspólnego zestawu minimalnych przepisów prawa konsumenckiego, obowiązującego niezależnie od miejsca zakupu towarów w ramach Wspólnoty, wzmocni zaufanie konsumentów oraz umożliwi konsumentom jak najszersze korzystanie z rynku wewnętrznego;
- (6) Zważywszy, że główne trudności napotymane przez konsumentów oraz główne źródło sporów ze sprzedawcami dotyczą niezgodności towarów z umową; stąd też zważywszy, że właściwym jest dokonanie w tym względzie harmonizacji ustawodawstwa wewnętrznego rządzącego sprzedażą towarów konsumpcyjnych, jednakże bez wkraczania w zakres postanowień oraz zasad prawa wewnętrznego dotyczących odpowiedzialności umownej oraz poza-umownej;
- (7) Zważywszy, że towary muszą być przede wszystkim zgodne ze specyfikacjami umownymi; zważywszy, że zasada zgodności z umową może być traktowana jako wspólna dla różnych tradycji prawa wewnętrznego; zważywszy, że w niektórych tradycjach prawa wewnętrznego niemożliwym może okazać się poleganie wyłącznie na tej zasadzie dla zapewnienia minimalnego poziomu ochrony konsumenta; zważywszy, że szczególnie w takich tradycjach prawnych dodatkowe postanowienia prawa wewnętrznego mogą być pożyteczne w celu zapewnienia ochrony konsumenta w przypadkach, gdzie strony nie uzgodniły żadnych konkretnych warunków umownych, lub gdzie strony określiły warunki umowne lub uzgodnienia, które w sposób bezpośredni lub pośredni znoszą lub ograniczają prawa konsumenta oraz które - w zakresie, w jakim prawa te wynikają z niniejszej Dyrektywy - nie są wiążące w stosunku do konsumenta;
- (8) Zważywszy, że w celu ułatwienia stosowania zasady zgodności z umową, pożytecznym jest wprowadzenie możliwego do obalenia założenia zgodności z umową, obejmującego najbardziej powszechne sytuacje; zważywszy, że takie założenie nie ogranicza zasady swobody zawierania umów; zważywszy dalej, że przy braku konkretnych warunków umownych, jak również tam, gdzie stosowana jest klauzula minimalnej ochrony, elementy wspomniane w takim założeniu mogą zostać wykorzystane w celu stwierdzenia braku zgodności towarów z umową; zważywszy, że jakość oraz sprawność towarów, jakich konsumenci mogą w rozsądnym zakresie oczekiwać będą zależały między innymi od tego, czy towary są nowe, czy też używane; zważywszy, że elementy wspomniane w takim założeniu mają charakter kumulatywny; zważywszy, że jeżeli okoliczności sprawy powodują wyraźnie nieodpowiedni charakter jakiegoś elementu, to jednak pozostałe elementy tego założenia mają zastosowanie;
- (9) Zważywszy, że sprzedawca powinien być bezpośrednio odpowiedzialny wobec konsumenta za zgodność towarów z umową; zważywszy, że jest to tradycyjne rozwiązanie zapisane w przepisach prawa Państw Członkowskich; zważywszy jednak, że sprzedawca powinien mieć swobodę, zgodnie z postanowieniami prawa wewnętrznego, do występowania o zadośćuczynienie przeciwko producentowi, poprzedniemu sprzedawcy w tym samym łańcuchu umów, lub innemu pośrednikowi,

chyba, że zrzekł się on tego prawa; zważywszy, że niniejsza Dyrektywa nie narusza zasady swobody zawierania umów pomiędzy sprzedawcą, producentem, poprzednim sprzedawcą lub jakimkolwiek innym pośrednikiem; zważywszy, że przepisy określające to, przeciwko komu oraz w jaki sposób sprzedawca może występować o takie zadośćuczynienie - powinny zostać określone przez prawo wewnętrzne;

- (10) Zważywszy, że w przypadku niezgodności towarów z umową, konsumenci powinni mieć prawo do bezpłatnego przywrócenia towarów do stanu ich zgodności z umową, wybierając albo ich naprawę albo wymianę lub, przy braku tego – powinni mieć możliwość zastosowania obniżonej ceny lub unieważnienia umowy;
- (11) Zważywszy, że w pierwszej kolejności konsument może żądać od sprzedawcy naprawy towarów lub ich wymiany, chyba, że zastosowanie takich środków jest niemożliwe lub niewspółmierne; zważywszy, że określenie tego, czy dany środek jest niewspółmierny powinno być obiektywne; zważywszy, że środek byłby niewspółmierny, gdyby pociągał za sobą, w porównaniu z innym środkiem, nieuzasadnione koszty; zważywszy, że w celu stwierdzenia, iż koszty są nieuzasadnione – koszty jednego środka powinny być w sposób znaczący wyższe od kosztów drugiego;
- (12) Zważywszy, że w przypadkach braku zgodności z umową, sprzedawca może zawsze zaoferować konsumentowi, tytułem ugody, jakikolwiek dostępny środek; zważywszy, że to konsument ma zdecydować, czy przyjąć, czy też odrzucić taką propozycję;
- (13) Zważywszy, że w celu umożliwienia konsumentom skorzystania z rynku wewnętrznego i kupowania towarów konsumpcyjnych w innym Państwie Członkowskim należy zalecać, aby w interesie konsumentów producenci towarów konsumpcyjnych sprzedawanych na rynku w kilku Państwach Członkowskich dołączali do towaru wykaz zawierający co najmniej jeden adres kontaktowy w każdym Państwie Członkowskim, w którym towar jest sprzedawany;
- (14) Zważywszy, że odniesienia do terminu dostawy nie oznaczają, iż Państwa Członkowskie muszą zmienić swoje przepisy dotyczące przeniesienia ryzyka;
- (15) Zważywszy, że Państwa Członkowskie mogą określić, iż koszty zwracane konsumentowi mogą zostać zmniejszone uwzględniając dotychczasowe użytkowanie przez konsumenta towarów od chwili, kiedy zostały one jemu dostarczone; zważywszy, że szczegółowe postanowienia, na mocy których dokonywane jest unieważnienie umowy mogą zostać określone w ustawodawstwie wewnętrznym;
- (16) Zważywszy, że specyficzny charakter towarów używanych - generalnie uniemożliwia ich wymianę; stąd też zważywszy, że prawo konsumenta do wymiany generalnie nie jest dostępne w odniesieniu do tych towarów; zważywszy, że w odniesieniu do tych towarów Państwa Członkowskie mogą umożliwić stronom uzgodnienie skróconego okresu odpowiedzialności;
- (17) Zważywszy, że właściwym jest ograniczenie w czasie okresu, podczas którego sprzedawca jest odpowiedzialny za jakikolwiek brak zgodności z umową zaistniały w czasie dostawy towarów; zważywszy, że Państwa Członkowskie mogą również postanowić ograniczenie okresu, podczas którego konsumenci mogą wykonywać swoje prawa, pod warunkiem, że taki okres nie wygasa przed upływem dwóch lat od daty dostawy; zważywszy, że tam, gdzie rozpoczęcie biegu okresu przedawnienia nie pokrywa się z datą dostawy towarów, całkowity czas okresu przedawnienia nie może być krótszy niż dwa lata od daty dostawy;

- (18) Zważywszy, że - tam, gdzie ma to zastosowanie oraz zgodnie ze swoim prawem wewnętrznym - Państwa Członkowskie mogą postanowić o zawieszeniu lub przerwaniu okresu, podczas którego jakikolwiek brak zgodności z umową musi stać się widoczny oraz o zawieszeniu lub przerwaniu okresu przedawnienia – w przypadku naprawy towaru, jego wymiany, lub w przypadku negocjacji pomiędzy sprzedawcą a konsumentem zmierzających do osiągnięcia polubownej ugody.
- (19) Zważywszy, że Państwa Członkowskie powinny mieć możliwość określenia okresu, w którym konsument musi poinformować sprzedawcę o jakimkolwiek braku zgodności z umową; zważywszy, że Państwa Członkowskie mogą zapewnić wyższy stopień ochrony konsumenta poprzez nie wprowadzanie takiego obowiązku; zważywszy, że w każdym przypadku konsumenci na terenie całej Wspólnoty powinni mieć co najmniej dwa miesiące na poinformowanie sprzedawcy o zaistniałym braku zgodności z umową;
- (20) Zważywszy, że Państwa Członkowskie powinny chronić konsumentów przed tym, aby taki okres nie stawał w niekorzystnej sytuacji konsumentów dokonujących zakupów zagranicą; zważywszy, że wszystkie Państwa Członkowskie powinny poinformować Komisję o zastosowaniu przez nie takiego postanowienia; zważywszy, że Komisja powinna monitorować skutki zróżnicowanego stosowania takiego postanowienia na konsumentów oraz na rynki wewnętrzne; zważywszy, że informacje o stosowaniu takiego postanowienia przez Państwa Członkowskie powinny być dostępne dla pozostałych Państw Członkowskich oraz dla konsumentów i organizacji konsumenckich na obszarze całej Wspólnoty; stąd też zważywszy, że podsumowanie sytuacji istniejącej we wszystkich Państwach Członkowskich powinno zostać opublikowane w Oficjalnym Dzienniku Wspólnot Europejskich (Official Journal of the European Communities);
- (21) Zważywszy, że w stosunku do niektórych kategorii towarów, stosowaną obecnie przez sprzedawców oraz producentów praktyką jest oferowanie gwarancji w odniesieniu do wad towarów ujawnionych w określonym okresie; zważywszy, że praktyka taka może stymulować konkurencję; zważywszy, że podczas gdy takie gwarancje stanowią uzasadnione narzędzie marketingowe, nie powinny one wprowadzać konsumenta w błąd; zważywszy, że w celu zapewnienia, aby konsumenci nie byli wprowadzani w błąd, gwarancje powinny zawierać niektóre informacje, w tym stwierdzenie, że gwarancja nie narusza należnych praw konsumenta;
- (22) Zważywszy, że strony nie mogą, za obopólnym uzgodnieniem, ograniczyć ani znieść praw przyznanych konsumentom, jako że w przeciwnym wypadku przyznana ochrona prawna zostałaby naruszona; zważywszy, że zasada ta powinna stosować się również wobec postanowień, które zakładają, że konsument był świadomy braku zgodności towarów konsumpcyjnych z umową istniejącego w chwili zawierania umowy; zważywszy, że ochrona przyznana konsumentom na mocy niniejszej Dyrektywy nie powinna być zmniejszana na podstawie tego, że wybrane zostało prawo Państwa nieczłonkowskiego jako mające zastosowanie w odniesieniu do umowy;
- (23) Zważywszy, że ustawodawstwo oraz prawo precedensowe w tej dziedzinie w różnych Państwach Członkowskich wskazuje, iż istnieje rosnące zainteresowanie zapewnieniem wysokiego poziomu ochrony konsumenta; zważywszy, że w świetle tej tendencji oraz doświadczenia zdobytego przy implementacji niniejszej Dyrektywy, może okazać się niezbędne opracowanie daleko sięgającej harmonizacji, zwłaszcza poprzez określenie bezpośredniej odpowiedzialności producenta za wady, za które on odpowiada;
- (24) Zważywszy, że Państwa Członkowskie powinny mieć możliwość przyjęcia lub utrzymania w mocy bardziej rygorystycznych przepisów w dziedzinie objętej



niniejszą Dyrektywą w celu zapewnienia jeszcze wyższego poziomu ochrony konsumenta;

- (25) Zważywszy, że zgodnie z rekomendacją Komisji z dnia 30 marca 1998 roku w sprawie zasad stosowanych wobec organów odpowiedzialnych za poza-sądowe ugody w sporach konsumenckich <sup>(1)</sup>, Państwa Członkowskie mogą tworzyć organy mające na celu zapewnienie bezstronnego oraz skutecznego zajmowania się skargami w kontekście wewnętrznym oraz trans-granicznym, które konsumenci mogą wykorzystywać w charakterze mediatorów;
- (26) Zważywszy, że w celu ochrony wspólnych interesów konsumentów właściwym jest dodanie niniejszej Dyrektywy do wykazu Dyrektyw zawartych w Załączniku do Dyrektywy 98/27/EC Parlamentu Europejskiego oraz Rady z dnia 19 maja 1998 roku o nakazach stosowanych dla ochrony interesów konsumentów <sup>(2)</sup>,

## PRZYJĘŁY NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ

### Artykuł 1

#### Zakres i definicje

1. Celem niniejszej Dyrektywy jest harmonizacja ustaw, rozporządzeń i przepisów administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących niektórych aspektów sprzedaży dóbr konsumpcyjnych oraz związanych z nimi gwarancji w celu zapewnienia ujednoliconego minimalnego poziomu ochrony konsumenta w kontekście rynku wewnętrznego.
2. Dla celów niniejszej Dyrektywy:
  - (a) *konsument*: oznacza każdą osobę fizyczną, która w umowach objętych niniejszą Dyrektywą działa w celach nie związanych z jej działalnością handlową, gospodarczą czy zawodową;
  - (b) *towary konsumpcyjne*: oznaczają wszelkie materialne przedmioty ruchome, za wyjątkiem:
    - towarów sprzedawanych w drodze egzekucji lub w inny sposób z mocy prawa,
    - wody i gazu, tam gdzie nie są one wystawione na sprzedaż w ograniczonej objętości lub oznaczonej ilości,
    - elektryczności;
  - (c) *sprzedawca*: oznacza każdą osobę fizyczną lub prawną, która na podstawie umowy sprzedaje dobra konsumpcyjne w ramach prowadzonej przez siebie działalności handlowej, gospodarczej lub zawodowej;
  - (d) *producent*: oznacza wytwórcę towarów konsumpcyjnych, importera towarów konsumpcyjnych na terytorium Wspólnoty lub jakkolwiek inną osobę podającą się za producenta poprzez umieszczenie swojej nazwy, znaku towarowego lub innego wyróżniającego oznaczenia na towarach konsumpcyjnych;

---

<sup>(1)</sup> OJ L 115, 17.4.1998, s. 31

<sup>(2)</sup> OJ L 166, 11.6.1998, s. 51.

- (e) *gwarancja*: oznacza każde zobowiązanie ze strony sprzedawcy lub producenta wobec konsumenta, podjęte bez dodatkowej opłaty w celu zwrotu zapłaconej ceny lub też wymiany, naprawy lub innego potraktowania towarów konsumpcyjnych w przypadkach, jeżeli nie spełniają one specyfikacji określonych w oświadczeniu gwarancyjnym lub w odnoszącej się do nich reklamie;
  - (f) *naprawa*: oznacza, w przypadku braku zgodności, przywrócenie towarów konsumpcyjnych do stanu zgodności z umową sprzedaży.
3. Państwa Członkowskie mogą postanowić, że wyrażenie "towary konsumpcyjne" nie obejmuje towarów używanych, sprzedawanych na publicznej aukcji, gdzie konsumenci mają możliwość brania osobistego udziału w sprzedaży.
  4. Dla celów niniejszej Dyrektywy umowy na dostawę towarów konsumpcyjnych, które mają dopiero zostać wytworzone lub wyprodukowane traktowane są również jako umowy sprzedaży.

## Artykuł 2

### **Zgodność z umową**

1. Sprzedawca musi dostarczyć konsumentowi towary, które są zgodne z umową sprzedaży.
2. Przyjmuje się, że towary konsumpcyjne są zgodne z umową, jeżeli:
  - (a) odpowiadają opisowi podanemu przez sprzedawcę oraz posiadają cechy towarów, które sprzedawca przedstawił konsumentowi w charakterze próbki lub modelu;
  - (b) nadają się do jakiegokolwiek celu, dla którego konsument ich potrzebuje i który został przedstawiony sprzedawcy w chwili zawarcia umowy sprzedaży, a który sprzedawca zaakceptował;
  - (c) nadają się dla celów, dla których towary tego samego rodzaju są normalnie używane;
  - (d) prezentują cechy oraz działanie, które są normalne dla towarów tego samego rodzaju oraz których konsument może się w rozsądnym zakresie spodziewać, biorąc pod uwagę charakter towarów oraz uwzględniając wszelkie publiczne oświadczenia dotyczące cech towarów, jakie zostały w odniesieniu do nich złożone przez sprzedawcę, producenta lub jego przedstawiciela, zwłaszcza w reklamie lub na etykiecie.
3. Przyjmuje się, że dla celów niniejszego artykułu nie występuje brak zgodności z umową, jeżeli – w chwili zawierania umowy – konsument był świadomy lub w rozsądnym zakresie nie mógł być nieświadomy braku zgodności lub jeżeli brak zgodności ma swoje źródło w materiałach dostarczonych przez konsumenta.
4. Sprzedawca nie jest związany publicznymi oświadczeniami określonymi w ustępie 2(d), jeżeli:
  - wykaże, że nie był i w rozsądnym zakresie nie mógł być świadomy danego oświadczenia,
  - wykaże, że do czasu zawarcia umowy oświadczenie zostało skorygowane lub
  - wykaże, że oświadczenie nie mogło mieć wpływu na decyzję o zakupie towarów konsumpcyjnych.
5. Każdy brak zgodności z umową wynikający z nieprawidłowej instalacji towarów konsumpcyjnych traktuje się jako równoznaczny z brakiem zgodności z umową towarów, jeżeli instalacja stanowi część umowy sprzedaży towarów, a towary zostały

zainstalowane przez sprzedawcę lub na jego odpowiedzialność. W równym stopniu ma to zastosowanie, jeżeli produkt przeznaczony do zainstalowania przez konsumenta zostanie zainstalowany przez niego, a nieprawidłowa instalacja wynika z braków w instrukcji instalacji.

### *Artykuł 3*

#### **Prawa konsumenta**

1. Sprzedawca odpowiada wobec konsumenta za jakikolwiek brak zgodności z umową istniejący w chwili dostawy towarów.
2. W przypadku braku zgodności, konsument ma prawo do bezpłatnego przywrócenia towarów do stanu ich zgodności z umową w drodze naprawy lub wymiany zgodnie z ustępem 3, lub do uzyskania odpowiedniego obniżenia w cenie lub do rozwiązania umowy w odniesieniu do tych towarów zgodnie z ustępami 5 oraz 6.
3. W pierwszej kolejności konsument może żądać od sprzedawcy naprawienia towarów lub ich wymiany, w każdym z tych przypadków bezpłatnie, chyba że jest to niemożliwe lub niewspółmierne.

Środek uznaje się za niewspółmierny, jeżeli nakłada na sprzedawcę koszty, które w porównaniu ze środkiem alternatywnym, są nierozsądne przy uwzględnieniu:

- wartości towarów, jaką by one miały, gdyby nie brak zgodności z umową,
- wagi braku zgodności z umową, oraz
- tego, czy alternatywny środek mógłby zostać wykonany bez powodowania znacznej niedogodności dla konsumenta.

Każda naprawa lub wymiana powinna być dokonana w rozsądnym czasie i bez powodowania znacznej niedogodności dla konsumenta, przy uwzględnieniu charakteru towarów oraz celu, dla którego konsument potrzebował tych towarów.

4. Termin "bezpłatnie" użyty w ustępach 2 i 3 odnosi się do niezbędnych kosztów ponoszonych w celu przywrócenia towarów do stanu ich zgodności z umową, zwłaszcza kosztów wysyłki, robocizny oraz materiałów.
5. Konsument może żądać odpowiedniego obniżenia ceny lub rozwiązania umowy:
  - jeżeli konsument nie jest uprawniony do naprawy lub wymiany
  - jeżeli sprzedawca nie wykonał naprawy lub wymiany w rozsądnym czasie lub
  - jeżeli sprzedawca nie wykonał naprawy lub wymiany bez powodowania znacznej niedogodności dla konsumenta.
6. Konsument nie ma prawa żądać rozwiązania umowy, jeżeli niezgodność z umową jest drobna.

### *Artykuł 4*

#### **Roszczenia zwrotne**

W sytuacji, gdy finalny sprzedawca jest odpowiedzialny wobec konsumenta z powodu braku zgodności z umową wynikającej z działania lub zaniechania producenta, poprzedniego sprzedawcy w tym samym łańcuchu umów lub jakiegokolwiek innego pośrednika, jest on uprawniony do dochodzenia odszkodowania od osoby lub osób odpowiedzialnych w łańcuchu umów. Przepisy prawa wewnętrznego określają osobę lub osoby odpowiedzialne,

wobec których finalny sprzedawca może dochodzić roszczeń, tryb postępowania i inne szczegóły.

#### *Artykuł 5*

##### **Terminy**

1. Sprzedawca jest odpowiedzialny na podstawie Artykułu 3 w sytuacji, jeżeli brak zgodności z umową ujawni się w terminie dwóch lat od chwili dostawy towarów. Jeżeli – na podstawie prawa wewnętrznego – prawa wyszczególnione w Artykule 3(2) podlegają przedawnieniu, termin przedawnienia nie może zakończyć się przed upływem dwóch lat od daty dostawy.
2. Państwa Członkowskie mogą określić, że konsument w celu skorzystania ze swoich praw musi poinformować sprzedawcę o braku zgodności z umową w terminie dwóch miesięcy od dnia, w którym odkrył on taki brak zgodności.

Państwa Członkowskie informują Komisję o stosowaniu przez nie niniejszego ustępu. Komisja będzie monitorowała skutki istnienia takiej opcji dla Państw Członkowskich, jakie wywiera ona na konsumentów oraz na rynek wewnętrzny.

Nie później niż do dnia 7 stycznia 2003 roku Komisja przygotuje sprawozdanie dotyczące stosowania niniejszego ustępu przez Państwa Członkowskie. Sprawozdanie to zostanie opublikowane w Oficjalnym Dzienniku Wspólnot Europejskich.

3. O ile nie zostanie udowodnione inaczej, domniemywa się, że wszelka niezgodność z umową, która ujawni się w terminie sześciu miesięcy od dostawy towarów, istniała w czasie dostawy, chyba że domniemanie takie nie da się pogodzić z charakterem towarów lub charakterem braku zgodności.

#### *Artykuł 6*

##### **Gwarancje**

1. Gwarancja jest prawnie wiążąca dla oferenta na warunkach wyszczególnionych w oświadczeniu gwarancyjnym oraz w związanej z tym reklamie.
2. Gwarancja powinna:
  - stwierdzać, że konsument ma należne prawa na mocy stosownych przepisów prawa wewnętrznego, którym podlega sprzedaż towarów konsumpcyjnych oraz jasno stwierdzać, że gwarancja nie narusza tych praw,
  - podawać w prostym, zrozumiałym języku, treść gwarancji oraz podstawowe szczegóły niezbędne dla składania reklamacji na podstawie gwarancji, zwłaszcza okres i terytorialny zasięg gwarancji, a także nazwę i adres gwaranta.
3. Na wniosek konsumenta gwarancję udostępnia się na piśmie lub na innym trwałym nośniku dostępnym lub osiągalnym dla konsumenta.
4. Na swoim terytorium, Państwo Członkowskie, w którym towary konsumpcyjne są sprzedawane może, zgodnie z postanowieniami Traktatu, określić, że gwarancja powinna być sporządzona w jednym lub więcej językach, które wskaże ono spośród oficjalnych języków Wspólnoty.
5. Okoliczność, że gwarancja nie spełnia wymogów ustępów 2, 3 lub 4, nie ma wpływu na jej ważność, a konsument może nadal polegać na gwarancji i wymagać, aby była ona honorowana.

## *Artykuł 7*

### **Wiążący charakter**

1. Jakikolwiek warunki umowne lub uzgodnienia dokonane ze sprzedawcą zanim niezgodność z umową zostanie sprzedawcy zgłoszona, które bezpośrednio lub pośrednio znoszą lub ograniczają prawa wynikające z niniejszej Dyrektywy, nie są, zgodnie z przepisami prawa wewnętrznego, wiążące dla konsumenta.

Państwa Członkowskie mogą określić, że w przypadku towarów używanych sprzedawca oraz konsument mogą ustalić warunki umowne lub dokonać uzgodnień, które przewidują krótszy okres odpowiedzialności sprzedawcy niż przewidziany w Artykule 5(1). Okres taki nie może być krótszy niż jeden rok.

2. Państwa Członkowskie podejmą niezbędne działania w celu zapewnienia, aby konsumenci nie byli pozbawieni ochrony przewidzianej przez niniejszą Dyrektywę na skutek wyboru prawa państwa nieczłonkowskiego jako prawa właściwego dla umowy w sytuacji, gdy umowa pozostaje w ścisłym związku z terytorium Państw Członkowskich.

## *Artykuł 8*

### **Prawo wewnętrzne oraz minimalna ochrona**

1. Prawa wynikające z niniejszej Dyrektywy będą wykonywane bez uszczerbku dla innych praw, z jakich konsument może skorzystać na podstawie przepisów prawa wewnętrznego dotyczących odpowiedzialności umownej i pozaumownej.
2. Państwa Członkowskie mogą przyjąć lub utrzymywać w mocy bardziej rygorystyczne przepisy, zgodne z Traktatem w obszarze objętym niniejszą Dyrektywą, w celu zapewnienia wyższego poziomu ochrony konsumenta.

## *Artykuł 9*

Państwa Członkowskie podejmą odpowiednie działania w celu poinformowania konsumenta o prawie wewnętrznym stanowiącym transpozycję niniejszej Dyrektywy oraz - tam, gdzie jest to właściwe - będą zachęcać organizacje zawodowe do informowania konsumentów o ich prawach.

## *Artykuł 10*

Załącznik do Dyrektywy 98/27/EC uzupełnia się w sposób następujący:

"10. Dyrektywa 1999/44/EC Parlamentu Europejskiego oraz Rady z dnia 25 Maja 1999 roku w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz związanych z tym gwarancji (OJ L 171, 7.7.1999, s. 12)."

## *Artykuł 11*

### **Transpozycja**

1. Państwa Członkowskie wprowadzą w życie ustawy, rozporządzenia i przepisy administracyjne niezbędne dla osiągnięcia zgodności z niniejszą Dyrektywą nie później niż 1 stycznia 2002 roku. Poinformują one o tym niezwłocznie Komisję.

Wprowadzane przez Państwa Członkowskie instrumenty, powinny zawierać odwołanie do niniejszej Dyrektywy, lub też takie odwołanie powinno im towarzyszyć w czasie ich oficjalnej publikacji. Państwa członkowskie powinny przyjąć odpowiednią procedurę w tym zakresie.

2. Państwa Członkowskie prześlą Komisji postanowienia prawa wewnętrznego, jakie przyjmą one w dziedzinie objętej niniejszą Dyrektywą.

*Artykuł 12*

**Przegląd**

Komisja, nie później niż 7 lipca 2006 roku, dokona przeglądu stosowania niniejszej Dyrektywy i przedstawi odpowiednie sprawozdanie Parlamentowi Europejskiemu oraz Radzie. Sprawozdanie takie przeanalizuje, między innymi, argumenty przemawiające za wprowadzeniem bezpośredniej odpowiedzialności producenta oraz, jeżeli okaże się to właściwe, będzie zawierać odpowiednie propozycje.

*Artykuł 13*

**Wejście w życie**

Niniejsza Dyrektywa wchodzi w życie z chwilą jej opublikowania w Oficjalnym Dzienniku Wspólnot Europejskich.

*Artykuł 14*

Niniejsza Dyrektywa jest adresowana do Państw Członkowskich.

Sporządzono w Brukseli, 25 maja 1999 roku.

*W imieniu Parlamentu Europejskiego*

*Przewodniczący*

J.M. GIL-ROBLES

*W imieniu Rady*

*Przewodniczący*

H. EICHEL

**LISTA PRZEKAZANYCH DOKUMENTÓW  
DO  
PROJEKTU USTAWY  
O  
SZCZEGÓLNYCH WARUNKACH SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ  
ORAZ  
O ZMIANIE KODEKSU CYWILNEGO**

przyjętego przez Radę Ministrów  
w dniu 16 kwietnia 2002 r.

Obszar Negocjacyjny: „Ochrona konsumentów i zdrowia”  
Narodowy Program Przygotowania do Członkostwa Polski w Unii Europejskiej:  
Rozdział 23, priorytet 23.1

1.	Deklaracja dotycząca dostosowawczego charakteru projektu ustawy wraz z uzasadnieniem jego dostosowawczego charakteru
2.	Projekt ustawy wraz z uzasadnieniem
3.	Zestawienie przepisów dostosowujących projektowanej ustawy z odpowiednimi przepisami Unii Europejskiej (tabela zgodności)
4.	Opinia Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej o zgodności projektu z prawem Unii Europejskiej wydana dnia 22 kwietnia 2002r.
5.	Tłumaczenie aktu prawa Unii Europejskiej, w wersji papierowej i elektronicznej: 1. Dyrektywa 1999/44/EC Parlamentu Europejskiego oraz Rady z dnia 25 maja 1999 roku w sprawie niektórych aspektów sprzedaży konsumpcyjnych oraz związanych z tym gwarancji