

# UMOWY ZAWIERANE POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

Autor: Adwokat **Adam Puchacz**

**Współcześnie bardzo wiele słyszy się o prawach konsumentów, o konieczności ciągłego zwiększenia ich uprawnień i minimalizacji ryzyka w transakcjach z ich udziałem. Konsumenty chcą znać swoje prawa i obowiązki, jak również wiedzieć, czego mogą żądać od przedsiębiorcy. Obecnie bardzo istotną rolę w globalnej sprzedaży pełni sprzedaż, do której dochodzi w innym miejscu niż w stacjonarnym sklepie sprzedawcy. Umowy zawierane w ten sposób prawo określa jako „zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa“.**

## Według prawa

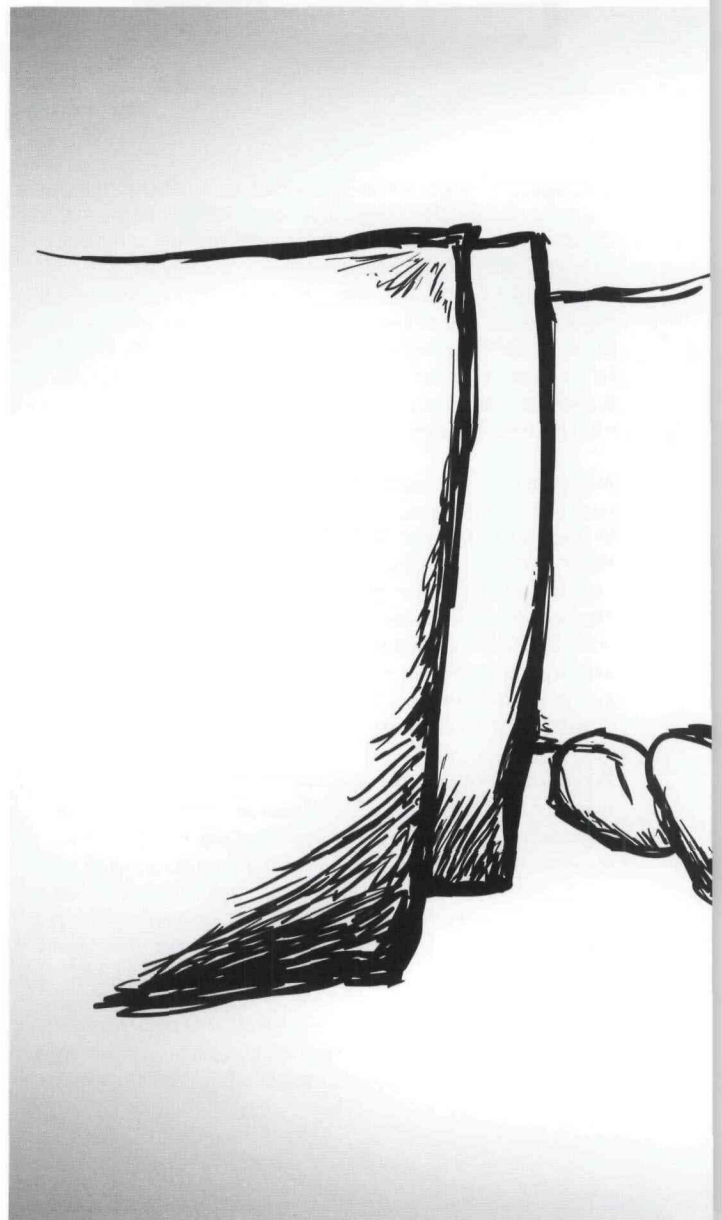
Aktem regulującym tego rodzaju umowy jest obowiązująca od 25 grudnia 2014 r. ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o Prawach konsumenta. Akt ten w znacznej mierze zmienił dotychczasowe uregulowania dotyczące konsumentów i przedsiębiorców, poprawiając istotnie pozycję tych pierwszych.

W art. 2 przywołanego aktu ustawodawca definiuje „lokal” jako nieruchomości lub jej część, w której przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe (czyli np. jego siedziba lub biuro), jak również rzecz ruchomą, w której przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe (np. samochód przystosowany do sprzedaży). Natomiast pod pojęciem „umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa” rozumieć należy umowę, która została zawarta z konsumentem:

- a) przy jednoczesnej obecności stron (a więc konsumenta i przedsiębiorcy) w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy (np. umowa kupna materaca w domu konsumenta lub na prezentacji zorganizowanej w hotelu), jak również w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta w okolicznościach, o których mowa w tym punkcie;
- b) w lokalu przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności stron (np. sytuacja, w której konsument z ulicy zostaje zaproszony na pokaz garnków);
- c) podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami.

Ustawa znajdzie zastosowanie w sytuacjach wskazanych powyżej, jednakże z pewnymi wyłączeniami, o których mowa w art. 3. Mianowicie jej przepisów nie stosuje się do umów dotyczących np. usług socjalnych, opieki nad dziećmi czy zawieranych z przedsiębiorcą dokonującym częstych i regularnych objazdów, podczas których przedsiębiorca dostarcza środki spożywcze, napoje i inne artykuły, przeznaczone do bieżącego spożycia w gospodarstwach domowych, do miejsca zamieszkania, pobytu lub pracy konsumenta, jak również dotyczących gier hazardowych lub zawieranych za pomocą automatów sprzedających, lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży, jak również

w przypadku, gdy konsument jest zobowiązany do zapłaty kwoty nieprzekraczającej pięćdziesięciu złotych. Inne wyłączenia są wskazane w art. 4 ustawy, w tym m.in. umowy dotyczące nieruchomości, czynności bankowych czy umów inwestycyjnych.



## Obowiązki przedsiębiorcy

Przechodząc do pozycji prawnej przedsiębiorcy i konsumenta, należy zwrócić uwagę na szczególne obowiązki przedsiębiorcy, które musi spełnić przy zawieraniu umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Ustawa nakłada na niego obowiązek poinformowania konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o istotnych warunkach umowy, jak również o tym, że warunki umowy mogą być zmienione jedynie za wyraźnym porozumieniem stron. Musi tego dokonać najpóźniej w chwili wyrażania przez konsumenta zgody na przyjęcie danej oferty, co oznacza, że nie można tego zrobić później, np. dosyłając warunki umowy.

Z ustawy wynika dla przedsiębiorcy wiele obowiązków, które mają zwiększyć ochronę konsumenta i przyczynić się do odniesienia realnej korzyści z umowy. Najważniejsze z nich to poinformowanie o: głównych cechach przedmiotu świadczenia, sposobie porozumiewania się z nami (np. telefonicznie, pocztą elektroniczną) czy danych dotyczących firmy (np. adresie, numerze telefonu lub adresie poczty elektronicznej, jeżeli są dostępne).

Istotnym zbiorem obowiązków są te związane z kwestią zapłaty i realizacji świadczenia. Przedsiębiorca musi poinformować konsumenta o łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie, wliczając w to podatki.

Musi określić sposób i termin zapłaty i spełnienia świadczenia. Z innych ważnych obowiązków można wymienić: określenie minimalnego czasu trwania naszych zobowiązań, które wynikają z umowy, także wysokości i sposobu złożenia ewentualnej kaucji, czy, wydawałoby się oczywistego, obowiązku dostarczenia rzeczy bez wad. Powyższych informacji przedsiębiorca udziela na papierze (lub innym trwałym nośniku) w sposób czytelny i wyrażony zrozumiałym dla konsumenta językiem. W razie niepoinformowania konsumenta o którymkolwiek z powyższych obowiązków, ciężar udowodnienia tego, że było inaczej, spoczywa na przedsiębiorcy.

## Odstąpienie od umowy

Wydaje się, że najistotniejszym uprawnieniem konsumenta nadanym przywołaną ustawą jest prawo odstąpienia od umowy. Skutkiem odstąpienia jest potraktowanie umowy jako niezawartej, w wyniku czego konsument zostaje zwolniony z wszelkich zobowiązań.

Ustawa kładzie bardzo duży nacisk na obowiązek poinformowania konsumenta o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy, w tym o sposobie i terminach, jak również o kosztach zwrotu rzeczy. Formularz odstąpienia powinien być dołączony do zawieranej umowy. Może nim być gotowy formularz, którego wzór dołączony jest do

