

Prawo odstąpienia od umowy w ustawie o prawach konsumenta na przykładzie biletów wstępu

Spis treści

- I. Wprowadzenie
- II. Wyjątki od prawa odstąpienia od umowy w dotychczasowym stanie prawnym
- III. Charakterystyka biletów wstępu jako kategorii szczególnej w obrocie konsumenckim
- IV. Brak wyraźnego wskazania biletów wstępu jako kategorii objętej wyjątkami zmienionego prawa do odstąpienia od umowy
- V. Wnioski

Streszczenie

Celem niniejszego tekstu jest przedstawienie zmian legislacyjnych w zakresie prawa konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Dokonując omówienia nowych przepisów, zwrócono uwagę na problemy interpretacyjne w zakresie braku wyraźnego wskazania biletów wstępu jako kategorii objętej wyjątkami zmienionego prawa do odstąpienia od umowy.

Słowa kluczowe: ustawa o prawach konsumenta; prawo odstąpienia od umowy; bilety wstępu

I. Wprowadzenie

W dniu 25 grudnia 2014 r. wejdzie w życie ustawa z 10.06.2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. 2014, poz. 827) (dalej: upk). Ustawa implementuje do polskiego prawa przepisy dyrektywy 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów¹. Przedmiotem nowej regulacji są przede wszystkim prawa konsumenta i obowiązki przedsiębiorcy w związku z zawieraniem umów pomiędzy tymi podmiotami. Celem pełnej harmonizacji przepisów regulujących umowy zawierane na odległość i umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa jest zagwarantowanie pewności prawa zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców na obszarze UE².

Wejście w życie ustawy o prawach konsumenta spowoduje, że utracą moc przepisy ustaw, które dotychczas regulowały zasady obrotu półprofesjonalnego: ustawa z 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225) (dalej: uonpk) i ustawa z 27.07.2002 r. o szczególnych

* Doktorantka w Katedrze Prawa Gospodarczego Publicznego Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku; e-mail: teresa_kaczynska@wp.pl.

¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25.10.2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. U. UE 2011 L 304/64).

² Por. pkt 2 i 7 preambuły dyrektywy 2011/83/UE oraz komunikat prasowy Prezesa UOKiK z 24.06.2014 r. dotyczący ustawy o prawach konsumenta; dokument dostępny pod adresem http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=11079&news_page=1.

warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176, ze zm.).

Nowe przepisy, poza wprowadzeniem pełnej harmonizacji zasad obrotu konsumenckiego w UE, mają również na celu usunięcie niepożądanych luk w prawie. Tutaj nasuwa się pytanie, czy cel ten został osiągnięty przez polskiego ustawodawcę. Kwestia ta zostanie omówiona na przykładzie wyjątków od prawa odstąpienia od umowy przysługującego konsumentowi, jakie przewiduje ustawa o prawach konsumenta.

II. Wyjątki od prawa odstąpienia od umowy w dotychczasowym stanie prawnym

W dotychczasowym stanie prawnym prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje konsumentowi:

1) zgodnie z przepisami uonpk:

a) w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa:

- o charakterze ciągłym lub okresowym, zawieranych na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób, jeżeli konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy, a zarazem w tej ofercie lub informacji, jak i w umowie zastrzeżono prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia jej zawarcia (art. 5 pkt 1);
- sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do miejsca zamieszkania konsumenta (art. 5 pkt 2);
- powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, o wartości przedmiotu umowy do równowartości 10 euro (art. 5 pkt 3);
- o prace budowlane (art. 5 pkt 4);
- dotyczących nieruchomości, z wyłączeniem usług remontowych (art. 5 pkt 5);
- ubezpieczenia, w tym o członkostwo w otwartych funduszach emerytalnych, oraz reasekuracji (art. 5 pkt 6);
- dotyczących papierów wartościowych oraz jednostek uczestnictwa w funduszach powierniczych i inwestycyjnych (art. 5 pkt 7);
- dotyczących usług finansowych (art. 16c ust. 7)

b) w przypadku umów zawartych na odległość (o ile strony nie umówiły się inaczej) dotyczących:

- świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem 10-dniowego terminu do odstąpienia (art. 10 ust. 3 pkt 1);
- nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania (art. 10 ust. 3 pkt 2);
- świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym (art. 10 ust. 3 pkt 3);
- świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą (art. 10 ust. 3 pkt 4);

- świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu (art. 10 ust. 3 pkt 5);
 - dostarczania prasy (art. 10 ust. 3 pkt 6);
 - usług w zakresie gier hazardowych (art. 10 ust. 3 pkt 7);
 - sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do mieszkania lub miejsca pracy konsumenta (art. 16 ust. 2 pkt 1);
 - świadczenia, w ściśle oznaczonym okresie, usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek, gastronomii (art. 16 ust. 2 pkt 2);
- 2) zgodnie z przepisami ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego:
- gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna (art. 8 ust. 4 *in fine*); oraz
 - po upływie terminu do skorzystania z prawa do odstąpienia (art. 10 ust. 2 *in fine*).

Prawo odstąpienia od umowy, w aktualnym stanie prawnym, przysługuje konsumentowi *ex lege* na podstawie art. 2 ust. 1 uonpk – w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, oraz na podstawie art. 7 ust. 1 uonpk – w zakresie umów zawartych na odległość. Dlatego też okoliczności faktyczne, w związku z którymi konsument nie może skorzystać z prawa odstąpienia od zawartej umowy, powinny zostać wyraźnie wskazane w przepisach szczególnych. Okoliczność ta jest szczególnie istotna z uwagi na dynamikę rozwoju e-handlu i nieustający wzrost zainteresowania zakupami dokonywanymi przez konsumentów za pośrednictwem Internetu.

III. Charakterystyka biletów wstępu jako kategorii szczególnej w obrocie konsumenckim

W najnowszej publikacji Gemius z lipca 2014 r., dotyczącej wyników badania polskiego rynku e-commerce³, na uwagę zasługują informacje dotyczące szczegółowej analizy kategorii produktów i usług, które stanowią najczęstszy przedmiotem transakcji zawieranych na odległość. Z opublikowanych danych jednoznacznie wynika, że na pierwszym miejscu w kontekście planów respondentów co do przyszłych e-zakupów, znajdują się podróże oraz bilety do kina/teatru⁴. Tendencję tę potwierdzają dane rynkowe pochodzące od przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie internetowej sprzedaży biletów na imprezy kulturalne i sportowe, zgodnie z którymi rynek ten jest wart ponad 500 mln zł i w kolejnych latach nadal będzie się dynamicznie rozwijał. W ocenie tych samych przedsiębiorców obecnie ok. 80 biletów kupowanych jest przez konsumentów właśnie przez Internet.⁵ Zważywszy na to, warto przyjrzeć się zasadom dotyczącym prawa odstąpienia od umowy w kontekście biletów wstępu, które bez wątpienia wyróżniają się w obrocie konsumenckim na tle tradycyjnych towarów i usług.

Bilet wstępu jest *de facto* materialnym nośnikiem prawa umożliwiającego wzięcie udziału w imprezie. Konsument, dokonując zakupu biletu wstępu, rezerwuje sobie możliwość korzystania z pewnego zasobu wartości niematerialnych, w postaci doznań artystycznych, emocji sportowych itp. Tak więc przedmiotem umowy między konsumentem a przedsiębiorcą jest specyficzny rodzaj

³ Raport *E-commerce w Polsce 2014. Gemius dla e-Commerce Polska* dostępny pod adresem: <http://www.ecommerce.gemius.pl/>.

⁴ Ibidem, s. 78.

⁵ http://www.biznes.newseria.pl/news/polacy_bilety_na_imprezy,p207255090.

usługi (udział w wydarzeniu kulturalnym/sportowym), której realizacja po stronie przedsiębiorcy będzie możliwa jedynie po uprzednim zaangażowaniu znacznych środków finansowych, np. związanych z organizacją koncertu, wystawy lub meczu.

Specyfika relacji kontraktowych między przedsiębiorcą a konsumentem w związku ze sprzedażą biletów wstępu oraz konieczność poniesienia znacznych nakładów organizacyjnych i finansowych po stronie przedsiębiorcy, zostały dostrzeżone przez prawodawcę unijnego, który przewidział wyjątki od ogólnej zasady umożliwiającej konsumentowi odstąpienie od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. W ocenie ustawodawcy unijnego, wyrażonej w pkt 49 preambuły dyrektywy 2011/83/UE, prawo odstąpienia od umowy nie może mieć charakteru absolutnego i powinno być wyłączone:

- 1) ze względu na charakter towarów lub usług;
- 2) w stosunku do towarów wykonanych według specyfikacji konsumenta lub wyraźnie zindywidualizowanych; oraz
- 3) w przypadku niektórych usług, gdy zawarcie umowy wiąże się z rezerwacją zasobów.

Zgodnie z treścią pkt 49 preambuły dyrektywy 2011/38/UE powinny więc istnieć pewne wyjątki od prawa do odstąpienia od umowy, zarówno w przypadku umów zawieranych na odległość, jak i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Prawo do odstąpienia od umowy mogłoby być nieodpowiednie na przykład ze względu na charakter towarów lub usług. Dzieje się tak przykładowo w przypadku wina dostarczanego długo po zawarciu umowy o charakterze spekulacyjnym, w przypadku gdy jego wartość zależy od wahań rynku (*vin en primeur*). Prawo do odstąpienia od umowy nie powinno mieć zastosowania ani do towarów wykonanych według specyfikacji konsumenta lub wyraźnie zindywidualizowanych, takich jak zasłony wykonane na zamówienie, ani na przykład do dostarczania paliwa będącego towarem, które po dostarczeniu jest z natury połączone z innymi przedmiotami. Przyznanie konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy może być nieodpowiednie także w przypadku niektórych usług, gdy zawarcie umowy wiąże się z rezerwacją zasobów, które w przypadku wykonania prawa do odstąpienia od umowy mogą okazać się dla przedsiębiorcy trudne do zbycia. Jako przykład wskazuje się m.in. rezerwacje hotelowe lub rezerwacje domków letniskowych oraz właśnie bilety na wydarzenia kulturalne lub sportowe.

IV. Brak wyraźnego wskazania biletów wstępu jako kategorii objętej wyjątkami zmienionego prawa do odstąpienia od umowy

Wyjątki od prawa do odstąpienia od umowy znajdują się w art. 16 dyrektywy 2011/83/UE, implementowanego do art. 38 upk, zgodnie z którym prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do:

- 1) umowy o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy;
- 2) umowy, w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;
- 3) umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;

- 4) umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;
- 5) umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- 6) umowy, w której przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami;
- 7) umowy, w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;
- 8) umowy, w której konsument wyraźnie żądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji. Jeżeli przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza rzeczy inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy;
- 9) umowy, w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- 10) umowy o dostarczanie gazet, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;
- 11) umowy zawartej na aukcji publicznej;
- 12) umowy najmu budynku lub lokalu do celów innych niż mieszkalne, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi; oraz
- 13) umowy o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.

Mając na względzie treść pkt 49 preambuły dyrektywy 2011/83/UE i fakt, że katalog włączeń jest tak rozbudowany, można się zastanowić, dlaczego w powyższym katalogu zabrakło kategorii biletów uprawniających do wstępu na imprezy masowe, takie jak np. wydarzenia sportowe, koncerty, spektakle, wystawy. Także w toku prac nad ustawą o prawach konsumenta, w ramach przeprowadzonych konsultacji społecznych, żaden z podmiotów w nich uczestniczący nie podniósł propozycji, by w przepisach regulujących wyłączenia od prawa do odstąpienia od umowy wyraźnie wskazać kategorię biletów⁶.

W dotychczasowym stanie prawnym nie budzi wątpliwości fakt, że konsumentom nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy na odległość, na podstawie której nabyto bilety do kina lub na inne wydarzenia rozrywkowe. Sytuacja ta nie jest już tak jednoznaczna w świetle przepisów

⁶ W toku prac legislacyjnych nad ustawą o prawach konsumenta w ramach konsultacji społecznych wpłynęły stanowiska następujących podmiotów: Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, T-Mobile Polska SA, CECED Polska, Związku Pracodawców AGD, Krajowej Rady Rzeczników Konsumentów, Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Pierwszego Prezesa Sądu Najwyższego Rzeczypospolitej Polskiej, Izby Gospodarki Elektronicznej (e-Izba), Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji, Konfederacji Lewiatan, Federacji Konsumentów, Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wodzisławiu Śląskim, Naczelnej Rady Zrzeszeń Handlu i Usług, Organizacji Samorządu Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Bytomiu, Orange Polska, Kasy Krajowej, Pracodawców Rzeczypospolitej Polskiej, Rzecznika Ubezpieczonych oraz Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej. W żadnym ze stanowisk nie została poruszona kwestia prawa do odstąpienia od umowy w przypadku biletów.

ustawy o prawach konsumenta. Należy przypuszczać, że ewentualne spory, które w przyszłości mogą wyniknąć w związku z brakiem wyraźnego wskazania kategorii biletów – będących zmaterializowanym nośnikiem prawa wstępu na wydarzenie kulturalne lub sportowe – będą rozpatrywane w świetle art. 38 pkt 12 upk, zgodnie z którym „prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do: (...) umowy najmu budynku lub lokalu do celów innych niż mieszkalne, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi”.

Niemniej jednak, już literalne brzmienie cytowanego przepisu nasuwa wątpliwości, czy wejście na stadion w celu obejrzenia meczu piłkarskiego albo udział w koncercie może być rozpatrywany w kontekście „usług związanych z wypoczynkiem”. O tym, że problemy interpretacyjne dotyczące wyjątków od prawa odstąpienia od umowy są niewykluczone, świadczą dotychczasowe wyroki, w których sądy dokonywały wykładki zbliżonych terminów, takich jak: „usługi związane z rekreacją”, „usługi związane z rozrywką” i „bilet wstępu”⁷.

Co więcej, również w oficjalnych publikacjach pojawiają się sprzeczne informacje dotyczące tego, czy prawo odstąpienia będzie przysługiwało konsumentowi w przypadku biletów. W publikacji Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (dalej: PARP), sfinansowanej przez Ministerstwo Gospodarki ze środków budżetu państwa, pt.: *Dyrektywa konsumencka – konsekwencje dla e-przedsiębiorców* znajduje się odwołanie do pkt 49 preambuły dyrektywy 2011/38/UE, w którym PARP informuje, że „Prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje jednak we wszystkich umowach B2C, na przykład w umowach, w których cena przedmiotu umowy zależy od wahań rynku, dla towarów/usług na specjalne zamówienie konsumenta, rezerwacji hotelowych, biletów na wydarzenia sportowe, kulturalne, a więc zasobów, które mogą być trudne do zbycia, jeżeli konsument odstąpi od umowy”⁸. Tymczasem na stronie internetowej UOKiK, dotyczącej problematyki e-zakupów, znajduje się informacja, zgodnie z którą „dyrektywa 2011/83 nie zawiera wyjątku dotyczącego świadczenia, w ściśle określonym okresie, usług w zakresie rozrywek. W związku z tym konsumentowi będzie przysługiwało prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość”⁹.

V. Wnioski

Wskazany stan niepewności prawa należy ocenić negatywnie – z punktu widzenia zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców. Panująca dezinformacja w znacznym stopniu utrudni wywiązywanie się przedsiębiorców z ustawowego obowiązku informowania konsumentów o przysługujących im prawach. Co więcej, błędne poinformowanie konsumenta o przysługującym prawie odstąpienia od umowy może wiązać się z koniecznością poniesienia przez przedsiębiorcę odpowiedzialności z tytułu wprowadzania w błąd. Ponadto, w związku ze zmianą ustawy z 20.05.1971 r. – kodeks wykroczeń¹⁰, możliwe będzie nałożenie na przedsiębiorcę kary grzywny za niespełnienie przez niego wymagań dotyczących udzielenia informacji.

⁷ Por. wyrok NSA z 7.03.2014 r., I FSK 504/13, wyrok WSA w Warszawie z 11.04.2013 r., III SA/Wa 3204/12.

⁸ *Dyrektywa konsumencka – konsekwencje dla e-przedsiębiorców*, s. 12, dokument dostępny pod adresem http://www.web.gov.pl/g2/big/2014_01/98e33cd5ad07c5b1415814d193628a4e.pdf.

⁹ Dokument dostępny pod adresem <http://ezakupy.uokik.gov.pl/faq/czy-moge-dokonac-zwrotu-biletow-zakupione-przez-internet/>.

¹⁰ Tekst jedn.: Dz. U. z 2013 r., poz. 482 ze zm.