

MACIEJ KOSZOWSKI

Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej

INDYWIDUALNE UZGADNIANIE WŁAŚCIWOŚCI TOWARU
W PRZYPADKU SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ*

1. WPROWADZENIE

W art. 2 ust. 2 i 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 r., Nr 141, poz. 1176, wraz z późniejszymi zmianami)¹ zostały zdefiniowane przesłanki domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową w razie tzw. indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego (art. 2 ust. 2 ustawy), a także w przypadkach takim uzgadnianiem nieobjętych (art. 2 ust. 3 ustawy). W tym pierwszym wypadku domniemywa się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki albo wzoru, a także gdy towar ten nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił w tym względzie zastrzeżenia. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44/WE² nie odróżnia w sposób wyraźny sytuacji, w jakich miało miejsce indywidualne uzgodnienie właściwości towaru konsumpcyjnego, od sytuacji, w jakich takie uzgadnianie się nie odbyło, jednakże na podstawie art. 2 ust. 2 lit. a i b dyrektywy można by przyjąć, że tego typu podział jest zasadny również na gruncie jej postanowień. Podobne rozróżnienie — na przypadki indywidualnego uzgadniania towaru oraz przypadki nieobjęte indywidualnym uzgadnianiem — można by też wprowadzać na tle konwencji wiedeńskiej³,

* Artykuł ukazał się również w „Przełądzie Ustawodawstwa Gospodarczego” 3, 2013.

¹ Dla uproszczenia zwana dalej „ustawą o sprzedaży konsumenckiej” lub „ustawą”.

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.Urz. WE L 171 z 7.07.1999), określana dalej w skrócie „dyrektywą”.

³ Konwencja Narodów Zjednoczonych o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów, sporządzona w Wiedniu 11 kwietnia 1980 r., ratyfikowana przez Polskę 13 marca 1995 r. (Dz.U. z 1997 r., Nr 45, poz. 286), w stosunku do której weszła w życie z dniem 1 czerwca 1996 r.; zwyczajowo nazywana „konwencją wiedeńską”.

jaką zwykle się uważać za pierwowzór rozwiązań prawnych przyjętych w dyrektywie⁴.

Już na wstępie należy jednak podkreślić, że z indywidualnym uzgadnianiem właściwości towaru konsumpcyjnego będziemy mieli do czynienia tylko przy zawieraniu niektórych umów sprzedaży konsumenckiej. Najczęściej bowiem strony takiej umowy nie będą przekazywać sobie nawzajem jakichkolwiek uwag i informacji odnośnie do właściwości towaru konsumpcyjnego (jego przydatności do poszczególnych celów), w efekcie czego w ogóle nie znajdą zastosowania normy z art. 4 ust. 2 ustawy. Do skorzystania przez sprzedawcę z domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową w zupełności wystarczy też wtedy udowodnienie tylko tych przesłanek, o jakich jest mowa w art. 4 ust. 3 ustawy⁵.

2. OPIS TOWARU

Sprzedawca może bądź na żądanie konsumenta, bądź z własnej inicjatywy opisać oferowany przez siebie towar. Opis towaru, o jakim stanowi przepis z art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej (art. 2 ust. 2 lit. a dyrektywy), trzeba jednak wyraźnie odróżnić od obowiązku informacyjnego, jaki został przewidziany w przepisie art. 3 ust. 1 tej ustawy. W myśl tego ostatniego sprzedawca obo-

⁴ Na temat genezy dyrektywy, w tym jej powiązań z konwencją wiedeńską, zob. A. Kołodziej, w: *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, red. J. Jezioro, Warszawa 2010, s. 39–44, oraz S. Grundmann, w: *EU Sales Directive. Commentary*, red. M.C. Bianca, S. Grundmann, Antwerpia 2002, s. 15–24.

⁵ „W przypadkach nieobjętych ust. 2 [indywidualnym uzgadnianiem właściwości towaru konsumpcyjnego z umową], 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”.

Odnośnie do istoty zawartego w art. 4 ust. 2 i 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, w tym wymogu kumulatywnego wystąpienia przesłanek z tego domniemania, zob. M. Koszowski, *Domniemanie czy definicja zgodności towaru z umową*, „Studia Prawnicze” 2012, nr 1, s. 57–67, oraz S. Grundmann, *op. cit.*, s. 122, 129–130, 132–133. Przy tym za nietrafne należy uznać te wszystkie poglądy, zgodnie z którymi fakt, iż miało miejsce indywidualne uzgadnianie właściwości towaru konsumpcyjnego, wyłącza konieczność wykazania przez sprzedawcę przesłanek domniemania z art. 4 ust. 3 ustawy. Nie można się również zgodzić ze stanowiskiem, że domniemanie ze wspomnianego przepisu ustawy nie znajdzie zastosowania w razie nabycia przez konsumenta rzeczy oznaczonej co do tożsamości, za jakim w doktrynie opowiada się E. Habryn-Motawska, *Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży konsumenckiej*, Warszawa 2010, s. 70.

wiązany jest do udzielenia kupującemu informacji niezbędnych do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru⁶.

Opis towaru, o jakim wspomina art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenciej, by wiązać sprzedawcę, co do zasady powinien zostać podany kupującemu przed lub w trakcie zawierania umowy sprzedaży. Duże wątpliwości budzi bowiem odpowiedzialność sprzedawcy za opis, jaki poczynił on później, i to nawet wówczas, gdy taki opis pozostaje w ścisłym związku z faktem nabycia danego towaru. Wyjątkiem są tu umowy, od których konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia bez konieczności podawania uzasadnionej przyczyny; mianowicie w ich przypadku za moment krytyczny należałoby uznać nie chwilę, w jakiej doszło do zawarcia umowy sprzedaży, lecz upływ terminu, w jakim skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia było możliwe. Obowiązek informacyjny, jaki ciąży na sprzedawcy z mocy art. 3 ust. 1 ustawy, może być natomiast wykonany zarówno przed zawarciem umowy sprzedaży, podczas jej zawierania, jak i już po jej zawarciu przed lub w trakcie wydawania kupującemu towaru, a niekiedy nawet w chwili późniejszej (jeśli strony uzgodniły tak w treści umowy lub wynika to z okoliczności towarzyszących jej zawarciu). Co ważniejsze, w ramach obowiązku informacyjnego z art. 3 ust. 1 ustawy udzielane są informacje na temat używania i czerpania pożytków z towaru (pozwalające na pełne i prawidłowe z niego korzystanie), a nie tak jak w przypadku opisu z art. 4 ust. 2 ustawy informacje dotyczące poszczególnych właściwości, jakimi towar ma się odznaczać, i celów, do jakich ma być zdalny. Co do istoty, inna jest zatem funkcja, a przy tym i zakres przedmiotowy (tematyczny) opisu towaru oraz obowiązku informacyjnego; choć niewątpliwie pewne dane będą się tu też mogły powtarzać (np. energochłonność danego towaru), a informacje będące przedmiotem obowiązku informacyjnego presuponować informacje należące do przedmiotu opisu towaru.

Opis towaru — zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej — musi zostać podany przez sprzedawcę (ewentualnie, co wynika z ogólnych zasad prawa cywilnego, przez osobę działającą na jego odpowiedzialność lub w jego imieniu). Dla uznania jakiegoś opisu towaru za relewantny w świetle wspomnianego przepisu ustawy nie wystarczy więc samo to, że autorem tego opisu jest producent towaru, osoba podająca się za producenta poprzez umieszczenie na towarze swojego oznaczenia odróżniającego, albo wprowadzająca towar konsumpcyjny do obrotu krajowego w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa, tudzież przedstawiciel któregoś z tych podmiotów. Opis towaru, niezależnie od tego,

⁶ „Sprzedawca dokonujący sprzedaży w Rzeczypospolitej Polskiej jest obowiązany udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego. W szczególności należy podać: nazwę towaru, określenie producenta lub importera, znak zgodności wymagany przez odrębne przepisy, informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej oraz, stosownie do rodzaju towaru, określenie jego energochłonności, a także inne dane wskazane w odrębnych przepisach”.

czyjego jest on autorstwa, musi być tu zawsze opisem udostępnionym kupującemu przez sprzedawcę, i w tym też znaczeniu opisem pochodzącym od tego ostatniego.

Jak się wydaje, należy również przyjąć, że opis towaru podany przez sprzedawcę, aby uznać go za jedną z postaci indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, nie może być poczyniony publicznie, tj. w sposób umożliwiający zapoznanie się z jego zawartością przez nieokreśloną z góry liczbę osób, zwłaszcza gdy liczba ta jest jeszcze potencjalnie znaczna. Tym samym opis towaru pochodzący od sprzedawcy powinien być zaadresowany do konkretnej osoby lub konkretnych osób, ewentualnie do osób stanowiących stałą klientelę danego sprzedawcy, a nie przybrać kształt np. ogólnodostępnej ulotki, folderu, katalogu, plakatu, billboardu, a tym bardziej jeszcze skierowanego do publiczności przekazu prasowego, internetowego, radiowego lub telewizyjnego⁷. Takie stanowisko uzasadnione jest odrębną kwalifikacją prawną przypadków tzw. publicznych zapewnień. Mianowicie, opisy towarów o charakterze publicznym (w tym poczynione przez sprzedawcę), a dokładnie oparte na nich oczekiwania, będą stanowiły element przesłanki domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, ale nie na podstawie art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, lecz z mocy art. 4 ust. 3 zd. 2 tej ustawy. Nie wydaje się przy tym rozsądne uznanie, że ustawodawca dwa razy uregulował ten sam przypadek w sposób odmienny, traktując go raz jako indywidualne uzgadnianie właściwości towaru, a drugi raz jako sytuację, w której takie uzgadnianie się nie odbyło. Jedynie zatem w razie niemożności zaliczenia jakiegoś publicznie dostępnego opisu towaru pochodzącego od sprzedawcy do kategorii publicznych zapewnień można by taki opis uważać za podany przez sprzedawcę w rozumieniu art. 4 ust. 2 ustawy. Aczkolwiek warto tu też podkreślić, że w stosunku do opisu towaru będącego zapewnieniem publicznym sprzedawca nie będzie się mógł — tak jak wolno mu to uczynić względem innych rodzajów publicznych zapewnień — zasłaniać tym, że takiego opisu nie znał, ani, oceniając rozsądnie, znać nie mógł (art. 5 ustawy).

Jak też trafnie wskazuje J. Jezioro, opis jest pojęciem szerszym aniżeli próbka i wzór⁸. Stąd — z powodów analogicznych do powyższych — tylko te stany, które nie będą mogły zostać uznane za próbkę albo wzór towaru, będzie można kwalifikować jako opis towaru w znaczeniu art. 4 ust. 2 ustawy.

Co znamienne, ustawa o sprzedaży konsumenckiej nie wymaga w odniesieniu do podanego przez sprzedawcę opisu towaru zachowania jakiegokolwiek formy szczególnej, co sugeruje, że opis ten może mieć formę dowolną. Pewne zastrzeże-

⁷ Odmienne J. Szczotka, który wśród przykładowych postaci opisu towaru w rozumieniu art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej wymienia takie dokumenty i przekazy, jak informatory, katalogi, prospekty oraz przekazy telewizyjne, radiowe i prasowe; J. Szczotka, *Sprzedaż konsumencka. Komentarz*, wyd. 2, Lublin 2007, s. 52.

⁸ J. Jezioro, w: *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, red. J. Jezioro, Warszawa 2010, s. 166. Por. też E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 52–53, oraz S. Grundmann, *op. cit.*, s. 132.

nia można by wysuwać co do możliwości dokonania takiego opisu *per facta concludentia*, choć ilekroć treść i zamiar opisania przez sprzedawcę w ten sposób towaru pozostają bez wątpliwości, należałoby dopuścić i taką możliwość. Z pewnością wystarczająca będzie tu natomiast forma ustna.

Jak już też zostało zaznaczone kilka akapitów wyżej, opis towaru podany przez sprzedawcę powinien zawierać informacje odnośnie do właściwości, jakie towar posiada, lub celów, do jakich się nadaje. W konsekwencji opis ten będzie musiał odznaczać się pewnym minimalnym stopniem określoności, nie mogąc się składać jedynie z wypowiedzi ogólnikowych, niewskazujących na żadną konkretną cechę (zdatność do konkretnego użytku) znajdującego się w sprzedaży towaru⁹. Nie ma natomiast żadnych przeszkód, aby w opisie towaru określone zostały, także lub nawet wyłącznie, właściwości (cele), jakich oferowany towar nie posiada (to, do czego się nie nadaje): tzw. „właściwości (cele) negatywne”¹⁰. Przy tym zasadne jest przyjęcie, że wydany konsumentowi towar — aby spełniona była przesłanka domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, o jakiej jest mowa w art. 4 ust. 2 ustawy — nie może odbiegać od tego, co wynika z opisu, nawet nieznacznie¹¹.

Na koniec warto dodać, że także pod rządami reżimu odpowiedzialności z tytułu rękojmi za wady rzeczy sprzedanej sprzedawca, na mocy art. 556 § 1 k.c., odpowiada, między innymi, za brak właściwości rzeczy, o jakim istnieniu zapewnił kupującego (tzw. *dicta et promissa*). Co więcej, celem zwiększenia ochrony kupującego przytoczony przepis kodeksu cywilnego poddawany jest w tym miejscu wykładni rozszerzającej, tj. próbuje się nim objąć już nawet nie tylko okazane kupującemu próbki i wzory, lecz także oznaczenia na rzeczy czy zawartość materiałów reklamowych, łącznie z informacją na temat terminu, w jakim rzecz ma zachować swoją trwałość¹². Jak się przy tym wydaje, przyczyny takiej tendencji należy upatrywać przede wszystkim w braku w Kodeksie cywilnym regulacji prawnej odpowiadającej unormowaniu z art. 4 ust. 3 zd. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej (oczekiwania względem towaru oparte na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela). W związku też z tym dotychczasowy dorobek nauki prawa oraz judykatury, wiążący się z posta-

⁹ Na to, że przez opis towaru należy rozumieć wszelkie oświadczenia, z których konsument może wywieść twierdzenia zawierające treści mogące być przedmiotem dowodu, i co istotniejsze, które — oceniając rozsądnie — mogą mieć wpływ na decyzję konsumenta o zakupie towaru, zwraca uwagę S. Grundmann, *op. cit.*, s. 131. Co jednak dość specyficzne, za opis towaru autor ten uznaje również wypowiedzi zawierające ocenę oraz „koloryzujące”, jak np. „dynamiczny samochód nowego tysiąclecia”, zob. *ibidem*.

¹⁰ Odnośnie do tego, co może zawierać opis towaru, zob. E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 53, oraz J. Jezioro, *op. cit.*, s. 165–166.

¹¹ Tak J. Jezioro, *op. cit.*, s. 166.

¹² Zob. E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 80, 128–129; W. Katner, w: *Prawo umów handlowych*, red. S. Włodyka, wyd. 2, seria „System Prawa Handlowego”, Warszawa 2006, s. 1000, oraz C. Żuławska, w: *Komentarz do kodeksu cywilnego. Księga trzecia. Zobowiązania*, t. 2, red. G. Bieńkiewicz, wyd. 9, 2009, s. 59.

cią wady fizycznej, jaką jest nieposiadanie przez rzecz właściwości, o których istnieniu zapewnił kupującego sprzedawca, może być wykorzystany przy interpretacji postanowień ustawy o sprzedaży konsumenckiej dotyczących opisu towaru podanego przez sprzedawcę, jeśli w ogóle, to tylko w zakresie dającym się pogodzić z nakreśloną powyżej charakterystyką tego opisu¹³.

3. PRÓBKA I WZÓR

Drugą przesłanką domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową z art. 4 ust. 2 ustawy (art. 2 ust. 2 lit. a dyrektywy) jest posiadanie przez towar cech okazanej kupującemu próbki lub wzoru. Podobną regulację zawiera konwencja wiedeńska, która w art. 35 ust. 2 lit. c za zgodne z umową uznaje, w przypadku gdy strony nie postanowiły inaczej, tylko takie towary, które mają cechy towarów, jakie sprzedający przedstawił kupującemu jako próbki lub wzory¹⁴.

Sprzedawca, okazując próbkę lub wzór oferowanego towaru, jednocześnie zobowiązuje się do tego, że towar wydany konsumentowi będzie odpowiadał temu wzorowi lub próbce. Co do istoty, próbka towaru różni się od wzoru towaru tym, że jest ona sporządzona z tego samego materiału co towar, wzór natomiast z innych materiałów. Stąd, jak słusznie wskazuje się w doktrynie, próbka powinna odpowiadać wszystkim cechom (właściwościom) oferowanego towaru i w tym sensie być autentyczna, wzór z kolei tylko niektórym cechom (właściwościom) takiego towaru i przez to może być nieautentyczny, ale jedynie pod pewnymi względami reprezentatywny¹⁵, przy czym przez wzgląd na potrzebę ochrony interesów konsumentów należałoby przyjąć, że to „odpowiadanie” polega — i to

¹³ Odnośnie do możliwości korzystania przy interpretacji postanowień ustawy o sprzedaży konsumenckiej z poglądów doktryny wyrażonych na tle przepisów kodeksu cywilnego normujących instytucję rękojmi za wady rzeczy sprzedanej zob. M. Koszowski, *Zasady interpretacji aktów prawnych powstałych w wyniku implementacji dyrektywy 99/44/WE na przykładzie polskiej ustawy o sprzedaży konsumenckiej*, „Przegląd Legislacyjny” 2010, 3 (73), s. 37–40.

¹⁴ Notabene, także towar nieodpowiadający opisowi podanemu przez sprzedawcę przy zawarciu umowy wydaje się na gruncie konwencji wiedeńskiej co do zasady towarem niezgodnym z umową. Mianowicie, abstrahując już nawet od możliwości uznania tego rodzaju opisu za element oferty, opis przedstawiony przez sprzedawcę — choć nie wspomina o nim ani przepis z art. 35 ust. 1, ani przepis z art. 35 ust. 2 konwencji wiedeńskiej, które definiują pojęcie (nie)zgodności towaru z umową — jeśli tylko został zaaprobowany, w tym w sposób dorozumiany przez kupującego, należałoby traktować jako objęty treścią umowy sprzedaży. W rezultacie też wydanie kupującemu towaru, jaki nie przystaje do opisu podanego przez sprzedawcę, będzie, na podstawie art. 35 ust. 1 konwencji wiedeńskiej, mogło skutkować brakiem zgodności tego towaru z umową. Zob. też M. Jagielska, w: *Konwencja wiedeńska o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów. Komentarz*, red. M. Pazdan, Kraków 2001, s. 386.

¹⁵ Zob. M. Pecyna, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, wyd. 2, Warszawa 2007, s. 124; J. Jezioro, *op. cit.*, s. 166–167; E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 53–54, oraz, na tle konwencji wiedeńskiej, M. Jagielska, *op. cit.*, s. 394. Za dość niefortunne należy przy tym uznać sformułowanie

zarówno w przypadku próbki, jak i w przypadku wzoru — nie na podobieństwie, lecz na identyczności. W efekcie, aby można było domniemywać jego zgodność z umową, towar konsumpcyjny nie będzie mógł się różnić od próbek i wzorów okazanych kupującemu nawet minimalnie¹⁶.

W praktyce może jednak powstać problem, które z cech (właściwości) wzoru powinny odpowiadać cechom (właściwościom) towaru nabytego przez konsumenta, a które nie muszą. Do tych pierwszych na pewno będą należały te, których wiążący charakter wynika z uzgodnień poczynionych między stronami przy zawieraniu umowy¹⁷. W razie zaś braku takich uzgodnień, to okoliczności konkretnego przypadku będą — jak się wydaje — musiały decydować o tym, czy konsument, oceniając rozsądnie, mógł się spodziewać, że pewne cechy wzoru nie należą do cech reprezentatywnych, a tym samym również wydany mu towar nie będzie ich posiadał. Z pewnością nie można tu natomiast podzielać zdania M. Pecyny, która w takiej sytuacji opowiada się za odpowiedzialnością sprzedawcy za zgodność towaru ze wszystkimi możliwymi do weryfikacji cechami wzoru¹⁸. Takie rozwiązanie nakładałoby bowiem na sprzedawcę odpowiedzialność nawet za te cechy (właściwości) wzoru, którymi z oczywistych dla każdego przeciętnego uczestnika obrotu powodów towar danego rodzaju odznaczać się nie może (np. makieta samochodu osobowego wykonana z gipsu w zakresie, w jakim miałyby ona przesądzać o „lekkości” tego samochodu)¹⁹. Poza tym wydaje się, że sprzedawca zawsze będzie mógł powołać się na to, że okazując kupującemu wzór towaru, wyraźnie zaznaczył, które cechy (właściwości) tego wzoru będą identyczne z wydanym towarem, a które nie. Do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności nie wystarczy jednak, choć nie bez wątpliwości, poczynienie samego tylko ogólnego zastrzeżenia, że cechy (właściwości) danego wzoru nie są reprezentatywne, i przez to towar

z art. 2 ust. 2 lit. a dyrektywy w zakresie, w jakim mogłoby ono sugerować, że wydany kupującemu towar musi odpowiadać wszystkim właściwościom (cechom) wzoru.

¹⁶ Tak też M. Pecyna, *op. cit.*, s. 124 i J. Jezioro, *op. cit.*, s. 166–167; odmiennie, tj. na możliwość zachodzenia nieznaczących odstępstw od właściwości próbki lub wzoru, na gruncie konwencji wiedeńskiej, por. M. Jagielska, *op. cit.*, s. 394.

¹⁷ Konkretyzowanie w treści umowy elementów wzoru, które mają być wiążące, zaleca J. Jezioro, *op. cit.*, s. 167, 169. W odniesieniu do regulacji z konwencji wiedeńskiej na konieczność umownego określenia (wiązących) cech wzoru zwraca uwagę M. Jagielska, *op. cit.*, s. 394.

¹⁸ M. Pecyna, *op. cit.*, s. 124.

¹⁹ Ponadto takie rozwiązanie kwestii reprezentatywności cech wzoru mogłoby służyć sprzedawcom do zwalniania się w absurdalny wręcz sposób z odpowiedzialności za zgodność towarów konsumpcyjnych z umową (lub co najmniej do przerzucenia ciężaru dowodu na występujących tu w roli kupującego konsumentów). W razie bowiem przyjęcia reguły, jaką ono zakłada, sprzedawca poprzez wykazanie, że wydany konsumentowi towar odpowiada takim właściwościom wzoru, co do których nie ma wątpliwości, że oceniając rozsądnie, nie powinny one charakteryzować towaru danego rodzaju, korzystałby z ustawowego domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową; tj. powołując się np. na fakt, że karoseria nabytego przez konsumenta samochodu osobowego jest równie wytrzymała/krucha jak „karoseria”, okazanego przy zawieraniu umowy, modelu tego samochodu wykonanego z plastiku. Podobnie wydaje się uważać E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 55.

może, ale nie musi im odpowiadać (tzw. klauzula „bez zobowiązań”)²⁰. Rozsądne wydaje się mianowicie przyjęcie, że w sprzedaży konsumenckiej zupełnie „niezobowiązujące” wzory towarów, jako że z definicji godzą w interesy konsumentów (mogąc wywoływać u nich błędne wyobrażenie na temat oferowanych im towarów), nie powinny być stosowane. Mniejszy problem zdaje się natomiast stanowić okoliczność posłużenia się próbką w celu zbliżonym do celów, do jakich służy wzór, tj. wraz ze wskazaniem, że tylko niektóre, a nie wszystkie, z cech (właściwości) próbki oferowanego towaru są autentyczne. Wówczas bowiem próbkę taką należałoby pod tym względem oceniać podobnie jak wzór²¹. Okazanie próbki lub wzoru, aby można je było uznać za wiążące dla sprzedawcy, powinno też nastąpić — identycznie jak miało to miejsce w przypadku opisu towaru podanego przez sprzedawcę — co do zasady nie później niż w chwili zawarcia umowy sprzedaży.

Ponieważ próbka/wzór ma być okazana, jak należy się domyślać ze sposobu redakcji przepisu z art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej²², przez sprzedawcę, za próbkę lub wzór w rozumieniu tego przepisu nie można uważać próbek i wzorów dostarczonych przez kupującego i przy zawieraniu umowy przedstawionych do wglądu sprzedawcy. Nie powinno jednak ulegać wątpliwości, że nieodpowiadanie przez towar tego rodzaju próbkom lub wzorom, ilekroć nie zostały one zakwestionowane przez sprzedawcę (a tym bardziej gdy zostały one przez sprzedawcę zaaprobowane), zamknie drogę do skorzystania z ustawowego domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Taki przypadek uznać by bowiem należało za jedną z postaci określenia przez konsumenta — przy zawarciu umowy — celu, do jakiego ma się nadawać nabywany przez niego towar (art. 4 ust. 2 *in fine* ustawy)²³.

Regulacja z art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej nie znajdzie natomiast żadnego zastosowania do wzorów lub próbek, których okazanie (czy to przez sprzedawcę, czy to przez producenta, osobę, która się za producenta poprzez umieszczenie na towarze swojego odznaczenia odróżniającego podaje lub która w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego, tudzież przedstawiciele tych podmiotów) nastąpiło w sposób umożliwiający zapoznanie się z ich zawartością nieograniczonemu kręgowi osób, zwłaszcza potencjalnie licznemu. Wówczas, identycznie zresztą jak było to w przypadku opisu towaru o charakterze publicznym, będziemy mieli do

²⁰ Odnośnie do skuteczności takiego zastrzeżenia w razie postanowienia o nim wyraźnie w treści umowy zob. E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 55–56, oraz J. Jezioro, *op. cit.*, s. 169–170. Por. też S. Grundmann, *op. cit.*, s. 132.

²¹ Por. E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 54–55, oraz J. Jezioro, *op. cit.*, s. 168–169.

²² O tym, że chodzi tu o próbki lub wzory okazane (przedstawione) przez sprzedawcę, a nie kogoś innego, jednoznacznie stanowi art. 2 ust. 2 lit. a dyrektywy.

²³ Na tle konwencji wiedeńskiej na możliwość włączenia do treści umowy w sposób dorozumiany cech próbek i lub wzorów, jakie zostały dostarczone przez kupującego, wskazuje M. Jagielska, *op. cit.*, s. 395.

czynienia z rodzajem publicznie złożonego zapewnienia, do jakiego odwołuje się przepis z art. 4 ust. 3 ustawy, i to z mocy tego przepisu, a nie na podstawie art. 4 ust. 2 ustawy, publicznie dostępne próbki lub wzory będą miały znaczenie dla ustalania (nie)zgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

W kontekście próbek i wzorów towarów konsumpcyjnych w piśmiennictwie rozważono też sytuację, w jakiej sprzedawca zobowiązał się wydać kupującemu towar taki sam, jak uczynił to poprzednio w wykonaniu innej zawartej z tym samym kupującym umowy sprzedaży. M. Pecyna wyraża się twierdząc, że wcześniej wydany towar nie powinno się uważać za próbkę w rozumieniu art. 4 ust. 2 ustawy²⁴. Zdania przeciwnego — tj. dopuszczeniem potraktowania takiego towaru jako wzoru wtedy, gdy odpowiada to wyraźnemu zamiarowi stron — zdaje się być J. Jezioro²⁵. Przytoczona rozbieżność poglądów traci jednak wiele na znaczeniu ze względu na to, że w myśl instytucji, jaką jest (nie)zgodność towaru konsumpcyjnego z umową, sprzedawca odpowiada za niespełnienie przez towar każdego wymogu określonego w umowie sprzedaży (zob. pkt 8)²⁶. Tym samym ilekroć sprzedawca się do tego w umowie zobowiązał, tylekroć niewydanie konsumentowi towaru odznaczającego się właściwościami (zdatnością do celów) identycznymi jak właściwości (zdatność do celów) towaru dostarczonego poprzednio — niezależnie od tego, czy towar ten uznamy za próbkę albo wzór, czy też nie — będzie powodować brak zgodności z umową.

Również na gruncie kodeksu cywilnego w literaturze przedmiotu przyjmuje się, że nieodpowiadanie przez rzecz cechom próbki lub wzoru, jakie zostały przedstawione kupującemu przez sprzedawcę, rodzi odpowiedzialność tego ostatniego, a ściślej, stanowi jedną z możliwych postaci wady fizycznej. Stan taki, o czym już była wzmianka w pkt 2, zrównuje się tu bowiem z brakiem właściwości rzeczy, o jakich istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego, co zgodnie z art. 556 § 1 k.c. skutkuje wadliwością rzeczy sprzedanej²⁷.

²⁴ M. Pecyna, *op. cit.*, s. 124; podobnie na gruncie konwencji wiedeńskiej M. Jagielska, *op. cit.*, s. 395.

²⁵ J. Jezioro, *op. cit.*, s. 167. Por. też E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 56–57.

²⁶ Rozważania przedstawicieli doktryny, ze względu na umieszczenie ich w sposób mniej lub bardziej zamierzony w kontekście jednego ze szczególnych rodzajów umowy sprzedaży, zwanego przez kodeks cywilny „sprzedażą na próbę”, nie pozostają tu jednoznaczne. Niekiedy nie wiadomo, czy dana wypowiedź dotyczy towaru, jaki został wydany kupującemu w wykonaniu innej uprzednio zawartej z nim umowy sprzedaży (w tym i na tzw. próbę), czy też szczególnych skutków prawnych, jakie, w odróżnieniu od innych rodzajów umowy sprzedaży, wywołuje sprzedaż na próbę, o której mowa w art. 592 § 1 k.c. Te ostatnie — co warto przy tej okazji zaznaczyć — nie są w ogóle regulowane postanowieniami ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

²⁷ Zob. J. Skąpski, w: *System prawa cywilnego*, t. 3, cz. 2, red. S. Grzybowski, Wrocław 1976, s. 129; C. Zuławska, *op. cit.*, s. 59; W. Katner, w: *System prawa prywatnego*, t. 7, wyd. 2, Warszawa 2004, s. 126. Zachowanie ostrożności w kwestii odpowiedzialności sprzedawcy za cechy próbek zaleca natomiast M. Wojdyło, *Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi i gwarancji jakości przy umowie sprzedaży w obrocie gospodarczym*, Kraków 1999, s. 43, a w odniesieniu do próbek dołączonych do gazet [prasy] W. Katner, w: *Prawo...*, s. 1000.

4. CEL OKREŚLONY PRZEZ KUPUJĄCEGO

Jeszcze inną przesłanką — niż odpowiadanie opisowi podanemu przez sprzedawcę oraz cechom okazanej przez niego próbki i wzoru — ustawowego domniemania zgodności z umową jest, w przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, przydatność tego towaru do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy. Analogicznie do ustawy o sprzedaży konsumenckiej, do nadawania się towaru do jakichkolwiek szczególnych celów, do jakich potrzebny jest on konsumentowi i o jakich ten w czasie zawierania umowy zawiadomił sprzedawcę, nawiązuje art. 2 ust. 2 lit. b dyrektywy. Możliwość podania przez kupującego w chwili zawarcia umowy specjalnego celu, do jakiego ma być zdalny nabywany przez niego towar, została też przewidziana w art. 35 ust. 2 lit. b konwencji wiedeńskiej.

Cel, do jakiego ma się nadawać towar konsumpcyjny, aby można było domniemywać zgodności tego towaru z umową, według art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, kupujący powinien określić przy zawarciu umowy. Oznacza to więc, że określenie takiego celu nie będzie mogło nastąpić po chwili zawarcia danej umowy sprzedaży i że powinno ono pozostawać w pewnym związku z faktem zawarcia tej umowy. Przy tym do oceny tego, czy wspomniany związek zachodzi, należałoby brać pod uwagę wszystkie okoliczności konkretnego przypadku, a przede wszystkim czynnik czasu. Wydaje się mianowicie, że trudno byłoby obarczać sprzedawcę odpowiedzialnością wówczas, gdy od momentu, w którym konsument określił cel, a chwilą zawarcia umowy upłynęło sporo czasu (np. 5 lat), sam cel był podany ustnie, a do tego u sprzedawcy doszło jeszcze do całkowitej wymiany personelu²⁸. W odniesieniu do celu, do jakiego ma być zdalny towar konsumpcyjny, określanego przez konsumenta przy zawarciu umowy, niekiedy wskazuje się również na konieczność wykazania się przez tego ostatniego co najmniej intencją nabycia towaru²⁹. Wyszczególnianie takiego wymogu nie wydaje się jednak potrzebne: wizyta w sklepie (komunikacja z osobą oferującą w sprzedaży towary konsumpcyjne) już bowiem sama w sobie tego rodzaju intencję implikuje. Ogólnie też użyte w dyrektywie i konwencji wiedeńskiej zwroty: odpowiednio „w czasie zawarcia umowy” oraz „w chwili zawarcia umowy” zdają się pokrywać ze sformułowaniem zamieszczonym w ustawie o sprzedaży konsumenckiej; aczkolwiek można by próbować twierdzić, iż ustawa połużyła nieco związek, w jakim ma pozostawać okoliczność zawarcia konkretnej umowy sprzedaży z faktem określenia przez kupującego celu, do jakiego ma się nadawać będący przedmiotem tej umowy towar konsumpcyjny.

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej, traktując o celu określonym przez kupującego przy zawarciu umowy, nie dookreśla bliżej, o jaki cel tu chodzi, pod-

²⁸ Zob. też E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 61–62, oraz J. Jezioro, *op. cit.*, s. 171.

²⁹ J. Jezioro, *op. cit.*, s. 170.

czas gdy zarówno w dyrektywie, jak i w konwencji wiedeńskiej wyraźnie mowa jest o tym, że musi to być cel szczególny (specjalny). Nie powinno jednak budzić wątpliwości, że również na gruncie ustawy w przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego relewantny będzie tylko cel szczególny³⁰. Cel, do jakiego towary danego rodzaju są zwykle używane, jest elementem przesłanki domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, lecz na podstawie art. 4 ust. 3 ustawy (a nie art. 4 ust. 2 ustawy). Tym samym w ramach indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, cel, do jakiego ma się nadawać towar konsumpcyjny, powinien być celem nietypowym („niestandardowym”), tj. takim, do jakiego towary konsumpcyjne danego rodzaju zazwyczaj nie służą. Stąd też ilekroć cel, określony przez konsumenta, nie będzie celem szczególnym, tylekroć nie znajdzie zastosowania norma z art. 4 ust. 2 *in fine*³¹. W praktyce podawanie przez konsumenta przy zawieraniu umowy wszystkich celów, do jakich zamierza on używać towaru, będzie jednak się nieraz mogło okazać z punktu widzenia jego interesów działaniem wysoce racjonalnym. W razie bowiem gdyby pojawiły się wątpliwości, czy do jakiegoś celu dany rodzaj towaru jest zwykle używany, czy też jest to cel szczególny, sprzedawca, ażeby móc skorzystać z ustawowego domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, niezależnie od tych wątpliwości, będzie musiał wykazać, że wydany konsumentowi towar jest zdalny do celów, jakie ten określił przy zawarciu umowy³².

W myśl art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej określenia celu, do jakiego ma być zdalny towar konsumpcyjny, powinien dokonać kupujący (ewentualnie, co wynika z ogólnych zasad prawa cywilnego, należycie umocowana osoba działająca w jego imieniu); nie może tego natomiast uczynić ani osoba trzecia, ani sam sprzedawca³³. Tę ostatnią sytuację kwalifikować będziemy jednakże jako podanie przez sprzedawcę opisu towaru, a więc opisu, jakiemu wydany kupującemu towar musi odpowiadać, aby spełniona była pierwsza z wymienionych w art. 4 ust. 2 ustawy przesłanek domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową (zob. pkt 2).

³⁰ Podobnie T. Kierzyk, *Odpowiedzialność za niezgodność produktu z umową*, „Rejent” 2004, 7 (159), XIV, s. 100, oraz M. Pecyna, *op. cit.*, s. 125–129. Por. jednak E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 58–60, oraz J. Jezioro, *op. cit.*, s. 170.

³¹ Tak też, *mutatis mutandis*, na tle dyrektywy S. Grundmann, *op. cit.*, s. 132–133.

³² Kategorycznie nie można się natomiast zgodzić ze stanowiskiem, że w przypadku określenia przy zawieraniu umowy celu, do jakiego ma się nadawać nabywany na mocy tej umowy towar konsumpcyjny, kupujący musi podać nie tylko cele szczególne, ale i te zwykle pod rygorem utraty prawa powoływania się na nie w trakcie ustalania, czy wydany mu towar jest (nie)zgodny z umową; które to stanowisko w polskiej nauce prawa wydają się zajmować E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 60, oraz J. Jezioro, *op. cit.*, s. 170.

³³ Tak M. Pecyna, *op. cit.*, s. 130; E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 60–61; J. Jezioro, *op. cit.*, s. 170; a na gruncie konwencji wiedeńskiej M. Jagielska, *op. cit.*, s. 392.

W zasadzie cel, do jakiego ma się nadawać oferowany mu towar konsumpcyjny, kupujący może określić zarówno w sposób wyraźny, jak i dorozumiany³⁴. Ten drugi sposób będzie jednak skuteczny tylko wtedy, gdy z okoliczności, jakie towarzyszyły zawarciu danej umowy sprzedaży, jednoznacznie wynika, do jakiego celu towar stanowiący przedmiot tej umowy miał lub mógł być użyty zgodnie z niewyrażoną wprost wolą jego nabywcy. Ponadto należy tu przyjąć, że oświadczenie konsumenta zawierające określenie celu (i to wyraźne, i dorozumiane) powinno zawsze dotrzeć do sprzedawcy w takim czasie, aby ten jeszcze przed zawarciem umowy mógł się z tym oświadczeniem zapoznać i w razie, gdy uzna to za stosowne, zgłosić do niego zastrzeżenia³⁵.

5. ZASTRZEŻENIA ZE STRONY SPRZEDAWCY

Według art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej sprzedawca, chcący powołać się na domniemanie zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, nie będzie obowiązany dowodzić, że towar nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, jeśli zgłosił w tym względzie zastrzeżenia³⁶.

Co znamienne, w art. 2 ust. 2 lit. b dyrektywy przewidziana została reguła odwrotna: zgodnie z tym przepisem dyrektywy sprzedawca nie będzie związany celem, o jakim zawiadomił go konsument w czasie zawierania umowy, nie tylko

³⁴ Tak też T. Kierzyk, *op. cit.*, s. 100. W odniesieniu do regulacji dyrektywy na możliwość określenia przez kupującego celu, do jakiego ma się nadawać towar konsumpcyjny, w sposób dorozumiany wskazuje S. Grundmann, *op. cit.*, s. 133; podobnie, z tym jednak zastrzeżeniem, że dotyczy to tylko przypadków, gdy prawo krajowe przewiduje ogólną możliwość składania oświadczeń woli *per facta concludentia*, E. Łętowska, *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2004, s. 287. Wprost natomiast o możliwości podania przez kupującego specjalnego celu, do jakiego ma być zdalny nabywany przez niego towar, zarówno w sposób wyraźny, jak i dorozumiany, stanowi art. 35 ust. 2 lit. b konwencji wiedeńskiej (zob. też M. Jagielska, *op. cit.*, s. 392).

³⁵ Także na tle instytucji, jaką jest rękojmia za wady rzeczy sprzedanej, w piśmiennictwie przeważa pogląd, w myśl którego brak przydatności rzeczy do szczególnego celu podanego przez kupującego i zaakceptowanego przez sprzedawcę (w tym poprzez milczenie) przesądza o tym, że rzecz ta dotknięta jest wadą fizyczną. Przy tym pogląd ten ma znajdować swoje prawne uzasadnienie w wykładanym w sposób rozszerzający przepisie z art. 556 § 1 k.c., który za jedną z możliwych postaci wady fizycznej uznaje brak właściwości rzeczy, o jakich istnieniu kupującego zapewnił sprzedawca. Zob. W. Katner, w: *System...*, s. 126; J. Skąpski, *op. cit.*, s. 128, oraz M. Wojdyło, *op. cit.*, s. 42.

³⁶ Na problem błędnej konstrukcji gramatycznej art. 4 ust. 2 *in fine* ustawy o sprzedaży konsumenckiej — jaka sugeruje, że zgłoszone przez sprzedawcę zastrzeżenie co do celu, określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, wyłącza, w razie gdy towar się do tego celu nadaje, ustanowione w art. 4 ust. 2 ustawy domniemanie zgodności towaru konsumpcyjnego z umową — zwraca uwagę J. Szczęotka, *op. cit.*, s. 52–53. Z kolei niekonsekwencję pod względem terminologii, polegającą na użyciu w art. 4 ust. 2 ustawy dwóch różnych terminów na oznaczenie tego samego (raz „celu”, a raz „przeznaczenia towaru”), polskiemu prawodawcy zdaje się wytykać W. Katner, w: *Prawo...*, s. 1028.

wtedy, gdy zgłosi co do tego celu ze swej strony zastrzeżenia, jak stanowi art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, lecz również wtedy, gdy tego celu nie zaakceptuje. Różnicę w treści obu tych aktów prawnych należałoby przy tym tłumaczyć w ten sposób, że polski prawodawca, skorzystawszy z klauzuli minimalnej harmonizacji (zawartej w art. 8 ust. 2 dyrektywy), rozszerzył zakres ochrony konsumentów w stosunku do zakresu ochrony, jaki gwarantuje im prawo unijne³⁷. W efekcie rezultat wykładni przepisu z art. 4 ust. 2 *in fine* ustawy nie musi się pokrywać z rezultatem wykładni przepisu z art. 2 ust. 2 lit. b dyrektywy, mogąc być bardziej korzystnym dla konsumentów³⁸. Aby nie być związanym celem podanym przez kupującego przy zawarciu umowy, sprzedawca na gruncie ustawy o sprzedaży konsumenckiej — inaczej niż ma to miejsce na tle postanowień dyrektywy — powinien wyrazić swój sprzeciw wobec możliwości przeznaczenia towaru do takiego celu zawsze w sposób wyraźny, jego milczenie zaś będzie równoznaczne z pełną akceptacją tego celu³⁹. Wysoce problematyczna jest kwestia zgłaszania przez sprzedawcę zastrzeżeń na tzw. wszelki wypadek tudzież wskazujących na brak odpowiedniej wiedzy i mającą brać się stąd niemożność ustosunkowania się do tego, czy towar będzie się nadawał do celu podanego przez kupującego przy zawarciu umowy. Pomimo że można by się tu dopatrywać złej wiary po stronie sprzedawcy, wydaje się, iż tego typu zastrzeżenia będą skuteczne⁴⁰. Aczkolwiek, co trzeba podkreślić, ilekroć nie wynika to z nich wyraźnie, zastrzeżenia takie nie powinny być postrzegane jako zwrócenie konsumentowi uwagi na zachodzącą niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową (tj. jako zachowanie sprzedawcy mające skutkować powstaniem u konsumenta wiedzy w chwili zawarcia umowy o niezgodności nabywanego towaru z umową, za którą to niezgodność z mocy art. 7 ustawy sprzedawca nie będzie odpowiadał). Analogiczne wątpliwości budzi przypadek, w którym sprzedawca zgłasza zastrzeżenia, podając na ich poparcie uzasadnienie, które jest ewidentnie bezzasadne, np. wyraża swój sprzeciw wobec

³⁷ W przedmiocie klauzuli minimalnej harmonizacji zawartej w art. 8 ust. 2 dyrektywy zob. M. Koszowski, *Zasady interpretacji...*, s. 26–35, oraz S. Grundmann, *op. cit.*, s. 270–275.

³⁸ Na temat obowiązku wykładni prawa krajowego w zgodzie z prawem Unii Europejskiej, w tym przedmiotu, modeli i granic tej wykładni, zob. M. Koszowski, *Wykładnia prawa krajowego w zgodzie z prawem Unii Europejskiej po uwzględnieniu zmian spowodowanych wejściem w życie Traktatu z Lizbony*, „*Studia Prawa Prywatnego*” 2012, z. 2, s. 60–70; M. Koszowski, *Dwa modele wykładni prounijnej*, „*Studia Europejskie*” 2012, nr 3, s. 93–110 oraz *idem*, *Granice prounijnej wykładni prawa krajowego*, „*Radca Prawny*” 2012, nr 130, s. 15D–20D wraz z przywołaną tam literaturą i orzecznictwem Trybunału Sprawiedliwości.

³⁹ Tak też E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 63; J. Jezioro, *op. cit.*, s. 171–172, oraz M. Pecyna, *op. cit.*, s. 130. W nawiązaniu do regulacji z dyrektywy tezę, zgodnie z którą brak sprzeciwu sprzedawcy poczytywać należy jako akceptację przez niego celu podanego przez kupującego przy zawarciu umowy, stawiają, co warte odnotowania, J. Pisuliński, w: *System prawa prywatnego*, t. 7, wyd. 2, Warszawa 2004, przypis nr 584 na s. 177, oraz S. Grundmann, *op. cit.*, s. 133–134; na istnienie wątpliwości w tym przedmiocie wskazuje natomiast M. Pecyna, *op. cit.*, s. 126–127.

⁴⁰ Por. jednak E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 63–65 i J. Jezioro, *op. cit.*, s. 171–172.

możliwości użycia danego noża pod wodą, ponieważ nóż ten został wykonany ze stali niepolskiego pochodzenia⁴¹.

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej oraz dyrektywa nie zawierają, w odróżnieniu od konwencji wiedeńskiej (jej art. 35 ust. 2 lit. b), obostrzenia, iż określony przez kupującego szczególny cel nie będzie mógł być brany pod uwagę przy ustalaniu (nie)zgodności towaru z umową, ilekroć z okoliczności wynika, że kupujący nie polegał lub że byłoby z jego strony nierozsądne polegać na kompetencji i ocenie sprzedawcy⁴². Stąd też twierdzenie T. Kierzyka, że z takim obostrzeniem mamy do czynienia również w stosunkach sprzedaży konsumenckiej, trzeba traktować jako niemające dostatecznej podstawy prawnej⁴³. Jednakże w sytuacjach, gdy oczywiste jest, że konsument, mimo braku sprzeciwu sprzedawcy (lub nawet w przypadku wyraźnej aprobaty z jego strony), doskonale wiedział, iż towar do jakiegoś celu nadawać się nie może, zastosowanie powinien znaleźć art. 7 ustawy. Mianowicie z racji posiadania przez kupującego w chwili zawarcia umowy wiedzy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, polegającej na braku przydatności nabywanego towaru do celu, jaki podał on do wiadomości sprzedawcy przy zawarciu umowy, ten ostatni nie będzie ponosić za tę niezgodność odpowiedzialności.

6. MOŻLIWOŚĆ PROSTOWANIA OPISU ORAZ PRÓBKII I WZORU TOWARU

Wydaje się, że także w przypadku podanego przez sprzedawcę opisu towaru oraz okazanych przez niego próbek i wzorów będzie istniała możliwość dokonania sprostowania⁴⁴. Oświadczenie sprzedawcy, że dany opis, próbka lub wzór były nieprawidłowe, nie może jednak nigdy nastąpić po chwili zawarcia umowy sprzedaży. Co więcej, jak się wydaje, oświadczenie takie nie powinno też być złożone bezpośrednio przed zawarciem umowy. Konieczne jawi się tu bowiem pozostawienie konsumentowi odpowiednio długiego czasu do namysłu, czy pomimo nieodznaczania się przez towar właściwościami/przydatnością do celów, jakie wynikały ze sprostowanego później opisu, próbki lub wzoru, wciąż korzystne będzie dla niego nabycie tego towaru. Ponadto, co do reguły, prostując opis towaru, a zwłaszcza jego

⁴¹ Zob. też E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 63.

⁴² Co znamienne, w pierwotnej wersji dyrektywy dla sytuacji, w jakich z okoliczności wynika, że kupujący nie ufał wyjaśnieniom sprzedawcy, przewidziany był podobny wyjątek jak ten zamieszczony w art. 35 ust. 2 lit. b *in fine* konwencji wiedeńskiej. Zob. F. Wejman i F. Zoll, *Sprzedaż konsumencka*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” VII, 1998, z. 4, s. 762–763.

⁴³ T. Kierzyk, *op. cit.*, s. 100.

⁴⁴ Na tle dyrektywy za możliwością prostowania opisu towaru opowiada się S. Grundmann, *op. cit.*, s. 131–132.

próbkę lub wzór, sprzedawca powinien przedstawić ich nowy odpowiednik, jaki jego zdaniem jest już tym właściwym, a nie jedynie zanegować ich prawidłowość.

7. SPRZECZNOŚĆ MIĘDZY PRÓBKĄ (WZOREM) A OPISEM I SZCZEGÓLNYM CELEM OKREŚLONYM PRZEZ KUPUJĄCEGO

W literaturze przedmiotu dostrzega się również problem sprzeczności cech okazanej kupującemu próbki i wzoru z opisem towaru podanym przez sprzedawcę tudzież ze szczególnym celem określonym przez kupującego przy zawarciu umowy. Wzgląd na ochronę interesów konsumentów jako podmiotów stanowiących wyraźnie słabszą stronę stosunków prawnych powstających z ich udziałem nakazuje tu przyjąć, że w przypadku tego rodzaju sprzeczności powinno się je rozstrzygać na korzyść kupującego. Sprzedawca, nie chcąc być nimi związany, zawsze może sprostować pochodzący od niego opis towaru, zaprzeczyć autentyczności danej próbki lub reprezentatywności danego wzoru, czy zanegować zdatność towaru do celu podanego przez konsumenta przy zawarciu umowy. Nie wykorzystując tej możliwości, bierze on na siebie ryzyko ewentualnych konfliktów; tym bardziej że to jemu jako profesjonalście — a nie konsumentowi mogącemu nie mieć żadnej fachowej wiedzy na temat nabywanego towaru — łatwiej jest te konflikty z góry przewidzieć⁴⁵.

8. SPRECYZOWANIE WŁAŚCIWOŚCI TOWARU (JEGO ZDATNOŚCI DO POSZCZEGÓLNYCH CELÓW) W TREŚCI UMOWY

Skutki prawne, jakie wywołują omawiane powyżej przypadki tzw. indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, wchodzą w skład stosunku prawnego bardziej z mocy ustawy aniżeli z powodu ich wyrażenia w treści czynności prawnej, jaką stanowi tutaj umowa sprzedaży⁴⁶. To znaczy, ilekroć brak było zgodnych oświadczeń woli każdej ze stron, można by co najwyżej — i to w zasadzie będąc w jawnej opozycji do dogmatycznego punktu widzenia — próbować uznać,

⁴⁵ Na gruncie konwencji wiedeńskiej sprzeczność pomiędzy celem podanym przez kupującego w chwili zawarcia umowy a próbką lub wzorem przedstawionym przez sprzedawcę, na korzyść próbki i wzoru (z wyjątkiem przypadku, gdy chodzi o potwierdzone przez sprzedawcę szczególne cele, do których przydatności towaru kupujący nie jest w stanie stwierdzić na podstawie próbki lub wzoru) rozstrzyga M. Jagielska, *op. cit.*, s. 394–395. W odniesieniu do regulacji z ustawy o sprzedaży konsumenckiej o pierwszeństwie próbki i wzoru, jednak tylko wtedy, „gdy jest niemożliwe, by towar miał właściwości wynikające z opisu, bo są one sprzeczne ze wzorem lub próbką”, mówi E. Habryn-Motawska, *op. cit.*, s. 58; zob. też J. Jezioro, *op. cit.*, s. 168.

⁴⁶ Zgodnie z art. 56 k.c. „Czynność prawna wywołuje nie tylko skutki w niej wyrażone, lecz również te, które wynikają z ustawy, z zasad współżycia społecznego i z ustalonych zwyczajów”.

że skutki te zostały ujęte w treści czynności prawnej w sposób dorozumiany. Oczywiście pozostaje jednak, że prawnie dopuszczalne jest zamieszczenie w konkretnej umowie sprzedaży wyraźnych postanowień odnośnie do właściwości oraz celów, jakie będący przedmiotem tej umowy towar ma posiadać/do jakich ma być przydatny; przy czym umowa ta (zawartość uzgodnień poczynionych między stronami) może przybrać zarówno formę ustną, pisemną, jak i szczególną. Poza tym właściwości, jakimi ma się odznaczać towar konsumpcyjny, tak samo jak zdatność tego towaru do poszczególnych celów, mogą — niezależnie od sposobów wymienionych w art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej (art. 2 ust. 2 lit. a i b dyrektywy) — być również określane zgodną wolą stron wyrażoną *per facta concludentia*.

Choć taki przypadek nie jest objęty domniemaniem z art. 4 ust. 2 i 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej (art. 2 ust. 2 lit. a, b, c i d dyrektywy), tj. domniemaniem zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, nie ulega też wątpliwości, że towar nieczyniący zadość wymogom postawionym mu w umowie będzie z tą umową niezgodny (ewentualnie będziemy mieć wówczas do czynienia z niewykonaniem, w całości lub w części, albo nienależytym wykonaniem zobowiązania), a kupującemu będą przysługiwały uprawnienia przyznane mu na wypadek niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową (niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania)⁴⁷. Stąd się bowiem bierze i na tym przede wszystkim polega instytucja (nie)zgodności towaru z umową⁴⁸.

9. ZGODNOŚĆ UNORMOWAŃ Z USTAWY O SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ Z POSTANOWIENIAMI IMPLEMENTOWANEJ TĄ USTAWĄ DYREKTYWY

Jak już na wstępie niniejszego artykułu powiedziano, dyrektywa — inaczej niż ustawa o sprzedaży konsumenckiej — nie odróżnia w sposób wyraźny sytuacji, w jakich miało miejsce indywidualne uzgadnianie właściwości towaru konsumpcyjnego, od przypadków, w jakich się takie uzgadnianie nie odbyło. Choćby do celów systematyzacji bez większych przeszkód można by jednak przyjąć, że art. 2 ust. 2 lit. a i b dyrektywy odnosi się do stanów określonych w ustawie jako

⁴⁷ W kontekście instytucji (nie)zgodności towaru konsumpcyjnego z umową odnośnie do takich przypadków, jak: wydanie kupującemu towaru wyraźnie innego aniżeli umówiony (tzw. *aliud*), braki ilościowe, niekompletność towaru oraz niedołączenie do niego instrukcji i innych wymaganych dokumentów tudzież opakowanie towaru w sposób niewłaściwy, zob. M. Koszowski, *Szczególne przypadki niezgodności towaru z umową*, „Przegląd Sądowy” 2011, nr 11–12, s. 88–100.

⁴⁸ Zob. S. Grundmann, *op. cit.*, s. 123. Czym innym będzie natomiast takie określenie w umowie właściwości i zdatności do poszczególnych celów będącego przedmiotem tej umowy towaru, w którym te cele i właściwości będą poniżej poziomu, jaki wynika z postanowień art. 4 i 6 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Wziąwszy mianowicie pod uwagę ochronny charakter ustawy (implementowanej nią dyrektywy), wydaje się, że tego rodzaju uzgodnienia pomiędzy stronami będą mogły odnieść skutek tylko w razie, gdy zastosowanie znajdzie art. 7 ustawy.

indywidualne uzgadnianie właściwości towaru konsumpcyjnego, a art. 2 ust. 2 lit. c i d dyrektywy dotyczy stanów, w których brak było takiego uzgadniania. W efekcie też, regulacja z ustawy i dyrektywy zdaje się pod tym względem jednakowa.

Zgodnie z art. 2 ust. 2 lit. a dyrektywy domniemywa się, że towary konsumpcyjne są zgodne z umową, „jeżeli odpowiadają opisowi podanemu przez sprzedawcę i mają właściwości towarów, które sprzedawca przedstawił konsumentowi jako próbkę lub wzór”. Przepis ten w pełni pokrywa się ze stanowiącym jego odpowiednik unormowaniem z art. 4 ust. 2 ustawy. W zasadzie jedyną różnicę, i to w brzmieniu, a nie pod względem normatywnym, stanowi to, że w dyrektywie wyraźnie postanowione zostało, iż próbki i wzory (jakie mają znaczenie w świetle domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową) powinny zostać przedstawione przez sprzedawcę, a nie kogoś innego, np. kupującego. W przypadku art. 4 ust. 2 ustawy trzeba się bowiem tego domyślić.

O poważniejszych rozbieżnościach między prawem polskim a unijnym można natomiast mówić w kontekście art. 2 ust. 2 lit. c dyrektywy, w myśl którego domniemywa się, że towary konsumpcyjne są zgodne z umową, „jeżeli nadają się do jakichkolwiek szczególnych celów, do których potrzebne są konsumentowi, a o których zawiadomił on sprzedawcę w czasie zawierania umowy, i które sprzedawca zaakceptował”. Po pierwsze, w treści ustawy o sprzedaży konsumenckiej zwrot użyty w dyrektywie: „w czasie zawierania umowy” został zastąpiony wyrażeniem: „przy zawarciu umowy”, co mogłoby sugerować, że ustawa odwleka nieco w czasie moment, w jakim może nastąpić określenie przez konsumenta celu (do jakiego ma się nadawać towar konsumpcyjny), od momentu zawarcia samej umowy sprzedaży. Po drugie, wspomniany przepis dyrektywy wprost podaje, że cel, do jakiego ma być zdalny nabywany przez konsumenta towar, ma zostać podany do wiadomości sprzedawcy, a nie jakiejś innej osoby, a ponadto, że cel ten musi być celem szczególnym (w odróżnieniu od celu zwykłego, tj. takiego, do jakiego zwykle służą towary danego rodzaju). Te dwie kwestie — jak się wydaje — unormowane są przez ustawę w sposób identyczny, jednak dojście na gruncie ustawy do takiej konkluzji wymaga sięgnięcia do pozajęzykowych metod wykładni.

Podstawowa różnica między regulacją z art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej a art. 2 ust. 2 lit. c dyrektywy polega jednak na tym, że z punktu widzenia domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową w przypadku dyrektywy istotna jest jedynie zdatność towaru konsumpcyjnego do celów określonych przez kupującego, jakie zostały zaakceptowane przez sprzedawcę. Na tle natomiast unormowania z ustawy o sprzedaży konsumenckiej wyraźna aprobata ze strony sprzedawcy nie jest wymagana: z mocy art. 4 ust. 2 ustawy w zupełności wystarczy, że sprzedawca nie zgłosił do podanego przez kupującego celu swoich zastrzeżeń. Fakt zamieszczenia w ustawie takiego unormowania nie powinien być jednak pochytywany za efekt nienależytej implementacji dyrektywy do polskiego

prawa krajowego. Będąc do tego uprawnionym, tj. korzystając z tzw. klauzuli minimalnej harmonizacji (jaką zawiera art. 8 ust. 2 dyrektywy), polski prawodawca polepszył tutaj bowiem sytuację prawną konsumentów, wychodząc ponad minimum, jakie tym ostatnim gwarantuje prawo Unii Europejskiej.

10. PODSUMOWANIE

Trzeba zauważyć, że w ustawie o sprzedaży konsumenckiej przewidziane zostały trzy przypadki tzw. indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego z umową: podanie przez sprzedawcę opisu, towaru okazanie przez niego próbki/wzoru towaru oraz określenie przez kupującego szczególnego celu, do jakiego towar ma się nadawać. Co do zasady wszystkie te trzy rodzaje zachowań, sprzedawcy i kupującego, powinny mieć miejsce przed zawarciem danej umowy sprzedaży; przy czym sam sposób (forma) poczynienia przez sprzedawcę opisu i określenia przez kupującego szczególnego celu zdają się tu pozostawać dowolne. Każdą z postaci indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego należy jednak wyraźnie odróżniać od pozostałych i od składanych publicznie zapewnień przez sprzedawcę, producenta, osobę, która poprzez umieszczenie na towarze swojego oznaczenia odróżniającego podaje się za producenta lub która w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego, oraz przez przedstawicieli tych podmiotów (tj. zapewnień, o jakich jest mowa w art. 4 ust. 3 zd. 2 ustawy). To samo zdarzenie, mimo wymogu kumulacji przesłanek domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową wymienionych w art. 4 ust. 2 i 3 ustawy, nie powinno być bowiem uznawane za jeden z przypadków indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego oraz jednocześnie za przypadek, w jakim takie uzgadnianie się nie odbyło.

W efekcie okazanej przez sprzedawcę próbki/wzoru towaru nie należy utożsamiać z podanym przez niego opisem towaru; podobnie jak nie powinno się zrównywać celu, do jakiego ma być zdalny towar, określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, z takim celem określonym w tym czasie przez sprzedawcę (ten ostatni cel jest w istocie opisem towaru pochodzącym od sprzedawcy). Również publiczny charakter danego opisu — podobnie jak danej próbki lub wzoru — będzie przekreślał możliwość uznania go za którąś z postaci indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, jeśli tylko zostanie zakwalifikowany do kategorii publicznych zapewnień. Nie znaczy to jednak, że publicznie dostępne opisy, próbki i wzory nie będą miały wpływu na ustalanie zgodności (niezgodności) towaru konsumpcyjnego z umową. Będą one bowiem elementem przesłanki domniemania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, ale nie z mocy art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, lecz na podstawie art. 4 ust. 3 zd. 2 tej ustawy.

W myśl art. 4 ust. 2 *in fine* ustawy o sprzedaży konsumenckiej sprzedawca uprawniony jest do zgłoszenia zastrzeżeń co do celu (do jakiego ma się nadać oferowany przez niego towar) określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, po uczynieniu czego przestaje on być tym celem związany. Zasadne wydaje się przyjęcie, że możliwość taka występuje również w stosunku do przedstawionego przez sprzedawcę opisu towaru oraz okazanych przez niego próbek i wzorów. Zgłoszenie zastrzeżeń (sprostowanie) ze strony sprzedawcy, aby mogło być skuteczne, zawsze musi jednak nastąpić przed momentem zawarcia umowy, a w dodatku, jak się wydaje, w czasie umożliwiającym konsumentowi rozważenie tego, czy w tak zmienionych warunkach planowana transakcja wciąż będzie dla niego opłacalna. Potencjalne sprzeczności pomiędzy pochodzącym od sprzedawcy opisem towaru, próbką lub wzorem a celem określonym przez kupującego przy zawarciu umowy powinno się przy tym, z racji nieprofesjonalnego charakteru kupującego, rozstrzygać na jego korzyść.

Ponadto warto mieć na uwadze, że art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, definiując tzw. przypadki indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, nie stanowi przeszkody w precyzowaniu w treści umowy sprzedaży właściwości, jakie będący przedmiotem tej umowy towar ma posiadać (celów, do jakich ma on być zdalny). W razie też takiego sprecyzowania brak uzgodnionych właściwości (przydatności do celów) będzie — o ile strony nie postanowiły inaczej — oznaczać brak zgodności z umową, chyba że stan ten zostanie uznany za niewykonanie całości lub części zobowiązania tudzież za nienależyte wykonanie zobowiązania.

Co do zasady, mimo drobnych różnic językowych, regulacja zawarta w ustawie o sprzedaży konsumenckiej odpowiada regulacji przewidzianej w przetransponowanej — tą ustawą — do polskiego prawa krajowego dyrektywie. To znaczy, polski ustawodawca bardziej nie dookreślił („nie dopowiedział”) pewnych kwestii, każąc się ich interpretatorowi dopiero domyślić, aniżeli przyjął rozwiązania odmienne. Wyjątkiem jest tutaj podwyższenie poziomu ochrony konsumentów poprzez uznanie, że zgłoszone przez nich cele, do jakich ma się nadać towar konsumpcyjny, aby można było domniemywać jego zgodności z umową, nie muszą być celami wyraźnie zaakceptowanymi przez sprzedawcę. Na tle ustawy, aby uznać takie cele za prawnie relewantne, w zupełności wystarczy bowiem, że sprzedawca nie zgłosił do nich swoich zastrzeżeń. Poza tym według postanowień ustawy zgłoszenie przez kupującego takiego celu powinno nastąpić przy zawarciu umowy, a nie — jak stanowi dyrektywa — w czasie jej zawarcia. Stąd, można by argumentować, że zawarcie umowy sprzedaży i określanie przez kupującego celu, do jakiego ma być zdalny nabywany przez niego towar konsumpcyjny, może być na tle regulacji z ustawy nieco bardziej, niż ma to miejsce w przypadku dyrektywy, rozciągnięte w czasie.

INDIVIDUAL AGREEMENTS ON THE QUALITIES OF GOODS IN RELATION TO THE CONSUMER SALE

Summary

The Polish Consumer Sale Act distinguishes instances in which arrangements between parties as to the quality of a consumer good are made from the instances in which such arrangements do not occur. Depending on each of these two situations, there are envisaged different presumptions of the conformity of a good with the contract. This division can be, however, very misleading insofar as it suggests that, in the instances in which individual agreements on the quality of a good occur, the presumption provided for the instances in which such agreements are not present does not work. Conversely, if they are only at stake, the premises of that presumption must always be fulfilled so that one can presume that a given good conforms to the contract. The only exception is here the actual or presumed knowledge of the non-conformity of a given good with the contract on the part of the buyer.

According to the provisions of the Polish Consumer Sale Act, as a result of individual arrangements, we presume the state of the conformity with the contract if a good delivered to the buyer: a) complies with the description of this good given by the seller, b) possesses the qualities of samples or models of this good which have been shown to the buyer, and c) fits for any particular purpose about which the consumer has notified the seller within the act of concluding a contract upon which he/she has bought this good. Moreover, quality of consumer goods must meet standards on which parties have expressly agreed, especially by the adoption of special contractual clauses in that matter. Namely, except parties do decide otherwise, only such a good can be deemed to be in conformity with the contract. The same remark concerns agreements made *per facta concludentia*, i.e. agreements that we assume to be reached due to indicative behaviors of the parties involved.