

Piotr Machnikowski

## **Przepisy dotyczące czynności prawnych w projekcie *Common Frame of Reference* i w *Principles of the Existing EC Contract Law* (cz. II)**

### **II. *Acquis Principles***

#### **1. Charakter i struktura *Acquis Principles***

*Principles of the Existing EC Contract Law (Acquis Principles)*, czyli Zasady Istniejącego Wspólnotowego Prawa Umów (Zasady *Acquis*) przygotowywane są przez *European Research Group on Existing EC Private Law*<sup>7</sup>. Są jeszcze w fazie projektowania, ich ukończenie przewidywane jest na koniec 2008 roku, jednak większość zagadnień dotyczących czynności prawnych została już opracowana, a przyjęta treść przepisów w niewielkim tylko stopniu może ulec zmianie. W poniższym opracowaniu posługuje się projektem w pierwszej opublikowanej wersji (z połowy 2007 r.)<sup>8</sup>; poszczególne przepisy opatrywane są skrótem ACQP (*Acquis Principles*). Jak już wspomniano, we fragmencie Zasady stanowiąc mają część omawianego powyżej *Common Frame of Reference*.

Istotą Zasad *Acquis* jest to, że są one formułowane na podstawie istniejących regulacji Wspólnoty Europejskiej w dziedzinie prawa umów.

---

<sup>7</sup> Polskę reprezentują obecnie w Grupie F. Zoll, J. Pisuliński, P. Machnikowski, E. Rott-Pietrzyk i M. Szpunar.

<sup>8</sup> Zob. *Research Group on the Existing EC Private Law, Principles of the Existing EC Contract Law (Acquis Principles)*. *Contract I*, München 2007.

Stanowią zatem odzwierciedlenie istniejącego wspólnotowego dorobku prawnego, a nie propozycję jakichś optymalnych rozwiązań ani też zespół reguł wywiedzionych z krajowych porządków prawnych państw członkowskich. Zasadniczymi źródłami dla formułowania Zasad *Acquis* są rozporządzenia (rządziej) i dyrektywy (częśćiej) unijne oraz orzecznictwo Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości oraz Sądu I Instancji. Uzupełniające znaczenie jako źródło Zasad *Acquis* ma konwencja wiedeńska o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów<sup>9</sup>.

*Acquis Principles* mają w zamierzeniu ich twórców służyć jako narzędzie pomocne w projektowaniu, implementowaniu i interpretowaniu prawa Wspólnoty Europejskiej (art. 1:101 ACQP).

Struktura projektu nie odpowiada żadnemu z typowych układów europejskich kodyfikacji, wynika ona z charakteru i zakresu regulacji prawa wspólnotowego. Zagadnienia odpowiadające przedmiotowi regulacji tytułu IV księgi I polskiego kodeksu cywilnego zawarte są w sekcji 3 rozdziału 1 (Zawiadomienia i forma), rozdziale 2 (Obowiązki przedkontraktowe) i rozdziale 4 (Zawarcie umowy). Planowany rozdział poświęcony przesłankom ważności umowy, a mający regulować wpływ formy umowy na jej ważność, nie został jeszcze opracowany, podobnie jak reguły wykładni oświadczeń. Ponadto projekt Zasad *Acquis* obejmuje przygotowane już rozdziały poświęcone niedyskryminacji w prawie umów, prawu odstąpienia od umowy, klauzulom nieuzgodnionym indywidualnie, wykonaniu zobowiązań oraz środkom prawnym w wypadku ich niewykonania, które nie będą przedmiotem tego opracowania, jako nienależące do „klasycznej” problematyki czynności prawnych.

Zasady *Acquis* regulują w zasadzie wyłącznie umowy, a czynności jednostronne tylko wówczas, gdy są związane z zawartymi wcześniej umowami (np. odstąpienie od umowy). Sporadycznie zawierają jednak wzmianki o jednostronnych czynnościach prawnych (*unilateral promises*). Regulacja ta obejmuje zarówno stosunki konsumenckie, jak i stosunki pomiędzy przedsiębiorcami bądź pomiędzy osobami nieprowadzącymi

---

<sup>9</sup> Zob. G. A j a n i, H. S c h u l t e - N ö l k e, [w:] *Principles of the Existing EC Contract Law (Acquis Principles). Contract I*, München 2007, s. IX i nast.; F. Z o l l, *Metoda Acquis Group. Wkład w harmonizację prawa umów w Europie*, [w:] *Europeizacja prawa prywatnego*, t. II, Kraków 2008, s. 751 i nast.

działalności gospodarczej. Zróżnicowanie tych stosunków wprowadzone zostaje na poziomie poszczególnych artykułów projektu, gdzie pojawiają się określenia „przedsiębiorca” (*business*) i „konsument” (*consumer*). Postanowieniom dotyczącym konsumentów nadany został w sposób generalny (w art. 1:203 ACQP) charakter bezwzględnie wiążący.

Na obecnym etapie tworzenia *Acquis Principles* obejmują normy o charakterze ogólnym w tym sensie, że odnoszą się one do różnych typów umów. W najbliższej przyszłości zostaną one jednak uzupełnione o normy szczegółowe, dotyczące unormowanych w *acquis communautaire* typów umów, a wprowadzające uregulowanie odmienne od tych, które zawarto w normach ogólnych.

Mimo że Zasady *Acquis* nie są tworzone z myślą o ich bezpośrednim stosowaniu do konkretnego stosunku prawnego (choć tego nie wykluczają), ich twórcy starają się zapewnić im pewne minimum zupełności i spójności. Dlatego w przypadkach, gdy jakaś kwestia nie jest uregulowana w prawie wspólnotowym, a jest istotna z punktu widzenia kompletności systemu, umieszcza się w Zasadach odpowiedni przepis zaczerpnięty z projektu DCFR, oznaczany jako tzw. szara reguła (*grey rule*)<sup>10</sup>.

## **2. Czynność prawna a inne czynniki kształtujące prawa i obowiązki**

Zasady *Acquis* nie zawierają przepisu, który określałby wprost (jak art. 56 polskiego k.c.) jakie czynniki, obok samej umowy, kształtują prawa i obowiązki stron. W rozdziałach poświęconych obowiązkowi przedkontraktowemu, zawarciu umowy oraz wykonaniu zobowiązań zawierają jednak szczegółowe postanowienia, które przyznają moc prawną rozsądnym oczekiwaniom strony, oświadczeniom przedkontraktowym jednej ze stron lub osoby trzeciej; zostaną one przedstawione poniżej. Z kolei w rozdziale poświęconym wykonaniu zobowiązania zawarto regułę, że dłużnik musi wykonać swoje obowiązki zgodnie z wymogami dobrej wiary (art. 7:701 ACQP).

---

<sup>10</sup> Co do metody tworzenia Zasad zob. szerzej G. D a n n e m a n n, [w:] *Principles...*, s. XXIII i nast.; F. Z o l l, *Metoda Acquis Group...*

### 3. Składanie oświadczeń

Zasadnicza reguła dotycząca składania oświadczeń (*notice*, co obejmuje zarówno oświadczenia woli w znaczeniu przyjętym w naszym systemie, jak i zawiadomienia) została zaczerpnięta z art. 1:106 ust. 2 DCFR, ponieważ kwestie te nie są regulowane prawem wspólnotowym. Tak więc art. 1:301 ACQP (będący tzw. szarą regułą) stanowi, że wszelkie oświadczenia mogą być składane za pomocą jakichkolwiek środków odpowiednich do okoliczności. Regułą opartą na *acquis*<sup>11</sup> jest natomiast art. 1:302 ACQP, w myśl którego oświadczenie przekazane za pomocą środków elektronicznych dociera do adresata, jeżeli może on uzyskać do niego dostęp (przy czym w relacjach przedsiębiorca-konsument jest to przepis bezwzględnie wiążący).

### 4. Forma czynności prawnych

Przepisy projektu Zasad *Acquis* na temat formy nie zostały jeszcze w pełni opracowane, w szczególności, jak już sygnalizowano, nie została szczegółowo rozstrzygnięta kwestia wpływu formy na ważność czynności prawnej. W swej obecnej postaci projekt zawiera ogólną regułę swobody formy oraz definiuje kilka pojęć, przez co określa rodzaje formy, do jakich odwoływać się mogą poszczególne przepisy Zasad.

W myśl art. 1:303 projektu, o ile nic innego nie zastrzeżono, w działaniach prawnych nie ma wymogu przestrzegania formy<sup>12</sup>. Kolejne przepisy (art. 1:304 – 1:307) definiują następujące pojęcia: formę tekstową (*textual form*), trwały nośnik (*durable medium*), pismo (*in writing*) oraz podpisy (*signatures*). Pojęcia te składają się na katalog form wymaganych przez Zasadę *Acquis*, uszeregowanych w cztery poziomy wymagań formalnych. Ich definicje służą jednocześnie uporządkowaniu nie w pełni spójnej terminologii prawa wspólnotowego<sup>13</sup>.

Forma tekstowa oznacza tekst wyrażony znakami alfabetu lub innymi zrozumiałymi znakami, za pomocą jakiegokolwiek środka, który umoż-

---

<sup>11</sup> Na art. 11 ust. 1 dyrektywy nr 2000/31 w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego.

<sup>12</sup> Podstawę dla uznania tej reguły za obowiązującą w sprawie wspólnotowym stanowi m.in. wyrok ETS w sprawie *Bellone* (C-215/97).

<sup>13</sup> Zob. E. Arroyo, B. Pasa, A. Vaquer, [w:] *Principles...*, s. 41 i nast.

liwia odczytanie, zapisanie zawartej w nim informacji oraz jej powielanie w postaci materialnej. Trwały nośnik oznacza jakkolwiek instrument, który umożliwi odbiorcy przechowanie informacji w taki sposób, by była możliwa do odczytania w przyszłości przez okres odpowiedni do jej celu oraz by można było ją powielać w stanie niezmienionym. Oświadczenie w formie tekstowej na trwałym nośniku jest uznawane za uczynione „na piśmie”, jeżeli tekst jest przechowywany na nośniku w sposób trwały i zapisany znakami, które są bezpośrednio czytelne. Podpis własnoręczny oznacza nazwisko osoby lub znak ją oznaczający, napisane przez nią własnoręcznie w celu potwierdzenia autentyczności. Podpis elektroniczny oznacza dane w formie elektronicznej dołączone lub logicznie powiązane z innymi danymi elektronicznymi i służące jako metoda potwierdzenia autentyczności. Określenie „elektroniczny” oznacza odnoszący się do technologii wykorzystującej zjawiska elektryczne, cyfrowe, magnetyczne, bezprzewodowe, optyczne, elektromagnetyczne lub podobne. Zaawansowany podpis elektroniczny oznacza podpis elektroniczny spełniający następujące wymagania:

- a) przypisany wyłącznie podpisującemu,
- b) umożliwiający identyfikację podpisującego,
- c) składany przy użyciu środków, które mogą pozostawać pod wyłączną kontrolą podpisującego,
- d) powiązany z danymi, do których się odnosi, w taki sposób, by każda późniejsza zmiana tych danych była możliwa do wykrycia.

## 5. Zawarcie umowy

W myśl art. 4:101 ACQP umowa jest zawarta, jeżeli strony mają zamiar prawnego związania się i osiągnęły wystarczające porozumienie. *Acquis* nie zawiera wielu postanowień odnoszących się do samego zawarcia umowy, procedury uzgadniania oświadczeń woli. Dlatego generalną regułą dotyczącą zawarcia umowy można budować raczej głównie na podstawie powszechnego poglądu prawników europejskich, wspartego tylko pośrednio pewnymi szczegółowymi normami prawa europejskiego<sup>14</sup>. Taką

---

<sup>14</sup> Zob. art. 7 ust. 1 dyrektywy nr 99/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, art. 9 dyrektywy nr 97/7 w spra-

generalną regułą zawiera także art. 2:101 PECL i art. II-4:101 DCFR; sformułowanie ACQP nieco odbiega od PECL i DDCFR pod względem redakcji, ale nie treści.

Art. 4:102 ACQP stanowi, że:

1) Umowa może być zawarta przez przyjęcie oferty zgodnie z poniższymi przepisami.

2) Przepisy tego rozdziału stosuje się także, gdy proces zawierania umowy nie może być rozpatrywany jako oferta i przyjęcie.

Ust. 1 nie ma wyraźnych podstaw w *acquis*. Z niektórych przepisów dyrektyw wynika, że konstrukcja oferty i przyjęcia jest prawodawcy europejskiemu znana<sup>15</sup>. Nie wystarcza to jednak do sformułowania pełnej regulacji procedury zawarcia umowy, a tylko do zaakcentowania jej istnienia. Przepis taki jest też potrzebny jako „punkt zaczepienia” dla dalszych postanowień. Ustęp 2 jest zapożyczony z art. 2:211 PECL i art. II-4:211 DCFR, z drobnymi zmianami redakcyjnymi. Służy temu, by zastosowanie regulacji zawartych w ACQP nie było wykluczone wówczas, gdy sposób dochodzenia do porozumienia nie odpowiada modelowi oferty i przyjęcia.

Oferta została unormowana w art. 4:103 ACQP za pomocą tzw. szarej reguły (z art. II-4:201 DCFR). Przepis ten stanowi, że:

1) Propozycję uważa się za ofertę, jeżeli:

a) wyraża zamiar zawarcia umowy w razie przyjęcia oferty przez drugą stronę oraz

b) zawiera postanowienia wystarczająco określone, by stworzyć umowę.

2) Oferta może być skierowana do jednej lub więcej określonych osób albo do publiczności.

3) Propozycja dostawy towarów lub usług po określonej cenie złożona przez przedsiębiorcę w publicznym ogłoszeniu lub katalogu albo przez wystawienie towarów jest uważana, o ile okoliczności nie wskazują inaczej,

---

wie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość. Zob. szerzej R. Schulte, [w:] *Principles...*, s. 129 i nast.

<sup>15</sup> Zob. art. 9 dyrektywy nr 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość oraz art. 9 dyrektywy nr 2002/65 dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość; także inne dyrektywy posługują się pojęciami „oferty” i „przyjęcia” (np. art. 1 ust. 3 i 4 dyrektywy nr 85/577 w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa).

za ofertę sprzedaży bądź dostawy po tej cenie do wyczerpania zapasów lub możliwości świadczenia usług.

Bezspornie „wspólnotowym” przepisem jest natomiast art. 4:104 ACQP o treści: „jeżeli przedsiębiorca świadczy niezamówione towary lub usługi, brak odpowiedzi konsumenta nie rodzi żadnych zobowiązań po jego stronie”<sup>16</sup>. Przepis zawiera dwie istotne reguły. Pierwsza to ta, że brak odpowiedzi nie jest przyjęciem oferty. Druga, wyrażona w nim bardziej wprost, to wyłączenie wszystkich ewentualnych obowiązków konsumenta, zarówno kontraktowych, jak i pozakontraktowych (w tym obowiązku odesłania towaru czy określonego z nim postępowania). Otwarta pozostała tu jednak kwestia roszczeń rzeczowych – podlegają one prawu krajowemu.

Szczególnie istotnym rozwiązaniem w przepisach o zawarciu umowy jest wyraźne uregulowanie kwestii znaczenia oświadczeń przedkontraktowych (art. 4:105 i 4:106 ACQP). Postanowiono mianowicie, że publiczne oświadczenie złożone przez przedsiębiorcę przed zawarciem umowy i dotyczące szczególnych cech towarów czy usług, które świadczy, kształtuje treść zobowiązania, chyba że:

a) w chwili zawarcia umowy druga strona wiedziała albo, rozsądnie oceniając, powinna była wiedzieć, że oświadczenie to jest niezgodne z prawdą lub

b) oświadczenie nie mogło wpłynąć na decyzję drugiej strony o zawarciu umowy lub

c) oświadczenie zostało sprostowane do czasu zawarcia umowy.

To samo dotyczy publicznych oświadczeń producenta, innej osoby w łańcuchu pomiędzy producentem a ostatecznym nabywcą albo innej osoby prowadzącej reklamę czy marketing dla przedsiębiorcy, chyba że przedsiębiorca nie wiedział i, rozsądnie oceniając, nie powinien był wiedzieć o tym oświadczeniu.

Przepisy te stanowią efekty spostrzeżenia, że prawo wspólnotowe przyznaje oświadczeniom przedkontraktowym większe znaczenie niż

---

<sup>16</sup> Przepis ten oparty jest na art. 9 dyrektywy nr 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość i art. 9 dyrektywy nr 2002/65 dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość. Zob. R. S c h u l z e, [w:] *Principles...*, s. 135 i nast.

większość praw krajowych. W pewnych sytuacjach stają się one bowiem wiążące (kształtują treść zobowiązania), mimo że nie włączono ich do treści oświadczeń woli<sup>17</sup>. Autorzy projektu doszli do wniosku, że przepisy te nie stanowią tylko szczególnych instrumentów ochronnych stosowanych do konsumentów w niektórych umowach. Zostały one uznane za konsekwencje ogólnej reguły interpretacyjnej, w myśl której, jeżeli umowa nie reguluje pewnej kwestii będącej przedmiotem publicznego oświadczenia przedkontraktowego jednej ze stron, to należy ją interpretować zgodnie z tym publicznym oświadczeniem. Zwraca się przy tym uwagę, że pewne państwa członkowskie wprowadziły tę regulację w szerszym zakresie niż dyrektywa (także w umowach sprzedaży innych niż konsumenckie)<sup>18</sup>.

Art. 4:107 ust. 1 ACQP przejął (jako „szarą regułę”) art. II-1:103 ust. 2 DCFR: Ważne jednostronne przyrzeczenie lub zobowiązanie się wiąże osobę, która je złożyła, jeżeli miała ona zamiar nadania mu mocy prawnej bez potrzeby przyjęcia. Uznano bowiem, że samo *acquis* nie daje podstaw do przyjęcia takiej reguły, nie ma jednak także podstaw, by twierdzić, że prawo wspólnotowe wyklucza istnienie jednostronnych czynności zobowiązujących<sup>19</sup>. Ponadto takie czynności są dopuszczalne w wielu systemach krajowych oraz w art. 2:107 PECL (i wspomnianym art. II-1:103 ust. 2 DCFR) i uznano, że trzeba się do tego jakoś odnieść, zwłaszcza w kontekście norm ochronnych zawartych w prawie umów, a odnoszących się wprost wyłącznie do umów. Dlatego art. 4:107 ust. 1 ACQP jest potrzebny głównie jako podstawa (wprowadzenie) do ust. 2: „Jeżeli

---

<sup>17</sup> Podstaw do takiego wniosku dostarcza przede wszystkim art. 2 ust. 2 lit. d) dyrektywy nr 99/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (publiczne oświadczenia co do cech towaru mają znaczenie dla oceny jego zgodności z umową), art. 1 ust. 2 lit. e) w zw. z art. 6 tej dyrektywy (gwarancja obejmuje brak cech, o których zapewniano w oświadczeniach reklamowych), a także art. 3 ust. 2 dyrektywy nr 90/314 w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek (związanie organizatora informacjami zawartymi w udostępnionej konsumentowi broszurze). Wyjątki od reguły związania publicznym oświadczeniem wynikają z art. 2 ust. 3 i 4 dyrektywy nr 99/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji. Zob. R. S c h u l z e, [w:] *Principles...*, s. 140 i nast.

<sup>18</sup> Tak np. § 434 BGB.

<sup>19</sup> Argumentem za tym, że je akceptuje mógłby być art. 6 dyrektywy nr 99/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (dotyczący gwarancji handlowej), jest to jednak wysoce dyskusyjne.



przyrzeczenie jednostronne jest wiążące, przepisy prawa umów, które chronią jedną ze stron mają do niej zastosowanie”.

Przepisy ACQP zawierają także szczególną regułę dotyczącą ofertowego trybu zawarcia umowy przy użyciu środków komunikacji elektronicznej<sup>20</sup>. Art. 4:108 ACQP stanowi, że:

1) Przedsiębiorca, który oferuje możliwość zawarcia umowy za pomocą środków łączności elektronicznej, ale niepolegających na komunikacji indywidualnej, musi potwierdzić w formie elektronicznej otrzymanie od drugiej strony oferty lub oświadczenia o jej przyjęciu.

2) Jeżeli druga strona nie otrzyma potwierdzenia ani przyjęcia oferty bez zbędnej zwłoki, może wycofać swoją ofertę bądź oświadczenie o jej przyjęciu i/lub żądać odszkodowania.

3) Przepisy powyższe są bezwzględnie wiążące w stosunkach między przedsiębiorcą a konsumentem.

## **6. Obowiązki przedkontraktowe i odpowiedzialność przedkontraktowa**

### **6.1. Uwagi wstępne**

Projekt ACQP zawiera odrębny rozdział poświęcony obowiązkom przedkontraktowym. Samo pojęcie obowiązku przedkontraktowego nie jest w ACQP definiowane, z poszczególnych przepisów wynika jednak jasno, że chodzi o obowiązki określonego postępowania w relacjach poprzedzających zawarcie umowy.

Postanowienia regulujące obowiązki przedkontraktowe dzielą się na trzy grupy obejmujące kolejno: obowiązki o charakterze ogólnym, przedkontraktowe obowiązki informacyjne oraz szczególny obowiązek zapobiegania błędom w danych wprowadzanych podczas kontraktowania za pomocą elektronicznych środków komunikacji.

### **6.2. Obowiązki ogólne**

- Generalna zasada dobrej wiary

Podstawowe znaczenie dla określenia pozycji stron na etapie poprzedzającym zawarcie umowy ma generalna zasada dobrej wiary, wyrażona

---

<sup>20</sup> Opartą na art. 11 dyrektywy nr 2000/31 w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywy o handlu elektronicznym).

w art. 2:101 ACQP. Zgodnie z tym przepisem, w relacjach poprzedzających zawarcie umowy strony muszą działać zgodnie z wymogami dobrej wiary. Taki ogólny wymóg ma, zdaniem twórców projektu, podstawę w wielu przepisach prawa wspólnotowego<sup>21</sup>.

Przepisy prawa wspólnotowego posługują się nie tylko pojęciem „dobrej wiary” (*good faith*), ale też „uczciwego obrotu” (*fair trading*), czasem łącznie, czasem oddzielnie. Wzajemna relacja tych dwóch pojęć nie jest jasna, ich wspólna obecność w *Acquis* może być tłumaczona tym, że akty prawa wspólnotowego często łączą w sobie regulacje zaliczane do prawa umów (gdzie powszechnie używanym terminem jest „dobra wiara”) oraz regulacje dotyczące działalności gospodarczej (gdzie „uczciwy obrót” wydaje się bardziej uzasadniony). Szczególnym przykładem takich hybrydowych regulacji są przepisy o obowiązkach informacyjnych oraz przepisy dotyczące niedozwolonych praktyk handlowych. Przegląd poszczególnych wersji językowych dyrektyw wykazuje ponadto, że cytowane terminy bywają używane zamiennie także w tłumaczeniach. Można także twierdzić, że wymogi dobrej wiary w działaniach przedkontraktowych mają szerszy zakres, a zasady uczciwości w obrocie są jedną z ich konkretyzacji.

Wymóg przestrzegania zasad dobrej wiary zawarty w art. 2:101 ACQP ma na celu narzucenie podmiotom standardów uczciwości i rozsądku w ich zachowaniach poprzedzających zawarcie umowy. Obowiązek przestrzegania zasad dobrej wiary nie może być przez strony umownie wyłączony. Obowiązek ten odnosi się do wszystkich podmiotów, zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów oraz do wszystkich sytuacji poprzedzających zawarcie umowy, niekoniecznie związanych z jakimś określonym trybem zawierania umów czy choćby z zaproszeniem do

---

<sup>21</sup> Spośród nich należy wymienić przede wszystkim art. 2 lit. h) dyrektywy 2005/29 dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym; art. 4 ust. 2 dyrektywy 1997/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość; art. 3 ust. 2 dyrektywy 2002/65 dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość; art. 3 ust. 1 dyrektywy nr 93/13 w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich oraz art. 3 ust. 1 i art. 4 ust. 1 dyrektywy 86/653 w sprawie koordynacji ustawodawstw Państw Członkowskich odnoszących się do przedstawicieli handlowych działających na własny rachunek. Zob. szerzej T. Pfeiffer, M. Ebers, [w:] *Principles...*, s. 61 i nast.

zawarcia umowy. „Relacje przedkontraktowe”, o których mówi przepis, powinny być rozumiane szeroko i w dużym stopniu pokrywają się z pojęciem „praktyk handlowych” w rozumieniu art. 2 lit. d) dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych (które oznaczają każde działanie przedsiębiorcy, jego zaniechanie, sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją, sprzedażą lub dostawą produktu do konsumentów).

Przepis ustanawiający obowiązek przestrzegania zasad dobrej wiary ma charakter otwarty, gdyż zasady te nie zostały w nim skonkretyzowane. W intencji projektodawców ma zobowiązywać stronę do czynienia wszystkiego, czego można oczekiwać od uczciwej osoby działającej w danych okolicznościach i dysponującej danym zasobem informacji. Obejmuje to przede wszystkim obowiązek poszanowania praw i sytuacji prawnej drugiej strony, zakaz nadużywania prawa (na etapie przedkontraktowym, np. prawa do uzyskania informacji). Ma on służyć także ochronie kontrahenta przed niekonsekwentnym działaniem drugiej strony (w myśl zasady *venire contra factum proprium nemini licet*). Otwarty charakter przepisu jest jak najbardziej zamierzony, reguła art. 2:101 jest przedstawiana jako upoważnienie dla sądów do konkretyzowania i uzupełniania reguł ustanowionych w poszczególnych przepisach ACQP stosownie do okoliczności poszczególnych przypadków.

Skutki naruszenia wymogów dobrej wiary nie zostały określone w sposób równie generalny jak obowiązek ich przestrzegania. Dla niektórych postaci tych naruszeń sankcje przewidują przepisy uszczegółwiającej zasadę ogólną (dotyczące prowadzenia negocjacji, udzielania informacji). Jeżeli doszło do zawarcia umowy, naruszenie przez jedną ze stron zasad dobrej wiary w fazie kontraktowania może mieć wpływ na wykładnię zawartej umowy, a w niektórych przypadkach uzasadniać zastosowanie reguł odpowiedzialności kontraktowej<sup>22</sup>.

- Uzasadnione oczekiwania

Art. 2:102 ACQP stanowi, że w relacjach przedkontraktowych przedsiębiorca musi działać ze szczególną sprawnością i ostrożnością (*special*

---

<sup>22</sup> Zob. T. Pfeiffer, M. Ebers, [w:] *Principles...*, s. 66 i nast.

*skill and care*), jakiej zachowania można od niego rozsądnie oczekiwać, w szczególności gdy chodzi o uzasadnione oczekiwania konsumentów<sup>23</sup>. Przepis ten stanowi jedynie konkretyzację ogólnego wymogu dobrej wiary z art. 2:101. Jego zastosowanie ograniczone jest do stosunków przedsiębiorca-konsument z dwóch powodów:

- tylko dla obowiązku spełniania uzasadnionych oczekiwań konsumenta można znaleźć w miarę mocne podstawy w *acquis* oraz
- tylko w stosunkach przedsiębiorca-konsument możliwe jest stworzenie jakichś standardów uzasadnionych oczekiwań, służy temu wzorzec przeciętnego konsumenta.

Nie oznacza to jednak, że w stosunkach obustronnie profesjonalnych nie ma w ogóle możliwości ochrony rozsądnych oczekiwań stron – przepis ten nie stanowi podstawy do wnioskowania *a contrario*, problem należy rozstrzygać indywidualnie na tle konkretnych przypadków.

Szczególna sprawność i ostrożność, do których zobowiązany jest przedsiębiorca, zależą od dziedziny, w której działa; oczekiwane standardy są bowiem w różnych sferach działalności gospodarczej różne. Należy jednak podkreślić, że chodzi o standard wymagany, oczekiwany od przedsiębiorców, a nie o standard rzeczywiście i powszechnie przez nich zachowywany. Standard ten określono, odwołując się do pojęcia oczekiwań „rozsądnych”. O tym, czy dane oczekiwanie jest rozsądne, należy rozstrzygać, biorąc pod uwagę rodzaj działalności, istniejące zwyczaje i praktyki przedsiębiorców, rozpowszechnione kodeksy postępowania, cel

---

<sup>23</sup> Podstawami dla takiego postanowienia są przede wszystkim: art. 6 ust. 1 lit. b) dyrektywy 85/374 w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących odpowiedzialności za produkty wadliwe; punkt 16 preambuły do dyrektywy nr 93/13 w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (w wersji angielskiej, gdyż istotna w tej mierze treść tego postanowienia została zagubiona w urzędowym tłumaczeniu na język polski); art. 2 ust. 2 lit. d) oraz art. 2 ust. 4 dyrektywy nr 1999/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (zob. też pkt 8 preambuły do tej dyrektywy); art. 3 ust. 3 lit. f) dyrektywy 2001/95 w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów; art. 2 lit. h) dyrektywy 2005/29 dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym. Ponadto koncepcja „zawodowej staranności” i „uzasadnionych oczekiwań” znalazła wyraz w pewnych orzeczeniach ETS.

i naturę umowy oraz cechy grupy klientów, do której przedsiębiorca kieruje swoją ofertę.

Przedsiębiorca ma brać pod uwagę w szczególności „uzasadnione oczekiwania” konsumentów. Punktem odniesienia jest tu „przeciętny” konsument, opisany w pkt. 18 preambuły do dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych jako taki, „który jest dostatecznie dobrze poinformowany oraz dostatecznie uważny i ostrożny, z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych i językowych, zgodnie z wykładnią Trybunału Sprawiedliwości”. Jeżeli jednak przedsiębiorca kieruje swoją ofertę do określonej grupy konsumentów, wzorzec „przeciętnego konsumenta” ma być kształtowany na podstawie cech tej grupy. Jeszcze inaczej ten wzorzec przedstawia się w odniesieniu do tzw. podatnych (bezradnych) konsumentów – osób upośledzonych umysłowo bądź fizycznie, w młodym lub bardzo zaawansowanym wieku, łatwowiernych itp.<sup>24</sup>

- Prowadzenie negocjacji

Art. 2:103 projektu ACQP w ust. 1 ustanawia zasadę swobody negocjacji – strona może swobodnie prowadzić negocjacje i nie ponosi odpowiedzialności za niezawarcie umowy. Reguła ta nie ma szczególnych podstaw w prawie wspólnotowym, jest traktowana jako pochodna zasady swobody umów.

Istotne znaczenie mają natomiast ust. 2 i 3 art. 2:103, zgodnie z którymi strona, która prowadziła lub przerwała negocjacje w sposób sprzeczny z wymogami dobrej wiary ponosi odpowiedzialność za szkodę wyrządzoną tym drugiej stronie. W szczególności strona działa sprzecznie z wymogami dobrej wiary, jeżeli rozpoczyna lub kontynuuje negocjacje bez rzeczywistego zamiaru osiągnięcia porozumienia.

Postanowienia przewidujące odpowiedzialność odszkodowawczą za nieuczciwe negocjacje opierają się na dwóch zasadniczych rodzajach źródeł. Pierwszym z nich jest dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych<sup>25</sup>. Drugą podstawą omawianego postanowienia są przepisy i orzecznictwo w dziedzinie zamówień publicznych. Uznano bowiem, że choć z zasady prawo zamówień publicznych należy do prawa publicznego, to

---

<sup>24</sup> Zob T. Pfeiffer, M. Ebers, [w:] *Principles...*, s. 68 i nast.

<sup>25</sup> Pkt 5 i 6 załącznika I do dyrektywy 2005/29 dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym.

zawarta w nim regulacja procedury zawarcia umowy i odpowiedzialności przedkontraktowej ma także charakter prywatnoprawny<sup>26</sup>. Nie ulega wątpliwości, że reguła odpowiedzialności wyrażona w art. 1:203 ACQP nie została wyrażona wprost w prawie wspólnotowym. Uznano jednak, że prawo to wyraża wystarczająco jasno dążenie czy ideę leżącą u podłoża takiej odpowiedzialności.

Odpowiedzialność przewidziana w omawianym przepisie zachodzi w szczególności, choć nie tylko, gdy jedna ze stron skłania drugą do poniesienia przed zawarciem umowy nakładów niepodlegających zwrotowi, a wykraczających poza zakres zwykłego ryzyka transakcyjnego. Jest to wówczas odpowiedzialność w granicach tzw. *reliance damages*. Nie obejmuje ona natomiast roszczenia o doprowadzenie poszkodowanego do takiej sytuacji majątkowej, w jakiej byłby on, gdyby umowa została zawarta, a więc przede wszystkim roszczenia o utracone korzyści. Należy podkreślić, że przesłanką tej odpowiedzialności jest sprzeczność zachowania z wymogami dobrej wiary, jest to jednak odpowiedzialność niezależna od winy<sup>27</sup>.

### **6.3. Obowiązki informacyjne**

- Zakres obowiązków
  - informacja o dobrach i usługach

Zgodnie z art. 2:201 Zasad *Acquis*, przed zawarciem umowy strona ma obowiązek udzielić drugiej stronie takich informacji o dobrach lub usługach będących przedmiotem umowy, jakich druga strona może rozsądnie oczekiwać, biorąc pod uwagę standardy jakości i wykonania, jakie w danych okolicznościach byłyby normalne.

---

nym, które za nieuczciwe praktyki handlowe uznają tzw. „reklamę przynętę” oraz „przynętę i zamianę”.

<sup>26</sup> Konkretnie wskazuje się: art. 2 ust. 1 lit. c) dyrektywy nr 89/665 w sprawie koordynacji przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych odnoszących się do stosowania procedur odwoławczych w zakresie udzielania zamówień publicznych na dostawy i roboty budowlane; art. 2 ust. 1 lit. d) oraz art. 2 ust. 7 dyrektywy nr 92/13 koordynującej przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne odnoszące się do stosowania przepisów wspólnotowych w procedurach zamówień publicznych podmiotów działających w sektorach gospodarki wodnej, energetyki, transportu i telekomunikacji, a także wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 17.12.1998 r. (T-203/96, Embassy Limousines).

<sup>27</sup> Zob. szerzej T. Pfeiffer, M. Ebers, [w:] *Principles...*, s. 74 i nast.

To postanowienie jest oparte na art. 2 dyrektywy nr 1999/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji oraz art. 35 konwencji wiedeńskiej. Trzeba jednak przyznać, że postanowienie to oparte jest na powołanych przepisach dość luźno, bo przepisy te ustanawiają przede wszystkim wymogi zgodności towaru z umową i określają kryteria oceny tej zgodności. Stanowią jednak, że towary są zgodne z umową, jeżeli nadają się do takiego użytku, do jakiego towary takie normalnie służą (tak dyrektywa i konwencja) oraz, według dyrektywy, jeżeli cechuje je jakość normalna dla dóbr tego rodzaju i której konsument może rozsądnie oczekiwać. Nie zajdzie przy tym niezgodność towaru z umową, jeżeli sprzedawca udzieli kupującemu szczególnych informacji wskazujących na te cechy towaru, które mogłyby być uznane za jego wady (wynika to m.in. z art. 2 ust. 3 dyrektywy). Ten mechanizm bywa uznawany za „pośredni” czy „ukryty” wymóg udzielenia informacji (choć bywa w literaturze tłumaczony też jako obowiązek *sensu stricto* oraz jako niewiążące zalecenie udzielenia informacji). Twórcy ACQP uznali, że u podłoża tych przepisów leży zasada ujawniania takich cech towaru, które odbiegają od standardów wyznaczonych przez kryteria „przydatności do zwykłego celu” oraz „normalnej jakości i oczekiwań konsumenta”. Art. 2:201 wyraża tę zasadę w sposób jednoznaczny<sup>28</sup>.

Ponieważ podobne zasady zawiera zarówno dyrektywa o sprzedaży konsumenckiej, jak i konwencja wiedeńska (choć tam nie ma kryterium „uzasadnionych oczekiwań”), były podstawy do tego, by projektowany przepis objął zarówno umowy konsumenckie, jak i umowy pomiędzy przedsiębiorcami, a uznano, że nie ma przeciwwskazań, by rozciągnąć go także na umowy pomiędzy dwoma podmiotami nieprowadzącymi działalności gospodarczej. Oczywiście, w każdym z tych przypadków inny jest zakres „uzasadnionych oczekiwań” nabywcy.

Jako że przepisy dyrektywy odnoszą się także do innych umów niż sprzedaż, art. 2:201 obejmuje nie tylko umowy odnoszące się do dóbr, ale także do usług.

Sens przepisu sprowadza się do tego, że nie nakazuje on ujawniać wszystkich posiadanych informacji o przedmiocie umowy, ale takich

---

<sup>28</sup> Zob. T. Pfeiffer, M. Ebers, [w:] *Principles...*, s. 76 i nast.

informacji istotnych dla oceny jakości i wykonania tego przedmiotu, których udzielenia można oczekiwać. Chodzi o ujawnienie posiadanych informacji, a więc przepis nie obejmuje takich informacji, których kontrahent nie posiada i nie powinien posiadać. Ujawnieniu podlegają informacje o tych cechach, które odbiegają od normalnych cech danego rodzaju przedmiotu umowy. Dotyczy to informacji odnoszących się zarówno do fizycznych cech przedmiotu, jak i jego sytuacji prawnej.

– szczególne obowiązki przedsiębiorców wobec konsumentów

Art. 2:202 ACQP rozszerza przedkontraktowe obowiązki informacyjne w przypadku, gdy przedsiębiorca ma dostarczać towary czy świadczyć usługi konsumentowi. Przedsiębiorca ma wówczas przede wszystkim udzielić takich istotnych informacji, jakich w danych okolicznościach potrzebuje przeciętny konsument, by podjąć świadomą (opartą na wiedzy) decyzję o zawarciu umowy (art. 2:202 ust. 1)<sup>29</sup>. Pojęcie „istotnych” informacji jest rozumiane w ten sposób, że chodzi o informacje, których uzyskanie lub brak wpływałoby na ostateczną decyzję konsumenta. Zakres obowiązku informacyjnego jest ograniczony przez dwa czynniki: okoliczności i kontekst mające wpływ na to, które informacje są istotne, oraz użyty środek komunikacji, który może ograniczać możliwości przekazywania informacji<sup>30</sup>.

Ponadto przedsiębiorca, który zaprasza do zakupu (przez reklamę, informację i wszelkie komunikaty handlowe) w takiej formie, że umożliwia to konsumentowi dokonanie zakupu bez dalszych kroków (odwiedzania sklepu, strony www itd.) ma udzielić dalszych informacji (o ile nie wynikają one z kontekstu zaproszenia): o istotnych cechach dóbr lub usług, tożsamości i adresie przedsiębiorcy, cenie oraz prawie odstąpienia od umowy (jeżeli takie przysługuje) oraz informacji dotyczących płatności, dostawy lub wykonania oraz procedury rozpatrywania reklamacji, jeżeli odbiegają one od wymogów staranności zawodowej<sup>31</sup>.

– zwiększone obowiązki w przypadku poważnego deficytu informacji po stronie konsumenta

---

<sup>29</sup> Wymóg ten opiera się na treści art. 7 ust. 1 dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych, przy czym zawarty tam zakaz zaniechania udzielenia informacji przekształcono w ACQP w nakaz ich udzielenia.

<sup>30</sup> Zob. C. Twigg-Flesner, T. Wilhelmsson, [w:] *Principles...*, s. 80 i nast.

<sup>31</sup> Zob. art. 7 ust. 4 dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych.



Zgodnie z art. 2:203 ACQP w przypadku transakcji, które stawiają konsumenta w sytuacji poważnego deficytu informacji ze względu na użyty środek porozumiewania się, odległość między przedsiębiorcą a konsumentem albo naturę transakcji, przedsiębiorca musi, stosownie do okoliczności, udzielić jasnej informacji o głównych cechach towaru czy usługi, cenie (w tym kosztach dostawy, podatkach i innych kosztach), tożsamości i adresie przedsiębiorcy, warunkach umowy, prawach i obowiązkach obydwu stron i wszelkich dostępnych procedurach dochodzenia odszkodowania. Informacje te muszą zostać udzielone najpóźniej w czasie zawierania umowy<sup>32</sup>.

Uzasadnienie wprowadzenia zwiększonych obowiązków informacyjnych polega na tym, że w pewnych przypadkach brak informacji jest dla konsumenta szczególnie dotkliwy. Może to wynikać z dwóch przyczyn: okoliczności, w jakich umowa jest zawierana (np. poza lokalem przedsiębiorstwa albo bez bezpośredniego kontaktu stron umożliwiającego zapoznanie się z przedmiotem umowy) albo charakteru transakcji (np. umowa o podróż, transakcje o wysokiej wartości, a zawierane rzadko, np. *timesharing*)<sup>33</sup>.

- Sposób wykonania obowiązków informacyjnych

W myśl art. 2:206 projektu ACQP obowiązek informacyjny spoczywający na przedsiębiorcy nie jest wykonany, jeżeli udzielona informacja nie jest jasna i precyzyjna oraz wyrażona prostym i zrozumiałym językiem. W przypadku umowy pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem zawartej

---

<sup>32</sup> Postanowienie to opiera się na licznych przepisach prawa wspólnotowego, przede wszystkim na art. 3 i 4 dyrektywy nr 90/314 w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek, art. 4 ust. 1 dyrektywy nr 85/577 w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, aneksie do dyrektywy nr 94/47 w sprawie ochrony nabywców w odniesieniu do niektórych aspektów umów odnoszących się do nabywania praw do korzystania z nieruchomości w oznaczonym czasie, art. 4 dyrektywy nr 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość, art. 6 dyrektywy 99/44 w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, art. 10 dyrektywy nr 2000/31 w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywy o handlu elektronicznym) i art. 3 dyrektywy nr 2002/65 dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość.

<sup>33</sup> Zob. C. Twigg-Flesner, T. Wilhelmsson, [w:] *Principles...*, s. 84 i nast.

na odległość informacje o głównych cechach towaru czy usługi, cenie (w tym kosztach dostawy, podatkach i innych kosztach), tożsamości i adresie przedsiębiorcy, warunkach umowy, prawach i obowiązkach obydwu stron i wszelkich dostępnych procedurach dochodzenia odszkodowania, jeżeli wymagają tego okoliczności, muszą być potwierdzone na piśmie w czasie zawierania umowy (dalej idące wymagania formalne z innych przepisów mają jednak pierwszeństwo). Forma pisemna może być zastąpiona inną formą tekstową zachowaną na trwałym nośniku i „rozsądnie dostępną” dla odbiorcy. Niedochowanie wymogów formalnych wywołuje te same skutki co niezrealizowanie obowiązku informacyjnego.

Pomiędzy poszczególnymi dyrektywami ustanawiającymi obowiązki informacyjne, wydawanymi na przestrzeni 20 lat, zachodzi pewna rozbieżność w kwestii wymogów formalnych stawianych udzielanym informacjom. Przedstawione powyżej postanowienie ACQP stanowi propozycję jednolitego podejścia do tej kwestii, opartego na rozwiązaniach przyjętych w większości dyrektyw i wzbogaconego o wymóg pisemnego potwierdzenia informacji (zaczepnięty z art. 5 dyrektywy nr 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość). Takie rozwiązanie ma poprawić spójność *acquis* oraz ułatwić przedsiębiorcom spełnienie ich obowiązków.

Co do skutków niedopełnienia wymogów formalnych dotyczących informacji, trzeba zauważyć po pierwsze, że niekoniecznie będą one takie same jak skutki niewykonania tego obowiązku w ogóle. Wynika to z wymogu istnienia związku przyczynowego pomiędzy szkodą a naruszeniem obowiązku. Szkodliwe następstwa nieudzielenia informacji mogą być (i często będą) szersze niż szkodliwe następstwa udzielenia informacji w niewłaściwej formie. Po drugie, niedochowanie wymaganej formy dla udzielanej informacji może wywoływać dalsze konsekwencje prawne, np. dotyczące konsumenckiego prawa odstąpienia<sup>34</sup>.

– skutki prawne naruszenia obowiązku informacyjnego

Brak spójnego systemu sankcji naruszenia obowiązków informacyjnych jest jedną z najważniejszych wad wspólnotowego prawa prywatnego. Najczęściej stosowaną sankcją jest przedłużenie terminu do odsta-

---

<sup>34</sup> Zob. C. Twigg - Flesner, T. Wilhelmsson, [w:] *Principles...*, s. 95 i nast.

pienia od umowy, jednak i tu zachodzą różnice pomiędzy poszczególnymi dyrektywami, a sankcja nie obejmuje naruszenia wszystkich obowiązków informacyjnych. Można jednak na podstawie *acquis* sformułować przynajmniej pewną zasadę: jeżeli prawo przewiduje uprawnienie do odstąpienia od umowy oraz obowiązki informacyjne, poważne naruszenie obowiązków informacyjnych powinno powodować przedłużenie terminu do odstąpienia od umowy. Ponadto można znaleźć (w dyrektywie o sprzedaży konsumenckiej i konwencji wiedeńskiej) rozwiązania, według których informacja dostępna w fazie przedkontraktowej ma wpływ na treść umowy. Poza tym jednak *acquis* nie przewiduje szczególnych sankcji dla naruszenia obowiązków informacyjnych.

Zasady *Acquis* opierają się tu na istniejących postanowieniach dyrektyw, ale też szeroko stosują doktrynę *effet utile*, biorąc pod uwagę pewne tendencje w orzecznictwie ETS (odnoszącym się jednak do niewykonania obowiązków wynikających z Traktatu lub rozporządzeń). W efekcie w art. 2:207 Zasad przewidziano trzy rodzaje sankcji:

- Przedłużenie terminu do odstąpienia

Jeżeli przedsiębiorca nie udzielił konsumentowi informacji, których miał udzielić przed zawarciem umowy zgodnie z art. 2:203 – 2:205 ACQP, a jest to umowa, co do której konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia, termin do odstąpienia zaczyna bieg od chwili, gdy wszystkie należne informacje zostały udzielone. Niezależnie od tego jednak prawo odstąpienia wygasa po roku od zawarcia umowy (art. 2:207 ust. 1 ACQP).

- Odpowiedzialność w zakresie *reliance damages*

Nawet jeżeli nie doszło do zawarcia umowy, naruszenie obowiązków informacyjnych uprawnia stronę do odszkodowania określonego jako *reliance damages*. Przepisy projektu o skutkach niewykonania obowiązków stosuje się odpowiednio.

*Reliance damages* odpowiadają tu pojęciu „naprawienia szkody w granicach ujemnego interesu umownego” w jednym z jego znaczeń – chodzi o naprawienie strat poniesionych na skutek działania w przekonaniu o zawarciu umowy (postawienie strony w takim położeniu, w jakim byłaby, gdyby nie podjęła działań zmierzających do zawarcia umowy). Może tu chodzić zarówno o koszty zawierania umowy, jak i o uzasadnione koszty poniesione na przygotowanie się do jej wykonania.

- Modyfikacja treści zobowiązania

Jeżeli strona nie wykonała obowiązków informacyjnych z art. 2:201 – 2:206, a umowa została zawarta, umowa ta (zobowiązanie) obejmuje obowiązki, których druga strona może rozsądnie oczekiwać jako konsekwencji braku bądź nieprawidłowości informacji. Do niewykonania tych obowiązków stosuje się środki właściwe dla odpowiedzialności kontraktowej.

- obowiązki w przypadku użycia komunikacji elektronicznej

Odrębnie uregulowano obowiązki przedkontraktowe w sytuacji zawarcia umowy za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w tym środków komunikacji elektronicznej (art. 2:204, 2:205 i art. 2:301).

W przypadku użycia środków łączności na odległość, zapewniających komunikację w czasie rzeczywistym (takich jak telefon, telefonia internetowa, chat), jeżeli przedsiębiorca inicjuje tego rodzaju komunikację z konsumentem, musi na początku udzielić wyraźnej informacji o swojej tożsamości i o handlowym celu kontaktu. Ciężar dowodu otrzymania tej informacji przez konsumenta spoczywa na przedsiębiorcy<sup>35</sup>.

Dla przypadków komunikacji elektronicznej wprowadzono także dalsze obowiązki przedkontraktowe<sup>36</sup>. Przedsiębiorca jest wówczas zobowiązany przed złożeniem lub przyjęciem oferty przez drugą stronę zapewnić jej dostęp do wszelkich mających zastosowanie postanowień umownych w formie tekstowej. Przepis ten ma charakter bezwzględnie wiążący.

Ponadto, jeżeli umowa ma być zawarta za pomocą środków łączności elektronicznej, ale niepolegających na komunikacji indywidualnej, przedsiębiorca musi poinformować drugą stronę, zanim złoży ona lub przyjmie ofertę o czynnościach technicznych niezbędnych do zawarcia umowy; językach, w jakich umowę można zawrzeć; środkach technicznych

---

<sup>35</sup> Obowiązki te mają podstawę w art. 4 ust. 3 dyrektywy nr 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość oraz w art. 3 ust. 3 lit. a) dyrektywy nr 2002/65 dotyczącej sprzedaży sprzedawcy konsumentom usług finansowych na odległość. Zob. S. Leibler, J. Pisuliński, F. Zoll, [w:] *Principles...*, s. 91 i nast.

<sup>36</sup> Zaczepnięte z art. 10 i art. 11 ust. 2 i 3 dyrektywy nr 2000/31 w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywy o handlu elektronicznym); wprowadzono jedynie pewne poprawki redakcyjne (zmierzające do tego, by nie przesądzać, kto w sytuacji komunikacji elektronicznej jest oferentem, a kto ofertę przyjmuje).

wykrywania i korygowania błędów oraz o tym, czy treść umowy będzie przechowywana przez przedsiębiorcę i dostępna dla kontrahenta. To postanowienie jest z kolei bezwzględnie wiążące w stosunkach pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami.

Przedsiębiorca, który oferuje możliwość zawarcia umowy za pomocą środków łączności elektronicznej, ale niepolegających na komunikacji indywidualnej, musi udostępnić drugiej stronie, zanim złoży ona lub przyjmie ofertę, odpowiednie, skuteczne i dostępne środki techniczne dla wykrywania i korygowania błędów we wprowadzanych danych. Także to postanowienie jest bezwzględnie wiążące w stosunkach pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami.