

Moduł 1

**Wymagania dotyczące informacji
udzielanych przed zawarciem umowy**

Spis treści

Wprowadzenie	4
Czym jest prawo konsumenckie Unii Europejskiej - UE?	7
Czy można wyłączyć albo ograniczyć stosowanie prawa konsumenckiego?	7
Czy każdy nabywca jest konsumentem?	7
Co się dzieje w przypadku transakcji o niejednoznacznym przeznaczeniu?	8
Czym jest umowa konsumencka?	9
Jakich informacji należy udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy?	10
Czy w Dyrektywie 2011/83/UE w sprawie praw konsumenckich są wyjątki dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy?	10
Jakich informacji należy udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy konsumenckiej w sklepie stacjonarnym („umowa zawierana w lokalu przedsiębiorstwa”)?	11
Jakich informacji należy udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy konsumenckiej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa?	14
W jaki sposób należy podać informacje, które muszą być udzielone konsumentowi przed zawarciem umowy i w umowie?	16
W jakim języku należy przedstawić informacje udzielane przed zawarciem umowy i w umowie?	18
Czy w przypadku umów negocjowanych poza lokalem przedsiębiorstwa, wystarczy wszystkie informacje przekazać konsumentowi ustnie?	18
Czy informacje udzielane przed zawarciem umowy oraz w umowie należy przekazywać w różny sposób w zależności od tego, do jakich konsumentów są adresowane?	18
Sprzedaż transgraniczna - co się dzieje, gdy towary i usługi oferowane są konsumentom spoza kraju przedsiębiorcy?	19
Kiedy jednoznacznie przyjmuje się, że przedsiębiorca kieruje swoją działalność gospodarczą do konsumentów w innym kraju?	19
Co to oznacza w praktyce?	20
Któremu sądowi podlegają spory dotyczące umowy transgranicznej?	20
Jakie są konsekwencje niespełnienia wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy?	21

„Gdy otrzymuję od przedsiębiorców jasne i wyczerpujące informacje, moje zaufanie zarówno do nich, jak i do rynku wzrasta”

Konsument

„Jasne i wyczerpujące informacje przed zakupem pomagają mi podjąć właściwą decyzję, czy naprawdę chcę kupić określone produkty, czy nie”

Konsument

„Gwarancja, że wszyscy przedsiębiorcy spełniają swój obowiązek i informują swoich klientów jasno i wyczerpująco przed zakupem, prowadzi do uczciwszych zachowań na rynku”

Małe lub średnie przedsiębiorstwo

Wprowadzenie

Drogi przedsiębiorco!

Niniejszy podręcznik stanowi część projektu ConsumerLaw Ready, który adresowany jest do mikro firm oraz małych i średnich przedsiębiorstw współpracujących z konsumentami.

Projekt ConsumerLaw Ready to ogółouropejski projekt, którym zarządza BEUC (Europejska Organizacja Konsumentów) w konsorcjum z UEAPME (Głos Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Europie) oraz Eurochambers (Stowarzyszenie Europejskich Izb Handlowo-Przemysłowych). Projekt jest finansowany przez Unię Europejską przy wsparciu Parlamentu Europejskiego i Komisji Europejskiej.

Jego celem jest udzielenie Państwu wsparcia w przestrzeganiu wymogów unijnego prawa konsumenckiego.

Prawo konsumenckie UE obejmuje różne przepisy prawne przyjęte przez Unię Europejską w ciągu ostatnich 25 lat i przetransponowane do prawa krajowego każdego z państw członkowskich. W 2017 roku Komisja Europejska zakończyła ocenę mającą na celu sprawdzenie, czy wprowadzone zasady w dalszym ciągu spełniają swój cel. Uzyskane wyniki były ogólnie pozytywne¹. Ustalono przede wszystkim, że istniejące przepisy wymagają lepszego egzekwowania przez organy oraz lepszego zrozumienia przez przedsiębiorstwa i konsumentów. Projekt ConsumerLaw Ready ma poprawić wiedzę przedsiębiorców, w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw, na temat praw konsumentów oraz obowiązków prawnych spoczywających na przedsiębiorcach.

Niniejszy podręcznik składa się z pięciu modułów. Każdy z nich opisuje jeden konkretny fragment unijnego prawa konsumenckiego:

- Moduł 1 opisuje obowiązki dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy z konsumentem;
- Moduł 2 prezentuje prawa konsumentów do odstąpienia od umowy zawieranej na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa;
- Moduł 3 przedstawia, w jaki sposób przedsiębiorcy, którzy naruszają warunki umowy z konsumentem, powinni załatwiać reklamacje konsumenckie;
- Moduł 4 porusza kwestię nieuczciwych praktyk handlowych i nieuczciwych postanowień umownych;
- Moduł 5 prezentuje platformę alternatywnych mechanizmów rozstrzygania sporów oraz internetowego systemu rozstrzygania sporów (ODR) - zarządzaną przez Komisję Europejską oficjalną stronę, której celem jest wsparcie konsumentów i przedsiębiorców w procesie pozasądowego rozstrzygania sporów.

Niniejszy podręcznik jest jednym z materiałów szkoleniowych opracowanych w ramach projektu ConsumerLaw Ready. Na stronie consumerlawready.eu opublikowano ponadto materiały edukacyjne, takie jak filmy wideo, quizy oraz

¹Więcej informacji na temat oceny, związanych z nią ustaleń oraz działań monitorujących można znaleźć na stronie Komisji Europejskiej: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

„e-test”, po rozwiązaniu którego można uzyskać certyfikat. Poprzez nasze forum istnieje także możliwość kontaktu ze specjalistami oraz innymi małymi i średnimi przedsiębiorstwami.

Moduł 1 podręcznika umożliwia Państwu zapoznanie się z obowiązkami informacyjnymi, jakie ma przedsiębiorca przed zawarciem umowy z konsumentem. Moduł ten opisuje, jakie informacje, w jaki sposób i kiedy należy przekazać, a także prezentuje wskazówki mające ułatwić Państwu przestrzeganie prawa.

Moduł prezentuje wymagania dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy określone w Dyrektywie 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów („Dyrektywa o prawach konsumentów”), która została przetransponowana do prawa krajowego państw członkowskich UE. Więcej szczegółowych informacji na temat postanowień Dyrektywy o prawach konsumentów przedstawiono w [Przewodniku Komisji Europejskiej](#)² dostępnym we wszystkich oficjalnych językach UE.

Poza wymogami horyzontalnymi, zastosowanie mogą mieć także inne, głównie dostosowane do potrzeb konkretnego sektora wymagania informacyjne - niezależnie lub w powiązaniu z wymogami informacyjnymi określonymi w Dyrektywie o prawach konsumentów, w zależności od rodzaju umowy (np. kredyt konsumencki, wyjazd organizowany itp.). Te inne wymagania nie mieszczą się w zakresie niniejszego podręcznika, ale zachęcamy Państwa do zapoznania się z nimi, gdyż mogą one mieć także zastosowanie do obszaru Państwa działalności. W zgromadzeniu odpowiednich informacji pomocne mogą być [Baza danych na temat prawa konsumenckiego](#)³ oraz [portal Twoja Europa - Przedsiębiorstwa](#)⁴.

Mamy nadzieję, że informacje przedstawione w niniejszym podręczniku będą przydatne.

²Patrz http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm

³ Patrz <https://e-justice.europa.eu/home.do>

⁴ Patrz <http://europa.eu/youreurope/business/>

Moduł 1

Czym jest prawo konsumenckie Unii Europejskiej - UE?

Prawo konsumenckie UE obejmuje różne zasady.

Dotyczą one uczciwości praktyk handlowych, uczciwości warunków umownych, wymagań co do udzielania informacji przed zawarciem umowy, prawa konsumentów do odstąpienia od umowy oraz innych zasad ochrony konsumentów charakterystycznych dla konkretnych rodzajów umów konsumenckich (np. umowy negocjowane poza siedzibą przedsiębiorstwa, umowy zawierane na odległość, np. drogą internetową) i/lub umów dotyczących konkretnego sektora (np. umowy o kredyt konsumencki, imprezy turystyczne, zakup praw do miejsca zakwaterowania - timeshare, itp.).

Przestrzeganie wszystkich przepisów prawa konsumenckiego może się na początku wydawać trudne. Ale dzięki naszemu podręcznikowi, macie Państwo to, czego potrzeba, by postępować zgodnie z prawem! W zależności od obszaru działalności należy zapoznać się także z innymi odpowiednimi ogólnymi i/lub sektorowymi wymogami informacyjnymi. Przykładowo przepisami dotyczącymi kredytu konsumenckiego.

Jak wspomniano powyżej, w znalezieniu odpowiednich informacji pomocne mogą być także [Baza danych na temat prawa konsumenckiego](#)⁵ oraz [portal Twoja Europa - Przedsiębiorstwa](#)⁶.

Czy można wyłączyć albo ograniczyć stosowanie prawa konsumenckiego?

Nikt nigdy nie może wyłączyć ani ograniczyć stosowania prawa konsumenckiego.

Na przykład niezgodne z prawem są warunki umowy, które przewidują brak stosowania lub ograniczenie stosowania prawa konsumenckiego, takie jak: „Do niniejszej umowy zastosowanie mają ogólne przepisy dotyczące umów, z wyłączeniem zasad dotyczących umów konsumenckich.” Postanowienie takie nie ma skutków prawnych oraz nie jest wiążące dla konsumenta. Może także w pewnych okolicznościach stanowić nieuczciwą praktykę handlową⁷.

Czy każdy nabywca jest konsumentem?

Przedsiębiorca musi stosować prawo konsumenckie za każdym razem, gdy oferuje swoje produkty (towary, usługi, treści cyfrowe) „konsumentowi” w dowolnym kraju UE. W związku z powyższym definicja „konsumenta” ma istotne znaczenie.

Konsumentem jest każda osoba fizyczna, kupująca od przedsiębiorcy produkt, w celach niezwiązanych z działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą ani wykonywaniem wolnego zawodu, a jedynie w celach osobistych.

Przykład: Konsumentem jest osoba, która konsumuje sprzedawane przez przedsiębiorcę towary i świadczone przez niego usługi, np. małżeństwo kupujące talerze i sztuce do domu lub zamawiające usługi sprzątanía w swoim mieszkaniu.

⁵Patrz: <https://e-justice.europa.eu/home.do>

⁶ Patrz <http://europa.eu/youreurope/business/>

⁷ Informacje na temat nieuczciwych praktyk handlowych i nieuczciwych postanowień umownych przedstawiono w Module 4.



Konsumentem może być wyłącznie osoba fizyczna. Podmioty prawne, np. spółki lub stowarzyszenia, nie są konsumentami. Jednak w niektórych państwach członkowskich podmioty takie podlegają takiemu samemu poziomowi ochrony, jak konsumenci, gdyż niektóre z zasad chroniących konsumentów rozszerzono także na przedsiębiorstwa. Państwa członkowskie nie mogą wprowadzić innej definicji prawnej „konsumenta”, bowiem podlega ona pełnej harmonizacji na poziomie europejskim. W Polsce definicję tę podaje Kodeks cywilny w art. 22¹: Za *konsumenta* uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Gdy ktoś kupuje produkty w celach zawodowych, na przykład do ich dalszej odsprzedaży, prawo konsumenckie z reguły nie ma zastosowania.

Przykład: Prawo konsumenckie nie ma zastosowania przy zakupie talerzy i sztućców do restauracji. Podobnie, jeżeli firma świadczy usługi mycia okien dla innej firmy, nie stosuje się przepisów prawa konsumenckiego. Jednak w takich sytuacjach zastosowanie mają inne przepisy UE i/lub krajowe. W Polsce jest to przykładowo ustawa Kodeks cywilny.

W niektórych krajach dobrym wyznacznikiem, czy nabywca jest konsumentem, czy nie, jest posługiwanie się numerem NIP.

Co dzieje się w przypadku transakcji o niejednoznacznym przeznaczeniu?

Należy zastanowić się, co dzieje się, gdy ktoś kupuje produkt zarówno do użytku osobistego, jak i zawodowego.

Przykład 1: Prawnik kupuje komputer, który wykorzystuje do przesyłania wiadomości pocztą elektroniczną do swojej rodziny, ale także informacji dla swoich klientów.



Przykład 2: Ktoś zleca naprawę dachu; mieszka w części domu wraz ze swoją rodziną, a w drugiej części posiada sklep z odzieżą.



Czy prawo konsumenckie ma zastosowanie w sytuacjach, gdy umowa sprzedaży lub umowa na usługi ma zarówno wymiar osobisty, jak i zawodowy?

Jest to tak zwana „umowa o niejednoznacznym celu” - towar lub usługa ma dwojakie przeznaczenie. W takiej sytuacji, aby ustalić, czy prawo konsumenckie ma zastosowanie, należy sprawdzić przeważający cel danej umowy. Innymi słowy, należy sprawdzić, czy prawnik korzysta z komputera częściej, by pisać wiadomości w sprawach osobistych, czy też by sporządzać dokumenty dla swoich klientów. A także przeanalizować, czy wyżej wspomniany dom stanowi w większej części miejsce sprzedaży odzieży, czy dom rodzinny.

Przykład: Jeżeli komputer jest wykorzystywany przez 20% czasu do pisania wiadomości do klientów i 80% czasu do pisania osobistych wiadomości, umowa będzie podlegała ochronie w ramach prawa konsumenckiego.

Czym jest umowa konsumencka?

Umowa konsumencka to dowolna umowa, jaką przedsiębiorca zawiera z konsumentem, bez względu na kanał (np. w internecie, telefonicznie lub w sklepie), a także bez względu na to, czy przedmiotem dostawy są towary, usługi i/lub treści cyfrowe.

Przykładem może być umowa zawarta drogą internetową z konsumentem na sprzedaż książki.

Dyrektywa o prawach konsumentów rozróżnia „umowy zawarte w lokalu przedsiębiorstwa” (np. umowy konsumenckie zawarte w sklepie), „umowy zawarte na odległość” (np. umowy konsumenckie zawarte w internecie lub telefonicznie) oraz „umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa” (np. umowy konsumenckie zawarte w domu lub w miejscu pracy konsumenta).

W przeciwieństwie do „**umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa**”, „**umowy zawarte na odległość**” charakteryzuje brak jednoczesnej obecności przedsiębiorcy i konsumenta w momencie zawierania umowy konsumenckiej. Typowymi przykładami umów

zawieranych na odległość są umowy zawierane za pomocą katalogu, internetowo, telefonicznie lub faksem. Umowy są zawarte na odległość także w sytuacji, w której konsument odwiedza lokal przedsiębiorstwa wyłącznie w celu pozyskania informacji o towarach lub usługach, a następnie negocjuje i zawiera umowę na odległość. Z kolei umowa zainicjowana na odległość (np. pocztą elektroniczną lub telefonicznie w celu umówienia spotkania lub dokonania rezerwacji) i zawarta w lokalu przedsiębiorcy, nie jest umową zawartą na odległość.



„Umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa”

to umowy zawierane przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy. Za lokal przedsiębiorstwa uznaje się obiekty w dowolnej formie (np. sklepy, stoiska itp.), które służą jako stałe lub zwyczajowe miejsce działalności danego przedsiębiorcy. Lokalem przedsiębiorstwa są także obiekty, z jakich przedsiębiorca korzysta sezonowo (np. sklep z lodami na plaży w lecie). Z reguły umowy negocjowane poza lokalem przedsiębiorstwa to umowy zawarte w domu lub miejscu pracy konsumenta albo na pokazie lub w trakcie wycieczki organizowanej przez przedsiębiorcę.



Chociaż w odniesieniu do umów zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa państwa członkowskie mogą dodać do wymogów określonych w Dyrektywie o prawach konsumentów wymagania dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy ⁸, w przypadku umów zawieranych na odległość oraz umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wszystkie wymagania dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy zostały określone w Dyrektywie i państwa członkowskie nie mogą dodawać żadnych innych. Tak więc, chcąc oferować swoje produkty lub usługi konsumentom w różnych krajach UE, można to uczynić ze swojej strony internetowej poprzez zapewnienie poprawnego tłumaczenia na wszystkie odpowiednie języki dokładnie tych samych, wyczerpujących informacji wymaganych przed zawarciem umowy.

Jakich informacji należy udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy?

Wymagania dotyczące informacji udzielanych przed zawarciem umowy obejmują informacje, jakie zostały określone przez ustawodawcę, jako istotne w celu

umożliwienia konsumentowi świadomego wyboru przed zawarciem umowy. Dyrektywa 2011/83/UE określa jakie informacje przedsiębiorca jest zobowiązany przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy w lokalu przedsiębiorstwa, poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość.

Należy zauważyć także, że na etapach poprzedzających zawarcie umowy, tj. na przykład w reklamie, przedsiębiorcy w całej UE są zobowiązani postępować zgodnie z zasadami należytej staranności zawodowej i muszą ujawnić wszystkie elementy, jakie przeciętny konsument musiałby poznać, by podjąć świadomą decyzję o zawarciu transakcji. W przeciwnym razie mogą zostać posądzeni o wprowadzenie w błąd lub zaniechanie.⁹

Czy w Dyrektywie 2011/83/UE w sprawie praw konsumenckich są wyjątki dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy?

Tak, określone w Dyrektywie o prawach konsumentów wymagania dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy nie mają zastosowania do następujących rodzajów umów:

- a) umów dotyczących usług socjalnych, takich jak opieka społeczna,
- b) umów dotyczących opieki zdrowotnej,
- c) umów hazardu, z uwzględnieniem loterii, gier hazardowych w kasynach i zakładów,
- d) umów dotyczących usług finansowych, takich jak różne umowy kredytu konsumenckiego,

⁸Patrz: Załącznik 1

⁹Informacje na temat nieuczciwych praktyk handlowych i nieuczciwych postanowień umownych przedstawiono w Module 4

- e) umów dotyczących ustanawiania, nabywania i przenoszenia własności nieruchomości lub praw do nieruchomości;
- f) umów dotyczących budowy nowych budynków, istotnej przebudowy istniejących budynków oraz najmu pomieszczeń do celów mieszkalnych;
- g) umów w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek;
- h) umów najmu miejsc wakacyjnych - timeshare, umów o długoterminowe produkty wakacyjne, umów odsprzedaży oraz wymiany;
- i) umów sporządzanych, zgodnie z prawem państw członkowskich, przez urzędnika państwowego ustawowo zobowiązanego do niezależności i bezstronności, który musi zapewniać, poprzez udzielenie wyczerpującej informacji prawnej, aby konsument zawierał umowę jedynie po dokładnym rozważeniu aspektów prawnych i ze znajomością jej zakresu prawnego;
- j) umów dotyczących dostarczania środków spożywczych, napojów lub innych towarów, które są przeznaczone do bieżącego spożycia w gospodarstwach domowych i które są często i regularnie fizycznie dostarczane przez przedsiębiorcę do miejsca zamieszkania, pobytu lub pracy konsumenta
- k) umów dotyczących przewozów pasażerskich;
- l) umów zawieranych przy wykorzystaniu automatów sprzedających lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży;
- m) umów zawieranych z operatorami telekomunikacyjnymi przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych na korzystanie z nich lub zawieranych na wykorzystanie jednego połączenia

telefonicznego, internetowego lub faksowego dokonywanego przez konsumenta.

Wiele z tych umów podlega jednak wymaganiom dotyczącym udzielania informacji przed ich zawarciem na mocy innych przepisów prawa UE i krajowego. Dzieje się tak na przykład w przypadku umów kredytowych dla konsumentów¹⁰.

Ponadto zgodnie z postanowieniami Dyrektywy o prawach konsumentów niektóre państwa członkowskie (Austria, Belgia, Cypr, Dania, Estonia, Finlandia, Niemcy, Grecja, Irlandia, Włochy, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Malta, Holandia, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowenia, Szwecja i Zjednoczone Królestwo) przyjęły także przepisy krajowe zwalniające przedsiębiorców z wymogów dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy w przypadku „umów o niskiej wartości”. Więcej informacji na temat tego typu specyficznych rozwiązań przedstawiono w Załączniku 1. Według prawa polskiego dotyczy to drobnych umów życia codziennego wykonywanych natychmiast po ich zawarciu.

Jakich informacji należy udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy w sklepie stacjonarnym („umowa zawierana w lokalu przedsiębiorstwa”)?

Dzięki Dyrektywie o prawach konsumentów w całej UE wyróżnia się obecnie 8 kluczowych informacji, które należy wyraźnie przekazać konsumentom przed zawarciem umowy sprzedaży lub umowy na usługi w sklepie, jeżeli informacje takie nie są oczywiste. Należą do nich:

¹⁰ Wymagania dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy określono w poprawionej Dyrektywie o kredytach konsumenckich (2008/48/WE).

1. **Główne cechy** oferowanych towarów lub usług
- wszystkie szczegóły prezentujące podstawowe funkcje produktu, który jest na sprzedaż.

Przykład: Na etykiecie należy poinformować, że kurtka sprzedawana w Państwa sklepie jest kurtką skórzaną.

Przykład: Należy podać cechy sprzedawanego telefonu - posiada 64 KB pamięci.

Nośnik wykorzystany do przekazania tego typu informacji musi być łatwy do odczytania i zrozumienia dla przeciętnego konsumenta. Nośnikiem takim może być na przykład informacja przekazana pocztą elektroniczną lub na kartce papieru.

2. **Państwa dane identyfikujące**, takie jak nazwa przedsiębiorcy, adres pocztowy, pod którym prowadzicie swoje przedsiębiorstwo, oraz numer telefonu.
Adres sklepu lub restauracji (adres pocztowy) stanowi jasny przykład informacji, która w oczywisty sposób wynika z kontekstu w przypadku umów zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa.

3. **Łączna cena** oferowanych towarów lub usług.
Oznacza to, że należy podać całkowitą cenę, tj. z uwzględnieniem wszystkich obowiązujących podatków, dodatkowych opłat transportowych, opłat z tytułu dostawy i opłat pocztowych. W przypadku, gdy nie można z góry obliczyć ceny, należy poinformować konsumenta, w jaki sposób cena będzie obliczana.

Przykład: Gdy całkowita cena zależy od faktycznej konsumpcji, należy podać cenę na przykład za kilogram/litr.

4. W stosownym przypadku wszystkie ustalenia dotyczące **zapłaty, dostawy, wykonania**, terminu, w jakim zobowiązujecie się Państwo dostarczyć towary lub wykonać usługi, a także stosowana przez Państwa **polityka reklamacyjna**.

Przykład: Należy poinformować konsumenta, że produkt dostarczany jest przez konkretnego kuriera oraz że dostawa zostanie zrealizowana w ciągu 15 dni roboczych. Należy go także poinformować, co i jak powinien zrobić konsument, gdy zechce złożyć reklamację.

5. Istnienie **prawnej odpowiedzialności sprzedawcy za zgodność towarów z umową** (gwarancja prawna - rękojmia), istnienie i warunki usług posprzedażnych oraz fakt udzielenia gwarancji (gwarancja handlowa).
Zgodnie z prawem UE należy rozgraniczyć gwarancję prawną (w Polsce: rękojmię) od gwarancji handlowej. Gwarancja prawna obowiązuje z mocy prawa, tj. Dyrektywy 1999/44/WE w sprawie sprzedaży towarów konsumpcyjnych, implementowanej do przepisów państw członkowskich UE. W UE gwarancja prawna na produkty konsumenckie obowiązuje co najmniej przez dwa lata i przewiduje bezpłatne zaspokojenie roszczeń konsumenta z tytułu wady towaru istniejącej w momencie dostawy. Gwarancja handlowa jest nieobowiązkowa, uzupełnia gwarancję prawną i może być udzielona przez sprzedawcę lub producenta za darmo lub za opłatą.

Przykład: Nawet jeśli niezależnie od dwuletniej gwarancji prawnej (rękojmi), udzielona została gwarancja handlowa, która obejmuje okres 5 lat od daty sprzedaży i gwarantuje konsumentowi dodatkowe uprawnienia, przedsiębiorca ma obowiązek w widoczny sposób zaznaczyć fakt istnienia gwarancji prawnej (rękojmi). W przypadku usług posprzedażnych należy poinformować konsumenta o ich istnieniu i szczegółowych

zasadach korzystania z nich¹¹. W tym kontekście należy zwrócić uwagę na fakt, że zgodnie z Dyrektywą o prawach konsumentów koszty telefonicznego centrum obsługi klientów w żadnym przypadku nie mogą przekroczyć kosztów lokalnych rozmów telefonicznych, jeżeli rozmowa dotyczy istniejącej umowy.

6. Czas trwania umowy.

Przykład: Jeżeli jesteście Państwo właścicielem lokalnej siłowni, musicie przed zawarciem umowy poinformować konsumenta, czy umowa abonamentowa zawierana jest na czas określony, czy nie, oraz czy podlega ona automatycznemu przedłużeniu, jeżeli konsument nie wypowie umowy z zachowaniem np. 15-dniowego okresu wypowiedzenia..

7. W przypadku gdy ma to zastosowanie – funkcjonalność treści cyfrowych, w tym również mające zastosowanie techniczne środki ich ochrony.. Oznacza to, że należy szczegółowo wyjaśnić konsumentowi, w jaki sposób treści cyfrowe funkcjonują w praktyce. W szczególności dotyczy to występowania lub nie ograniczeń technicznych.

Przykład: Należy wskazać, czy konkretne oprogramowanie komputerowe sprzedawane w Państwa sklepie może być użytkowane w trybie offline i/lub online; należy wskazać, czy oprogramowanie można użytkować w innych krajach niż kraj zakupu.

8. W przypadku gdy ma to zastosowanie – każda mająca znaczenie interoperacyjność treści

cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o której przedsiębiorca wie lub, racjonalnie oczekując, powinien być wiedzieć;

Przykład: Należy poinformować konsumenta, że oferowane przez Państwa treści cyfrowe mogą być użytkowane wyłącznie w systemach operacyjnych Macintosh na komputerach Apple.

Należy pamiętać, że ponieważ większość transakcji zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa ma charakter krajowy, Dyrektywa o prawach konsumentów pozwala wszystkim państwom członkowskim UE na dodanie do powyższej listy - zgodnie z prawem krajowym - innych wymagań dotyczących informacji udzielanych przed zawarciem umowy. Dlatego też, jeżeli chcecie otworzyć sklepy w innych państwach członkowskich, powinniście zapoznać się z ewentualnymi dodatkowymi obowiązującymi na ich terenie wymogami informacyjnymi.

ZAŁĄCZNIK 1 prezentuje dodatkowe obowiązki informacyjne nałożone przez państwa członkowskie.¹²

Dodatkowe wymagania dotyczące udzielania informacji przed zawarciem umowy wprowadzone w Polsce dotyczą drobnych umów życia codziennego wykonywanych natychmiast po ich zawarciu.

¹¹ Patrz: Moduł 3 poświęcony sprzedaży konsumenckiej, który opisuje formy zadośćuczynienia wymagane od przedsiębiorców w związku z wadliwymi towarami.

¹² Ewentualnie możecie Państwo skorzystać także z faktycznych zgłoszeń przekazanych przez państwa

członkowskie w sprawie wyborów regulacyjnych dokonanych na podstawie art. 29 Dyrektywy 2011/83/WE w sprawie praw konsumentów. Patrz:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm

Jakich informacji należy udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa?

Dyrektywa o prawach konsumentów zawiera w pełni zharmonizowaną listę informacji, jakie należy przekazać konsumentom przed zawarciem umowy, jeżeli działacie Państwo na odległość (np. drogą internetową lub telefoniczną) i/lub jeżeli zawieracie umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, na przykład za pośrednictwem akwizytora. Oznacza to, że w przypadku takich kanałów handlowych państwa członkowskie nie mogą wprowadzać dodatkowych wymogów dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy ponad te przewidziane w Dyrektywie.

Podana lista obejmuje oprócz 8 kluczowych punktów obowiązujących sklepy stacjonarne, kilka dodatkowych pozycji, z których wiele stosuje się wyłącznie wtedy, gdy to stosowne, w zależności od charakteru transakcji oraz faktu, że w przypadku większości umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa konsumentom w całej UE przysługuje 14 dni na odstąpienie od umowy¹³. Przestrzeganie tych w pełni zharmonizowanych wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy ułatwia dostęp do konsumentów wszystkich państw członkowskich. Poniżej wymieniono dodatkowe informacje, uzupełniające 8 wyżej wymienionych obowiązkowych punktów:

1. Poza podaniem swojej tożsamości i adresu pocztowego lokalu, prowadząc działalność na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, należy podać numer telefonu i adres poczty

elektronicznej, by umożliwić konsumentowi szybką i skuteczną komunikację. Działając w imieniu innego przedsiębiorcy, należy podać także jego adres pocztowy i tożsamość.

2. Jeżeli różni się on od miejsca prowadzenia działalności, należy także podać adres, w tym adres przedsiębiorcy, w którego imieniu Państwo działacie, pod którym konsument może zgłaszać ewentualne reklamacje.
 3. Jeżeli różnią się one od kosztów lokalnych rozmów telefonicznych (stawki podstawowej), należy poinformować konsumentów o kosztach środków komunikacji na odległość w celu zawarcia umowy. Gdy umowa zostanie zawarta, należy pamiętać, że zgodnie z Dyrektywą o prawach konsumentów, koszt infolinii udzielającej odpowiedzi na pytania konsumentów dotyczące zawartych przez nich umów nie może nigdy przekroczyć stawki podstawowej.
 4. W przypadku posiadania kodeksu postępowania konsumentów należy poinformować o jego istnieniu oraz sposobie, w jaki można uzyskać jego egzemplarze.
- Przykład:** Należy poinformować o stosowaniu wprowadzonego przez Międzynarodową Izbę Handlową Kodeksie praktyk reklamowych i komunikacji marketingowej oraz załączyć do niego stosowny link.
5. W przypadku gdy umowa przewiduje, że konsument jest związany minimalnym czasem trwania, należy poinformować go wcześniej o długości takiego okresu.

¹³ Patrz: Moduł 2 poświęcony prawu konsumentów do odstąpienia od umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Przykład: Należy poinformować konsumenta przez ile miesięcy musi być członkiem siłowni, by skorzystać z ceny oferowanej za abonament roczny.

6. W przypadku, gdy umowa wymaga od konsumenta zapłaty lub przedłożenia kaucji lub innej gwarancji finansowej, należy poinformować go z wyprzedzeniem o związanych z tym warunkach i procedurach.

Przykład: Należy poinformować konsumenta z wyprzedzeniem, jeżeli musi wpłacić zaliczkę za hotel, który rezerwuje online, a także na jakich warunkach może ewentualnie anulować rezerwację.

7. W stosownym przypadku należy także poinformować konsumenta o możliwości skorzystania z pozasądowej procedury wnoszenia skarg oraz mechanizmów dochodzenia roszczeń w celu rozwiązania ewentualnych sporów. Można to uczynić na przykład dzięki platformie rozstrzygania sporów drogą internetową, która pomaga konsumentom wnosić skargi do konkretnego podmiotu ds. alternatywnego rozwiązywania sporów¹⁴.
8. W końcu, jeżeli konkretna umowa nie podlega prawu odstąpienia lub podlega ograniczonemu prawu odstąpienia¹⁵, należy poinformować konsumenta o tym fakcie i/lub o okolicznościach, w jakich traci prawo do odstąpienia od umowy. Jeżeli z kolei umowa podlega prawu odstąpienia, należy poinformować konsumenta o:

- a) warunkach, terminach i procedurach wykonania takiego prawa zgodnie z określonym prawem wzorem formularza¹⁶;
 - b) fakcie, że konsument będzie musiał pokryć koszty zwrotu towarów w razie odstąpienia oraz, jeżeli towary - ze względu na swój charakter - nie mogą zostać normalnie zwrócone pocztą, koszty zwrotu towarów.
- Przykład:** Jeżeli konsument kupuje lodówkę lub pralkę (produkty te są z reguły dostarczane do domu konsumenta, a nie nadawane na poczcie), należy wskazać konsumentowi jednego przewoźnika (na przykład tego wyznaczonego do dostawy towarów) oraz jedną cenę za zwrot towarów lub przynajmniej rozsądne oszacowanie maksymalnego kosztu, jeżeli to możliwe na podstawie kosztu dostawy¹⁷; **oraz**
- c) fakcie, że jeżeli konsument korzysta z prawa do odstąpienia po zgłoszeniu wyraźnego żądania - w okresie na odstąpienie od umowy - rozpoczęcia świadczenia usługi, jest zobowiązany zapłacić proporcjonalny koszt takiej usługi otrzymanej w międzyczasie.

Przykład: Jeżeli konsument podpisze z przedsiębiorcą umowę na usługi telefonii komórkowej, należy go poinformować, że jeżeli wyraźnie zażąda natychmiastowego uruchomienia usługi, ale następnie, np. 10 dni po podpisaniu umowy, podejmie decyzję o odstąpieniu od niej, będzie musiał zapłacić jedną trzecią miesięcznego abonamentu powiększonego o cenę dodatkowych otrzymanych w tym czasie usług.

¹⁴ Więcej szczegółów przedstawiono w Module 5.

¹⁵ Art. 16 Dyrektywy o prawach konsumentów wymienia typy umów, których nie dotyczy prawo do odstąpienia od umowy. Patrz moduł 2 dotyczący prawa odstąpienia od umowy oraz Wytyczne Dyrekcji Generalnej ds. Sprawiedliwości w sprawie Dyrektywy o prawach konsumentów

(prawakonsumenta.uokik.gov.pl/wp-content/uploads/2015/03/wytyczne-DG-dot-dyrektywy-PEiR-2011-83-UE-z-dn-25-10-2011.pdf).

¹⁶ By uzyskać więcej szczegółów, patrz moduł 2.

¹⁷ Patrz: Wytyczne Dyrekcji Generalnej ds. Sprawiedliwości w sprawie Dyrektywy o prawach konsumentów, rozdział 6.2

Co istotne, w pewnych sytuacjach stosuje się uproszczony obowiązek informacyjny. Komunikacja na odległość czasami daje jedynie ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na prezentację informacji. W takich przypadkach należy przekazać najważniejsze informacje przed zawarciem umowy, tj.:

1. swoją tożsamość,
2. główne cechy oferowanego produktu,
3. całkowitą cenę,
4. informacje na temat sposobu korzystania z prawa do odstąpienia,
5. czas trwania umowy lub, jeżeli umowa zawarta jest na czas nieokreślony, warunki jej rozwiązania.

Wszystkie pozostałe wymogi informacyjne należy jednak przekazać w odpowiedni sposób (np. w dokumencie pdf przekazywanym bezpośrednio po faktycznym zamówieniu zakupu).

Ponadto w przypadku umów internetowych przedsiębiorca jest zobowiązany, zanim konsument złoży zamówienie i zgodzi się zapłacić, wyraźnie i w pełni poinformować go bezpośrednio przed złożeniem zamówienia o następujących kwestiach:

1. głównych cechach produktu,
2. całkowitej cenie,
3. czasie trwania umowy lub, jeżeli umowa zawarta jest na czas nieokreślony, warunkach jej rozwiązania:
4. w przypadku gdy umowa przewiduje, że konsument jest związany minimalnym czasem trwania, o długości takiego okresu.

Przedsiębiorca jest zobowiązany zapewnić, aby konsument w momencie składania zamówienia drogą internetową wyraźnie potwierdził, że zamówienie jest jednoznaczne z obowiązkiem zapłaty. Jeżeli złożenie zamówienia pociąga za sobą aktywację przycisku lub podobnej funkcji, należy oznaczyć taki przycisk lub

taką funkcję w czytelny sposób wyłącznie przy użyciu zwrotu „zapłać teraz”, „kup teraz”, „potwierdź zakup”, „zamów z obowiązkiem zapłaty” lub innego podobnego jednoznacznego sformułowania wskazującego, że złożenie zamówienia pociąga za sobą obowiązek zapłaty na rzecz przedsiębiorcy.

Art. 7(4) w sprawie uproszczonych wymogów informacyjnych stosują spośród państw członkowskich UE jedynie Irlandia, Litwa, Holandia, Portugalia, Słowenia, Słowacja i Hiszpania. W Belgii zachowano taką możliwość, ale do tej pory nie była ona wykorzystywana ¹⁸ (patrz ZAŁĄCZNIK 1). W Polsce, jeżeli właściwości techniczne użytego środka porozumiewania się na odległość ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony - sposobu i przesłanek jej wypowiedzenia. Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe informacje w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość, w sposób czytelny i wyrażonych prostym językiem.

W jaki sposób należy podać informacje, które muszą być udzielone konsumentowi przed zawarciem umowy i w umowie?

Tekst zawierający wymagane informacje powinien być zawsze łatwy do odczytania i zrozumienia przez

¹⁸http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm

przeciętnego konsumenta. Informacje należy podać w jasny, czytelny i zrozumiały sposób.

Co to oznacza w praktyce?

To, czy informacje przekazano w poprawny sposób, należy zawsze ocenić w każdej sytuacji z osobna. Poniżej przedstawiono jednak kilka praktycznych wskazówek pozwalających zwiększyć szanse na zapewnienie zgodności z powyższym wymogiem:

- należy stosować łatwą do odczytania i wystarczających rozmiarów czcionkę (np. rozmiar czcionki porównywalny do czcionki Times New Roman rozmiaru 12);

- litery powinny być wyraźnie widoczne na kolorze tła (np. czarne na białym tle, a nie jasno żółte na białym tle);
- należy zapewnić wystarczającą przestrzeń pomiędzy zdaniami i paragrafami;
- tekst należy sporządzić w jasnym języku.

Proste rozwiązanie

W razie wątpliwości co do jasności informacji, należy zapytać osobę z otoczenia (rodziny, przyjaciół, współpracowników itp.), by uzyskać ich uczciwą opinię na temat tego, czy ich zdaniem podana informacja jest jasna, czytelna i zrozumiała.

Niedozwolone	Dozwolone
„Okres gwarancji prawnej wynosi dwa lata”	„Nasz adres: Athens Road 21, 1000 Limassol, Cypr”
„W razie sporu zastosowanie ma francuskie prawo”	„Masz 14 (czternaście) dnia od zawarcia umowy na swobodny zwrot zakupionego produktu”
youmayaddressthecomplainttocomplaints@mail.es	„Każdy zakupiony u nas produkt podlega dwuletniej ustawowej gwarancji, w trakcie której przysługuje Państwu szereg środków prawnych, na wypadek gdyby produkt okazał się niezgodny z umową”
本書分兩大部份，第一部份詳述作者於一九三八年考取政府獎學金入讀香港大學，並因此在中國內地先後為英國海軍情報局及中國國民黨軍隊工作。戰後憑勝利獎學金	

W jakim języku należy przedstawić informacje udzielane przed zawarciem umowy i w umowie?

Każde państwo członkowskie może wybrać język, w jakim informacje takie należy przekazać konsumentom. Jak wskazano w Załączniku 1 ponad połowa wszystkich państw członkowskich skorzystała z tego wyboru (Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Francja, Włochy, Litwa, Malta, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowenia, Hiszpania).

W większości przypadków jest to oficjalny język danego państwa członkowskiego. W Polsce zgodnie z art. 546¹ kodeksu cywilnego w umowie sprzedaży obowiązujący jest język polski.

To bardzo ważne. W rzeczywistości, jeżeli informacje są przekazywane w innym języku niż jest to wymagane, przyjmuje się, że nie przekazano ich wcale. Informację, jaki język wybrało każde z państw członkowskich, przedstawiono w Załączniku 1.

Czy w przypadku umów negocjowanych poza lokalem przedsiębiorstwa, wystarczy wszystkie informacje przekazać konsumentowi ustnie?

W przypadku umów negocjowanych poza lokalem przedsiębiorstwa, nie wystarczy ustnie przekazać konsumentowi wymaganych informacji. Informacje te należy przekazać na papierze.

Jeżeli konsument wyraził na to zgodę, informacje można także przekazać na innym trwałym nośniku. Ze względów bezpieczeństwa należy zawsze zachować pisemny dowód, że konsument zgodził się na przekazanie informacji na innym trwałym nośniku niż papier. Innymi trwałymi nośnikami są na przykład wiadomość przesyłana pocztą elektroniczną, nośnik USB lub zdjęcie, tj. nośniki, których treść nie może zostać jednostronnie zmieniona przez przedsiębiorcę i które konsument może przechowywać. Ważne jest, by przekazać takie informacje na trwałym nośniku, aby konsument mógł uzyskać do nich dostęp w przyszłości.



Nieprzekazanie informacji w sposób wymagany prawem będzie miało taki sam skutek, jakby informacji takich nie przekazano wcale¹⁹.

Czy informacje udzielane przed zawarciem umowy oraz w umowie należy przekazywać w różny sposób w zależności od tego, do jakich konsumentów są adresowane?

Prawo UE wymaga zachowania należytej staranności zawodowej oraz szczególnej troski przy prezentacji

¹⁹ Patrz: rozdział zatytułowany „Jakie są konsekwencje niespełnienia wymagań dotyczących udzielenia informacji przed zawarciem umowy”

produktów i usług grupom konsumentów, które może charakteryzować szczególna wrażliwość ze względu na ich wiek lub niepełnosprawność.

W przypadku kierowania informacji konkretnie do wrażliwych grup konsumentów należy zawsze dostosować metody komunikacji do ich konkretnych potrzeb. Na przykład rozmiar czcionki informacji przekazywanych konsumentom musi być dostosowany do potrzeb osób starszych. Informacje muszą być jasne, zrozumiałe i dostępne.

Także w przypadku konsumentów z zaburzeniami wzroku informacje należy przekazać przy użyciu odpowiednich mediów i symboli.

Niestosowanie odpowiedniego poziomu należytej staranności zawodowej w kontaktach z tego typu szczególnymi konsumentami może zostać potraktowane jako nieuczciwa praktyka handlowa.²⁰

Sprzedaż transgraniczna - co się dzieje, gdy towary i usługi oferowane są konsumentom spoza kraju przedsiębiorcy?

Specjalne traktowanie sprzedaży kierowanej do konsumentów zagranicznych

Zgodnie z prawem UE²¹, w przypadku kierowania działalności gospodarczej do konsumentów w krajach UE innych niż własny kraj przedsiębiorcy do umowy z zagranicznym konsumentem zazwyczaj zastosowanie ma prawo kraju konsumenta. Jeżeli obydwie strony wybiorą inne prawo, wybór taki nie może pozbawiać zagranicznego konsumenta ochrony wynikającej z przepisów obowiązujących w kraju jego zamieszkania.

W związku z powyższym, jeżeli na przykład strona internetowa przedsiębiorcy skierowana jest do konsumentów w państwie członkowskim, które wprowadziło wymogi językowe poprzez skorzystanie z opcji przewidzianej w art. 6(7) Dyrektywy o prawach konsumentów, warunki umowy należy przekazać konsumentowi w języku wymaganym przez dane państwo członkowskie (patrz Załącznik I). Ogólnie rzecz ujmując, reklamy i oferty towarów lub usług w innym państwie członkowskim muszą być zgodne ze standardami ochrony prawa konsumentckiego kraju, do którego są kierowane.

Kiedy jednoznacznie przyjmuje się, że przedsiębiorca kieruje swoją działalność gospodarczą do konsumentów w innym kraju?

Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej określił wiele przykładowych kryteriów ustalania, czy działalność marketingowa jest „ukierunkowana” na konkretne państwo członkowskie. Kryteria takie obejmują na przykład stosowanie języków lub walut innych niż te ogólnie stosowane w państwie członkowskim siedziby przedsiębiorcy, podawanie numerów telefonów z oznaczeniem międzynarodowym, zastosowanie nazwy domeny najwyższego poziomu innej niż ta stosowana w państwie członkowskim, w którym przedsiębiorcę utworzono²².

Kiedy jednak przedsiębiorca nie kieruje swojej działalności do innych krajów UE, a konsument z innego państwa członkowskiego skontaktuje się z nim z własnej inicjatywy, wtedy zastosowanie ma prawo krajowe.

²⁰ Więcej informacji na temat nieuczciwych praktyk handlowych i nieuczciwych postanowień umownych przedstawiono w Module 4.

²¹A konkretnie tak zwane I Rozporządzenie rzymskie 593/2008.

²² Więcej informacji przedstawiono w połączonych sprawach C 585/08 i C 144/09 Peter Pammer i Hotel Alpenhof GesmbH

Co to oznacza w praktyce?

Jakie prawo ma zastosowanie do umów transgranicznych?

Na pierwszy rzut oka przestrzeganie prawa kraju różnych konsumentów w różnych krajach może się wydawać małemu przedsiębiorcy trudnym zadaniem. Może to zniechęcać przedsiębiorców do oferowania swoich towarów lub usług poza granicami kraju. Jednak w praktyce:

1. Przepisy UE zawierają, jak opisujemy w modułach ConsumerLaw Ready, wiele zharmonizowanych przepisów o ochronie konsumentów. Zasady te mają zastosowanie w całej Unii Europejskiej.
2. Nawet w przypadku pewnych różnic pomiędzy państwami członkowskimi, nie oznacza to, że wolno zawierać umowy z konsumentami według własnego systemu prawnego. Jak wyjaśniono powyżej, istnieje możliwość uzgodnienia z konsumentem stosowania innego prawa, w którym to przypadku należy przestrzegać jedynie obowiązkowego prawa konsumenckiego państwa zamieszkania konsumenta.
3. W praktyce obowiązkowe przepisy konsumenckie innego państwa członkowskiego mają jedynie zastosowanie, jeżeli przewidziane w nich zasady gwarantują większy stopień ochrony niż system prawny przedsiębiorcy lub prawo uzgodnione przez przedsiębiorcę z konsumentem. Sytuacja taka może mieć miejsce na przykład, gdy okres gwarancji prawnej wynikający z prawa konsumenta jest dłuższy niż ten wynikający z prawa przedsiębiorcy.

4. Moduły szkoleniowe ConsumerLaw Ready prezentują dodatkowe wymagania, jakie mogą mieć zastosowanie do innego państwa członkowskiego, do którego przedsiębiorstwa planuje skierować swoją działalność gospodarczą.
5. Kwestia obowiązującego prawa będzie często istotna jedynie w razie braku porozumienia z konsumentem. Wiele nieporozumień można rozstrzygnąć polubownie lub poprzez zastosowanie wewnętrznych procedur reklamacyjnych.

W niniejszym module podkreśliliśmy kilka punktów, w których państwa członkowskie przyjęły zasady różniące się od tych określonych w Dyrektywie o prawach konsumentów dotyczących informacji udzielanych przed zawarciem umowy. Informacje takie przedstawiono w załączniku oraz na stronie internetowej Komisji Europejskiej²³. Aby sprawdzić, które z krajów UE przetransponowały Dyrektywę o prawach konsumentów, można także skorzystać z nowo otwartej przez Komisję Europejską [Bazy danych na temat prawa konsumenckiego](#)²⁴.

Któremu sądowi podlegają spory dotyczące umowy transgranicznej?

W przypadku kierowania działalności do konsumentów w innych krajach UE oraz wystąpienia sporu z jednym z konsumentów z innego kraju UE należy pamiętać, że sądem właściwym dla takiego sporu zgodnie z unijnym prawem będzie zawsze sąd w kraju zamieszkania konsumenta. Nie można ścigać konsumenta przed sądem innego kraju, a umieszczenie tego typu możliwości w warunkach przedsiębiorcy może grozić

²³ Zawiadomienia państw członkowskich:
http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm;

Podsumowanie: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/overview_regulatory_choices.pdf

²⁴ Patrz <https://e-justice.europa.eu/home.do>

poważną grzywną. Z kolei konsument ma możliwość dochodzenia swoich praw także w kraju ojczystym przedsiębiorcy. W odniesieniu do spraw transgranicznych, aby ułatwić rozstrzyganie sporów, UE stworzyła platformę internetowego rozstrzygania sporów umożliwiającą kontakty pomiędzy systemami alternatywnego rozstrzygania sporów w różnych państwach członkowskich²⁵.

Przykład: Francuski przedsiębiorca z siedzibą w Lille, który sprzedaje swoje produkty konsumentom belgijskim, nie może wprowadzić w swoich warunkach postanowienia, że w razie sporu jedynym właściwym sądem do rozstrzygania sporów będzie sąd w Lille.

Jakie są konsekwencje niespełnienia wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy?

Możliwe są różne konsekwencje niespełnienia wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy.

Po pierwsze przedsiębiorca ryzykuje, że rozczaruje swoich konsumentów i zaszkodzi swojej reputacji.

Po drugie, samo prawo przewiduje szereg istotnych natychmiastowych konsekwencji za nieprzestrzeganie pewnych wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy. Na przykład, jeżeli przedsiębiorca nie poinformuje konsumentów o przysługującym im 14 dniowym okresie odstąpienia, prawo to automatycznie podlega przedłużeniu do jednego roku kalendarzowego.

W końcu przedsiębiorca ryzykuje zapłatą przewidzianej prawem krajowym grzywny za naruszenie Dyrektywy o prawach konsumentów.

Konsumentowi przysługują także różne umowne i poza umowne środki prawne. Na przykład konsument może zażądać rozwiązania umowy i/lub odszkodowania za szkody poniesione w wyniku brakujących informacji.

Warto zapoznać się ze środkami prawnymi stosowanymi przez krajowe sądy, w szczególności w przypadku prowadzenia działalności poza swoim własnym krajem. W Polsce na straży przestrzegania prawa konsumenckiego stoi między innymi Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który stosuje środki prawne przewidziane w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

²⁵Patrz: Moduł 5 podręcznika

ZRZECZENIE SIĘ ODPOWIEDZIALNOŚCI:

Niniejszy dokument został sporządzony dla Komisji Europejskiej, przy czym odzwierciedla on poglądy wyłącznie jego autorów, a Komisja i autorzy nie ponoszą odpowiedzialności za jakiekolwiek wykorzystanie zawartych w nim informacji.

Niniejszy dokument nie ma mocy prawnej i nie stanowi formalnej interpretacji prawa unijnego lub krajowego. Nie może być także traktowany jako kompleksowa lub kompletna porada prawna. Celem dokumentu nie jest zastąpienie profesjonalnej porady prawnej w konkretnej sprawie. Czytelnicy powinni pamiętać, że na szczeblu UE i poszczególnych krajów negocjowane są aktualnie propozycje legislacyjne i każdą z wersji papierowych modułu należy sprawdzić pod kątem ewentualnych zmian na stronie internetowej www.consumerlawready.eu.

Załączniki

Załącznik 1 - Zastosowanie opcji prawnych przewidzianych w Dyrektywie o prawach konsumentów przez państwa członkowskie

Mimo że omawiana dyrektywa jest w pełni zharmonizowana, istnieje wiele opcji prawnych dostępnych państwom członkowskim w związku z jej wdrożeniem zgodnie z zasadami pomocniczości i z dopuszczeniem pewnej elastyczności. Opcje prawne przewidują niżej wymienione artykuły Dyrektywy o prawach konsumentów:

- Artykuł 3(4) - niestosowanie postanowień do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, jeżeli zapłata należna ze strony konsumenta nie przekracza 50 euro;
- Artykuł 6(7) - nałożenie wymogów językowych odnośnie do informacji umownych w przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa;
- Artykuł 6(8) - nałożenie dodatkowych wymogów informacyjnych zgodnie z postanowieniami Dyrektywy 2006/123/WE i Dyrektywy 2000/31/WE odnośnie do umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa;
- Artykuł 7(4) - niestosowanie uproszczonej procedury informacyjnej do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa w celu naprawy lub serwisu;
- Artykuł 8(6) - wprowadzenie konkretnych wymogów formalnych w odniesieniu do umów zawieranych telefonicznie oraz
- Artykuł 9(3) - utrzymanie - w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa - istniejących przepisów krajowych zabraniających przedsiębiorcy przyjmowania płatności od konsumentów w wyznaczonym okresie po zawarciu umowy.

Poniższe tabele prezentują opcje prawne przyjęte przez państwa członkowskie (źródło: Badanie zastosowania Dyrektywy o prawach konsumentów - 2011/83/UE - Raport końcowy http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44637)

Kraj	Artykuł 3 (4)	Artykuł 6 (7)	Artykuł 6(8)	Artykuł 7(4)	Artykuł 8(6)	Artykuł 9 (3)
Austria (AT)	Tak, limit 50 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak; tylko w odniesieniu do umów na usługi	Nie zastosowano
Belgia (BE)	Tak, 50 euro, ale wyłącznie w odniesieniu do umów w celach humanitarnych	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Możliwość zachowana, ale jeszcze nie zastosowana ²⁵	Możliwość zachowana, ale jeszcze nie zastosowana ²⁵	Tak, 7 dni, ale nie w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa na pokazach, targach i wystawach
Bułgaria (BG)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Chorwacja (HR)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Cypr (CY)	Tak, limit 20 euro	Tak	Tak	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Czechy (CZ)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Dania (DK)	Tak, limit 350 DKK (46 euro)	Tak, duński, jeżeli marketing ma miejsce w języku duńskim	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Estonia (EE)	Tak, limit 20 euro	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak, artykuł ma zastosowanie wyłącznie gdy przedsiębiorca dzwoni do konsumenta	Nie zastosowano
Finlandia (FI)	Tak ²⁶	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Francja (FR)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak, artykuł ma zastosowanie wyłącznie gdy sprzedawca	Tak - 7 dni

²⁵ Nieoficjalne tłumaczenie zwraca uwagę, że Belgia skorzystała z tej opcji, ale to Król ma możliwość wprowadzić mniej rygorystyczne ustalenia dotyczące przekazywania informacji. Podobnie w przypadku art. 8, Król ma możliwość wyznaczenia sektorów, do których wymóg będzie miał zastosowanie. Nie ma pewności, czy zastosowano.

Kraj	Artykuł 3 (4)	Artykuł 6 (7)	Artykuł 6(8)	Artykuł 7(4)	Artykuł 8(6)	Artykuł 9 (3)
					dzwoni do konsumenta ²⁷	
Niemcy (DE)	Tak, limit 40 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano, ale dla pewnych sektorów istniały wcześniejsze wymogi prawne tego rodzaju	Nie zastosowano
Grecja (EL)	Tak, limit 30 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano ²⁸	Nie zastosowano	Tak	Tak - w okresie odstąpienia
Węgry (HU)	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak ²⁹	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Irlandia (IE)	Tak, limit 50 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Włochy (IT)	Tak, limit 50 euro	Tak, na życzenie konsumenta	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie. Brak weksla własnego z terminem krótszym niż 15 dni po dostawie towarów
Łotwa (LV)	Tak, limit 35 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Litwa (LT)	Tak, mniej niż 100 LTL (ok. 29 euro)	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak	Nie zastosowano
Luksemburg (LU)	Tak, limit 50 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Malta (MT)	Tak. Limit 30 euro	Tak, albo wymagany jest oficjalny język	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Tak, wyłącznie możliwość przyjęcia kaucji 14 dni po zawarciu

27 ust. 5, art. L221-16 francuskiego kodeksu konsumenckiego przewiduje, że zawarcie umowy poprzez nieznaną numer telefonu (zablokowany numer) jest niezgodne z prawem. - Artykuł L221-17.

28 Grecja przetransponowała tekst art. 6(8) Dyrektywy (prawie słowo w słowo) w formie art. 3(7) swojej ustawy 2251/1994 (z późn. zm.), ale nie wprowadziła żadnych konkretnych dodatkowych wymogów informacyjnych. Wywiady potwierdziły, że nie podjęto w tym obszarze faktycznych działań.

29 Określono dodatkowe wymagania dotyczące przekazywania informacji na temat gwarancji i zapewnień, prawa do uzgodnienia i informacji na temat korespondencji elektronicznej. Oficjalne tłumaczenie dostępne jest na stronie: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/hu_reg_choices_art_29_en_version.pdf

Kraj	Artykuł 3 (4)	Artykuł 6 (7)	Artykuł 6(8)	Artykuł 7(4)	Artykuł 8(6)	Artykuł 9 (3)
						umowy
Holandia (NL)	Tak, limit 50 euro	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Tak (ograniczone zastosowanie)	Nie zastosowano
Polska (PL)	Tak, limit 50 PLN (ok. 12 euro)	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak, artykuł ma zastosowanie wyłącznie gdy przedsiębiorca dzwoni do konsumenta	Nie zastosowano
Portugalia (PT)	Tak, ale wyłącznie w odniesieniu do subskrypcji periodyków z limitem 40 euro	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak, artykuł ma zastosowanie wyłącznie gdy przedsiębiorca dzwoni do konsumenta	Nie zastosowano
Rumunia (RO)	Tak, limit 50 euro	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Słowacja (SK)	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Tak	Tak - do końca okresu odstąpienia
Słowenia (SI)	Tak, limit 20 euro	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak	Nie zastosowano
Hiszpania (ES)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak, artykuł ma zastosowanie wyłącznie gdy przedsiębiorca dzwoni do konsumenta	Nie zastosowano

Szwecja (SE)	Tak, limit 43 euro ³⁰	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Zjednoczone Królestwo (UK)	Częściowe zwolnienie: poza lokalem < 50 euro zwolnione z pewnych informacji oraz prawo do odstąpienia	Nie zastosowano	Tak, częściowo - dla dostawców energii i agentów nieruchomości	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano

30 Kwota wynosi 400 SEK.









Consumer Law Training for European SMEs

consumerlawready.eu

