



Модуль 1

ВИМОГИ ДО ПЕРЕДДОГОВІРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Зміст

Вступ	6
Чи можу я виключити або обмежити застосування законодавства про захист прав споживачів?	8
Чи кожен, хто купує у мене, є споживачем?	8
Що відбувається у випадку операцій з подвійною метою?	9
Що таке споживчий договір?	9
Що таке вимоги до переддоговірної інформації?	10
Чи звільняються якісь споживчі договори від вимог щодо надання переддоговірної інформації, встановлених Директивою 2011/83/ЄС про права споживачів?	11
Які вимоги до переддоговірної інформації застосовуються до споживчих договорів, укладених у моєму магазині ("договір на місці")?	12
Додаткові вимоги до переддоговірної інформації для договорів, укладених у приміщенні, згідно з національним законодавством.	14
Які вимоги до інформації застосовуються до споживчих договорів, укладених на відстані або поза межами вашого бізнесу?	14
Як ви маєте подавати переддоговірну та договірну інформацію?	18
Що це означає на практиці?	18
Якою мовою має бути представлена ця переддоговірна та договірна інформація?	19
У випадку договорів, укладених за межами офісних приміщень, чи достатньо того, що я усно повідомлю споживачеві всю цю інформацію?	19
Чи потрібно подавати цю переддоговірну та договірну інформацію по-різному, залежно від того, хто є моїми цільовими споживачами?	20
Що відбувається з транскордонними продажами?	20

Особливий режим продажу, який ви спрямовуєте споживачам, що проживають в інших державах-членах ЄС	20
За яких умов можна вважати, що ви орієнтуєтеся на споживачів в інших країнах-членах ЄС?	20
Що це означає для вас на практиці?	21
Який суд є компетентним у разі виникнення спору за таким транскордонним договором?	21
Які наслідки, якщо я не надам вимоги щодо переддоговірної інформації?	22
Додаток 1 - Застосування варіантів регулювання КПІ державами-членами	35

"Переконавшись, що всі трейдери виконують свій обов'язок чітко та всебічно інформувати своїх споживачів до того, як вони зроблять покупку, можна забезпечити більш справедливі умови гри на ринку"

Трейдер

"Якщо трейдери інформують мене чітко та вичерпно, це підвищує мою довіру як до них, так і до ринку"

Споживач

"Чітка та вичерпна інформація перед покупкою допомагає мені приймати обґрунтовані рішення щодо того, чи дійсно мені потрібні певні товари"

Вступ

Шановний підприємець,

Цей посібник є частиною проекту "Готові до споживчого права", адресованого мікро-, малим та середнім підприємствам, які взаємодіють зі споживачами.

Проект "Готовність до захисту прав споживачів" є загальноєвропейським проектом, яким керує EUROCHAMBRES (Асоціація європейських торгово-промислових палат) у консорціумі з BEUC (Європейська організація споживачів) та SMEunited (Асоціація ремісників та малих і середніх підприємств у Європі). Проект фінансується Європейським Союзом за підтримки Європейської Комісії.

Мета проекту - допомогти вам у дотриманні вимог законодавства ЄС про захист прав споживачів.

Законодавство ЄС про захист прав споживачів складається з різних законодавчих актів, прийнятих Європейським Союзом за останні 25 років і перенесених кожною країною-членом ЄС у своє національне законодавство. У 2017 році Європейська Комісія завершила оцінку, щоб перевірити, чи відповідають ці правила своєму призначенню.¹ Основний висновок полягає в тому, що існуючі правила повинні краще застосовуватися органами влади та бути більш відомими для бізнесу та споживачів. Проект "Готовність до захисту прав споживачів" має на меті підвищити рівень знань торговців, зокрема МСП, щодо прав споживачів та їхніх відповідних юридичних обов'язків.

Посібник складається з п'яти модулів. Кожен з них присвячений одній конкретній темі споживчого права ЄС:

- Модуль 1 присвячений правилам щодо вимог до переддоговірної інформації
- Модуль 2 представляє правила щодо права споживача на відмову від дистанційних договорів та договорів, укладених поза приміщенням
- Модуль 3 зосереджений на засобах правового захисту, які трейдери повинні надавати, коли не відповідає умовам контракту

¹ Ви можете знайти більше інформації про оцінку, її результати та подальші дії на веб-сайті Європейської Комісії: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

- Модуль 4 присвячений недобросовісній комерційній практиці та несправедливим умовам контрактів
- Модуль 5 знайомить з альтернативним вирішенням спорів та платформою онлайн-вирішення спорів (ОВС) - офіційним веб-сайтом Європейської Комісії, який допомагає споживачам і торговцям вирішувати їхні спори в позасудовому порядку.

Цей посібник - лише один із навчальних матеріалів, створених у рамках проекту "Готовність до захисту прав споживачів". Веб-сайт consumerlawready.eu містить інші навчальні інструменти, такі як відео, вікторини та "електронний тест", за допомогою якого ви можете отримати сертифікат. Ви також можете поспілкуватися з експертами та іншими МСП на форумі.

Модуль 1 Посібника має на меті ознайомити вас із переддоговірною інформацією, яку ви, як торговець, повинні розкрити перед укладенням договору зі споживачем. У ньому описано, яку інформацію, як і коли ви маєте надавати, а також надано поради, які допоможуть вам легше дотримуватися законодавства.

У Модулі 1 представлені вимоги до переддоговірної інформації, викладені в Директиві 2011/83/ЄС про права споживачів (Директива про права споживачів - CRD), яка була транспонована в національне законодавство держав-членів ЄС. Для отримання більш детальної інформації про положення Директиви про права споживачів, будь ласка, зверніться [до Керівництва Європейської Комісії](#)², яке доступне всіма офіційними мовами ЄС.

Директива про права споживачів була змінена [Директивою \(ЄС\) 2019/2161](#) від 27 листопада 2019 року про покращення правозастосування та модернізацію правил ЄС щодо захисту прав споживачів ("Директива про модернізацію"). Держави-члени ЄС перенесли ці зміни у свою національну правову систему та застосовують нові правила з 28 травня 2022 року. Зміни, що стосуються переддоговірної інформації, включені до цього модуля. Крім того, [Директива \(ЄС\) 2019/770](#) про деякі аспекти, що стосуються договорів про постачання цифрового контенту та цифрових послуг (Директива про цифровий контент) запровадила правову гарантію для цифрового контенту та цифрових послуг³. Отже, тепер торговці повинні інформувати своїх

² Див. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021XC1229%2804%29&gid=1640961745514>

³ Див. модуль 3 - Права та гарантії споживачів

споживачів про юридичну гарантію на цифровий контент або цифрову послугу перед укладенням договору. Ці зміни також будуть доведені до вашого відома в цьому модулі.

Модуль також знайомить зі змінами, внесеними [Директивою \(ЄС\) 2024/825](#) від 28 лютого 2024 року щодо розширення прав і можливостей споживачів для зеленого переходу шляхом кращого захисту від недобросовісної практики та кращого інформування ("Директива ECGT"). Щоб передбачити законодавчі зміни, цей модуль вже охоплює основні поправки до КПД, які можуть мати вплив на вас. Ці нові зміни представлені в цьому модулі в окремих блоках з назвою "Нові правила з вересня 2026 року".

Окрім цих горизонтальних вимог, можуть застосовуватися інші, переважно галузеві, інформаційні вимоги - незалежно або в поєднанні з інформаційними вимогами КПД - залежно від типу договору (наприклад, споживчий кредит, туристична путівка тощо). Ці інші вимоги виходять за рамки цього Посібника, але ми рекомендуємо вам ознайомитися з ними з урахуванням специфіки вашої сфери бізнесу. Адже у випадку конфлікту між галузевими правилами та загальними правилами, слід застосовувати галузеві правила. [База даних споживчого права](#)⁴ та [бізнес-портал "Твоя Європа"](#)⁵ можуть допомогти вам зібрати відповідну інформацію, або ж ви можете звернутися до місцевої бізнес-організації.

Сподіваємося, що інформація, надана в Посібнику, буде для вас корисною.

⁴ [Дивіться https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database](https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database)

⁵ Дивіться <http://europa.eu/youreurope/business/>

Що таке законодавство ЄС про захист прав споживачів?

Законодавство ЄС про захист прав споживачів складається з різних наборів правил.

Вони стосуються чесності комерційної практики, справедливості умов договорів, вимог до переддоговірної інформації, права споживача на розірвання договору та інших правил захисту прав споживачів, специфічних для окремих видів споживчих договорів (наприклад, договорів, укладених поза межами офісу, договорів, укладених на відстані, наприклад, в Інтернеті) та/або галузевих (наприклад, договорів споживчого кредитування, комплексних туристичних договорів, договорів таймшера, правил належної гарантії тощо).

Якщо норма галузевого законодавства ЄС суперечить нормі Директиви про права споживачів (CRD), норма галузевого законодавства має переважну силу і застосовується до цього конкретного сектору.

Дотримання всіх законів про захист прав споживачів може здатися складним завданням. Тепер, коли ви тримаєте в руках цей Посібник, у вас є все необхідне для кращого дотримання законодавства! Залежно від сфери вашої діяльності,

переконайтеся, що ви також ознайомилися з іншими відповідними загальними та/або галузевими інформаційними вимогами. 

Як зазначалося вище, [база даних споживчого права](#)⁶ та [бізнес-портал "Твоя Європа"](#)⁷ також можуть допомогти вам знайти відповідну інформацію, а також ваша місцева бізнес-організація.

Чи можу я виключити або обмежити застосування законодавства про захист прав споживачів?

Якщо ви продаєте товари або послуги споживачеві, ні ви, ні будь-хто інший не можете виключити або обмежити застосування законодавства про захист прав споживачів.

Наприклад, незаконно прописувати в договорі умови, які свідчать про ваш намір виключити або обмежити застосування законодавства про захист прав споживачів, як-от "До цього договору не застосовуються правила про споживчий договір, а застосовуються правила загального договірного права". Така заява не тільки не матиме юридичних наслідків і не буде обов'язковою для споживача, але й за певних обставин може бути несправедливою умовою договору.⁸

⁶ Див. базу даних "Споживче право" https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database

⁷ Дивіться <http://europa.eu/youreurope/business/>

⁸ Див. модуль 4 про недобросовісну комерційну практику та несправедливі умови контрактів

Чи кожен, хто купує у мене, є споживачем?

Вимоги законодавства ЄС про захист прав споживачів застосовуються до вас щоразу, коли ви пропонуєте свою продукцію (товари, послуги, цифровий контент) "споживачеві" в будь-якій країні ЄС. Тому визначення поняття "споживач" є важливим.

Споживач - це будь-яка фізична особа, яка купує у вас продукт, який вона не буде використовувати для професійних, а лише для особистих цілей.

Приклад: Споживачем може бути фізична особа, яка купує принтер у звичайному магазині для особистих потреб або купує книгу у торговця в Інтернеті.



Споживачем може бути лише фізична особа. Юридичні особи, тобто компанії або асоціації, не можуть вважатися споживачами. Однак у деяких державах-членах такі суб'єкти користуються аналогічним рівнем захисту, оскільки деякі

правила захисту споживачів були розширені, щоб забезпечити захист також підприємствам або певним об'єднанням. Держави-члени не можуть запроваджувати інше правове визначення поняття "споживач", яке повністю гармонізоване на європейському рівні. 🇪🇺

Коли хтось купує продукцію для професійних цілей, наприклад, щоб перепродати її далі в ланцюжку поставок, споживче законодавство в принципі не застосовується.

Приклад: особа, яка купує тарілки та столові прибори для ресторану, яким вона керує, не є споживачем; отже, споживче законодавство не застосовується, за винятком положень Загальної директиви про безпеку продукції 2001/95/ЄС. Так само, якщо ваша компанія надає послуги з миття вікон іншій компанії, споживче законодавство не застосовуватиметься. Однак у таких випадках застосовуються інші набори правил ЄС та/або національних правил. 🇪🇺

У деяких країнах використання ПДВ-номера є хорошим показником того, чи діє покупець як споживач, чи ні.

Що відбувається у випадку транзакцій з подвійною метою?

Ви можете запитати: що відбувається, коли хтось купує продукт як для особистого, так і для професійного використання?

Приклад 1: юрист купує комп'ютер, який буде використовувати для написання електронних листів своїй сім'ї, а також для підготовки резюме для своїх клієнтів.



Приклад 2: людина відремонтувала дах, живе в одній частині будинку зі своєю сім'єю, а іншу частину використовує як магазин для продажу одягу.



Чи застосовується законодавство про захист прав споживачів у таких ситуаціях, коли договір купівлі-продажу чи надання послуг має як особистий, так і професійний вимір?

Це називається "договором подвійного призначення": товар або послуга має подвійну мету. У таких випадках, щоб визначити, чи застосовується законодавство про захист прав споживачів,

потрібно перевірити переважну мету цього договору. Іншими словами, завдання полягає в тому, щоб перевірити, чи буде юрист використовувати свій комп'ютер більше для написання особистих електронних листів або для підготовки документів для своїх клієнтів. Аналогічно, питання полягає в тому, чи є згаданий будинок більше місцем для продажу одягу або сімейним будинком.

Приклад: якщо комп'ютер використовується 20% часу для написання електронних листів клієнтам і 80% часу для написання особистих електронних листів, договір буде захищений законодавством про захист прав споживачів.

Що таке споживчий договір?

Споживчий договір - це будь-який договір, який торговець укладає зі споживачем, незалежно від того, через який канал (наприклад, через Інтернет, телефоном або в магазині), і незалежно від того, чи є його предметом постачання товарів, послуг та/або цифрового контенту.

Наприклад, договір, укладений онлайн зі споживачем на продаж книги.

КПД розрізняє "очні договори" (наприклад, споживчі договори, укладені в магазині), "дистанційні договори" (наприклад, споживчі договори, укладені в Інтернеті або по телефону) та "позаочні договори"

(наприклад, споживчі договори, укладені вдома у споживача).

На відміну від **"договорів на місці"**, **"дистанційні договори"** - це **договори**, які не передбачають одночасної фізичної присутності продавця та споживача в момент укладення контракту. Типовими прикладами договорів, укладених на відстані, є договори, укладені поштою, через Інтернет або по телефону. До дистанційних договорів також відносяться ситуації, коли споживач відвідує приміщення підприємства лише для того, щоб отримати інформацію про товари чи послуги, але згодом веде переговори та укладає договір на відстані. І навпаки, договір, ініційований за допомогою засобів дистанційного зв'язку (наприклад, електронного листа або телефонного дзвінка для призначення зустрічі або бронювання), але укладений у приміщенні торговця, не слід вважати дистанційним договором.



"Договори по-за приміщенням" - це **договори**, укладені за одночасної фізичної присутності продавця та споживача, але в місці, яке не є бізнес-приміщенням продавця. Господарські приміщення включають приміщення в будь-якій формі (наприклад, магазини, кіоски тощо), які слугують постійним або звичайним місцем здійснення підприємницької діяльності для торговця. До комерційних приміщень також відносяться приміщення, які підприємець використовує на сезонній основі (наприклад, магазин морозива на пляжі влітку). Як правило, договори, укладені поза межами торговельного приміщення, укладаються вдома у споживача, на його робочому місці або під час екскурсії, організованої торговельним підприємством.



У той час як для договорів, укладених на місці, держави-члени можуть додавати вимоги до переддоговірної інформації до тих, що викладені в CRD⁹, то для

⁹ Див. додаток 1

дистанційних договорів та договорів, укладених поза приміщенням, вимоги до переддоговірної інформації викладені в цій Директиві, і держави-члени не можуть додавати інші вимоги. Таким чином, якщо ви бажаєте запропонувати свої товари або послуги споживачам у різних країнах ЄС, ви можете зробити це зі свого веб-сайту, просто переконавшись, що ви правильно переклали всіма відповідними мовами абсолютно однакову, вичерпну переддоговірну інформацію. З травня 2022 року споживачі також користуються своїми правами, коли вони не платять за цифрову послугу/контент грошима, але надають персональні дані (за винятком випадків, коли ці дані є суворо необхідними для надання цифрового контенту, наприклад, адреса електронної пошти, на яку має бути надісланий цифровий контент).

Що таке вимоги до переддоговірної інформації?

Вимоги до переддоговірної інформації - це інформація, яку законодавець визначив як важливу для забезпечення поінформованого вибору споживача перед укладенням договору. У ЗКЗПП міститься загальний перелік інформації, яку торговець повинен розкрити споживачеві до того, як споживач укладе договір у приміщенні, поза приміщенням або на відстані.

Зверніть увагу, що також на етапах, що передують переддоговірним, наприклад, під час реклами, торговці в ЄС повинні діяти відповідно до професійної обачності та розкривати всі елементи, необхідні пересічним споживачам для прийняття поінформованих рішень щодо укладення угоди. Невиконання цього обов'язку може бути прирівняне до дії або бездіяльності, що вводить в оману.¹⁰

Чи звільняються якісь споживчі договори від вимог щодо надання переддоговірної інформації, викладених у Директиві 2011/83/ЄС про права споживачів?

Так, вимоги до переддоговірної інформації, викладені в Директиві про права споживачів, не застосовуються до наступних договорів:

- a) контракти на соціальні послуги, такі як соціальний догляд;
- b) договори про надання медичних послуг;
- c) договори на проведення азартних ігор, у тому числі в рамках лотерей, ігор казино та букмекерських угод;
- d) договори про надання фінансових послуг, наприклад, різні договори споживчого кредитування;

¹⁰ Див. модуль 4 про недобросовісну комерційну практику та несправедливі умови контрактів.

- е) договори про створення, придбання або передачу нерухомого майна або прав на нерухоме майно;
- ф) контракти на будівництво нових будівель, суттєве переобладнання існуючих будівель, а також на оренду приміщень для житлових цілей;
- г) договори на пакетні подорожі¹¹ ;
- h) контракти на таймшер, довгострокові продукти для відпочинку, контракти на перепродаж та обмін;
- і) договори, які, відповідно до національного законодавства держав-членів, укладаються державним службовцем, який за законом зобов'язаний бути незалежним та неупередженим і який повинен забезпечити шляхом надання вичерпної правової інформації, щоб споживач укладав договір лише на основі ретельного юридичного аналізу та зі знанням його правового обсягу;
- і) договори на постачання продуктів харчування, напоїв або інших товарів, призначених для поточного споживання в домогосподарстві, які фізично поставляються торговцем на часті та регулярні обходи до будинку, місця проживання або роботи споживача;
- к) договори про надання послуг пасажирського транспорту, за винятком статей 8(2) про формальні вимоги до онлайн-продажів, 19 про плату за використання платіжних засобів та 22 КПД про додаткові платежі (заборона несподіваних платежів)¹² ;
- l) договори, укладені за допомогою автоматичних торгових автоматів або автоматизованих торгових приміщень;
- m) договори, укладені з операторами телекомунікацій через таксофони загального користування для їх використання або укладені для використання одного встановленого споживачем з'єднання телефоном, Інтернетом або факсом;
- п) З травня 2022 року договори на будь-які товари, що продаються шляхом примусового виконання або іншим чином на підставі закону.

Однак для багатьох з цих договорів все ще існують обов'язки щодо надання переддоговірної інформації відповідно до інших актів законодавства ЄС або національного законодавства. Це стосується, наприклад, договорів,

¹¹ За винятком статті 6(7), статті 8(2) і (6), а також статей 19, 21 і 22 КПІ, які також застосовуються до договорів про надання туристичних послуг.

¹² З травня 2022 року стаття 21 (базовий телефонний тариф на післяпродажне обслуговування) КПД також застосовуватиметься до транспортних договорів.

пов'язаних з кредитними угодами для споживачів.¹³

Крім того, відповідно до положень Директиви про права споживачів, деякі держави-члени ЄС також ухвалили національні правила, які звільняють торговців від вимог щодо надання переддоговірної інформації для "договорів низької вартості": це стосується Австрії, Бельгії, Кіпру, Данії, Естонії, Фінляндії, Німеччини, Греції, Ірландії, Італії, Латвії, Литви, Люксембургу, Мальти, Нідерландів, Польщі, Португалії, Румунії, Словенії, Швеції та Сполученого Королівства. Будь ласка, перегляньте ДОДАТОК 1, щоб дізнатися більше про ці особливості. 

Які вимоги до переддоговірної інформації застосовуються до споживчих договорів, укладених у моєму магазині ("договір на місці")?

Відповідно до Директиви про права споживачів, на сьогоднішній день в ЄС існує 8 ключових інформаційних пунктів, які ви повинні чітко представити споживачам до того, як вони укладуть з вами договір купівлі-продажу або надання послуг у вашому магазині, якщо ця інформація не є очевидною з контексту, в якому ви ведете свою діяльність. Ось ці пункти:

1. **Основні характеристики** товарів або послуг, які ви пропонуєте: всі деталі, що

представляють основні особливості продукту, який продається. Наприклад, розмір і подібні якості (наприклад, 64 КБ пам'яті флешки), а також матеріал/композиція (наприклад, шкіряна куртка) товару.

Важливо, щоб носій, який використовується для надання цієї інформації, був легко читабельним і зрозумілим для пересічного споживача; таким носієм може бути, наприклад, аркуш паперу.

2. **Ваша ідентифікаційна** інформація, наприклад, ваше торгове найменування, географічна адреса, де ви зареєстровані, та номер телефону вашої компанії.

Адреса магазину чи ресторану (географічна адреса) є очевидним прикладом інформації, що впливає з контексту, у випадку договорів, укладених у приміщенні.

3. **Загальна ціна** товарів або послуг, які ви пропонуєте. Це означає, що ціна повинна бути повністю повною, тобто включати всі відповідні податки, додаткові витрати на фрахт, доставку та поштові збори (якщо такі є). Якщо ціна не може бути розрахована заздалегідь, ви повинні повідомити споживача про те, як

¹³ Вимоги до переддоговірної інформації викладені в Директиві про споживче кредитування (2008/48/ЄС).

вона буде розрахована, або, якщо ці витрати не можуть бути обґрунтовано розраховані заздалегідь, про те, що такі додаткові витрати можуть підлягати сплаті.

Приклад: коли загальна ціна залежить від фактичного споживання, потрібно вказувати ціну за кілограм/літр, наприклад.

4. Усі домовленості, якщо такі є, щодо **оплати, доставки, виконання**, часу, до якого ви зобов'язуєтесь доставити товар або надати послугу, а також вашу **політику розгляду скарг**.

Приклад: повідомте споживача, що товар доставляється певним перевізником і що доставка буде здійснена протягом 15 робочих днів. Також проінформуйте його про те, що йому потрібно зробити, якщо він захоче поскаржитися, і як подати свою скаргу.

5. Існування **юридичної гарантії** відповідності товарів, наявність та умови післяпродажного обслуговування та комерційних гарантій. Відповідно до законодавства ЄС, слід розрізняти юридичну (або встановлену законом) гарантію та комерційну гарантію. Юридична гарантія є

обов'язковою за законом, тобто Директивою 1999/44/ЄС про продаж споживчих товарів, імплементованою в національне законодавство країн-членів ЄС. В ЄС юридична гарантія на споживчі товари триває щонайменше два роки і передбачає безкоштовне усунення будь-яких недоліків товару, які вже існували на момент його доставки. Комерційна гарантія доповнює юридичну гарантію і надається добровільно продавцем або виробником.

Приклад: комерційна гарантія, яка пропонує засоби захисту щодо функціонування праски протягом 5 років, а не лише протягом 2 років, як це передбачено юридичною гарантією, і покриває не лише дефекти, що існували на момент поставки. Торговець зобов'язаний зробити видимими існування та умови юридичної гарантії.

Якщо ви пропонуєте післяпродажне обслуговування, ви повинні проінформувати споживача про його існування та способи його отримання¹⁴. У цьому контексті, будь ласка, пам'ятайте, що згідно з Директивою про права споживачів, витрати на послуги колл-центру ніколи не можуть бути вищими, ніж витрати на місцевий телефонний дзвінок, якщо дзвінок

¹⁴ Див. модуль 3 про споживчі продажі, який описує засоби захисту, які торговець повинен надати у випадку дефектного товару.

пов'язаний з питанням щодо існуючого контракту.

З 2022 року нова Директива про цифровий контент запроваджує правові гарантії для цифрового контенту та цифрових послуг (див. Модуль 3 - Права та гарантії споживачів).

Отже, торговці повинні інформувати своїх споживачів про правові гарантії відповідності цифрового контенту або цифрової послуги до укладення договору.

Нові правила з вересня 2026 року

Гармонізоване повідомлення та гармонізована етикетка:

Директива (ЄС) 2024/825 щодо розширення прав і можливостей споживачів для зеленого переходу ("Директива ECGT") запровадить нові вимоги до переддоговірної інформації для трейдерів, зокрема, щодо юридичної гарантії відповідності та комерційної гарантії виробника щодо довговічності.¹⁵

Конкретно, на переддоговірній стадії, як для дистанційних, так і для виїзних та внутрішньوماгазинних договорів, ви

повинні будете надати споживачам інформацію:

- нагадування про існування правової гарантії відповідності та її основні елементи за допомогою гармонізованого повідомлення та,

- де це можливо, наявність комерційної гарантії виробника щодо довговічності за допомогою стандартного маркування (див. спеціальну вставку нижче).

Гармонізоване повідомлення буде обов'язковим для магазинів, що продають споживчі товари, щоб нагадати споживачам про існування та основні елементи юридичної гарантії, включаючи її мінімальну тривалість у два роки, як це передбачено Директивою (ЄС) 2019/771 (див. модуль 3), а також загальне посилання на можливість того, що тривалість юридичної гарантії відповідності може бути довшою відповідно до національного законодавства держав-членів.

Гармонізоване маркування буде добровільним маркуванням, яке буде розміщене на видному місці на товарі (наприклад, на упаковці товару) або поруч з товаром (наприклад, на полицях або поруч із зображенням товару, виставленого на продаж, у разі продажу через Інтернет), щоб дозволити споживачам легко

¹⁵ Згідно з новим пунктом (14а) статті 2 КПД, "комерційна гарантія довговічності" означає комерційну гарантію довговічності виробника, зазначену в статті 17 Директиви (ЄС) 2019/771, відповідно до якої виробник несе пряму відповідальність перед споживачем протягом

усього періоду дії комерційної гарантії довговічності за ремонт або заміну товару відповідно до статті 14 Директиви (ЄС) 2019/771, якщо товар не зберігає свою довговічність.

ідентифікувати, який саме товар користується комерційною гарантією довговічності, запропонованою виробником без додаткових витрат, яка поширюється на весь товар і має термін дії понад два роки. Крім того, гармонізована етикетка також міститиме нагадування про існування юридичної гарантії відповідності (два роки).

І гармонізована етикетка, і гармонізоване повідомлення наразі розробляються Європейською Комісією і мають бути готові до вересня 2025 року, а розміщені до вересня 2026 року.

Однією з їхніх головних цілей також є допомогти споживачам не заплутатися в різних типах гарантій (юридичні та комерційні гарантії виробників на довговічність).

Відповідними новими положеннями Директиви ECGT є нові **статті 5(1)(e) та (ea), стаття 6(1)(l) та 6(1)(la), а також 22a Директиви про права споживачів**

6. Строк дії договору.
Якщо ваш договір передбачає, що споживач повинен бути пов'язаний мінімальним строком, ви повинні заздалегідь повідомити споживача про тривалість такого строку.

Приклад: вам потрібно проінформувати споживачів про мінімальну кількість місяців, протягом яких вони повинні бути членами вашого спортклубу, щоб мати

змогу скористатися запропонованою ціною на річні абонементи.

Або

Необхідно уточнити, чи має договір передплати визначену тривалість, чи ні, і чи продовжується він автоматично, чи ні. Наприклад, якщо ви вимагаєте від споживача попереднього повідомлення про розірвання договору за 15 днів, його потрібно поінформувати про цей термін до укладення договору.

7. **Функціональність цифрового контенту**, включаючи застосовні заходи технічного захисту, якщо такі є. Це означає, що вам потрібно пояснити споживачеві, як працює цифровий контент на практиці. Зокрема, це стосується наявності або відсутності будь-яких технічних обмежень.

Приклад: вкажіть, чи може певне програмне забезпечення для ПК, яке ви продаєте у вашому магазині, використовуватися офлайн та/або онлайн; вкажіть, чи обмежується використання програмного забезпечення лише однією країною.

8. **Сумісність цифрового контенту з апаратним та програмним забезпеченням.**

Приклад: повідомте споживача, що цифровий контент, який ви пропонуєте,

можна використовувати лише для операційної системи Macintosh на комп'ютерах Apple.

3 травня 2022 року та набуттям чинності

Директива про модернізацію, якщо ви продаєте товари з цифровими елементами, цифровий контент або послуги, тепер ви повинні інформувати споживача про їхню функціональність, сумісність та взаємодію з апаратним та програмним забезпеченням.

Зауважте, що, оскільки більшість таких угод мають внутрішній характер, Директива про права споживачів дозволяє всім державам-членам ЄС вводити в національне законодавство додаткові вимоги щодо укладення договорів на додаток до наведеного вище переліку. Отже, якщо ви бажаєте відкрити магазин в іншій державі-члені ЄС, вам слід ознайомитися з можливими додатковими вимогами до інформації, які можуть там застосовуватися.

У той час як деякі елементи пояснюються нижче, у ДОДАТКУ 1 ви знайдете огляд регуляторних рішень, прийнятих кожною державою-членом ЄС¹⁶

Додаткові вимоги до переддоговірної інформації для договорів, укладених у

приміщенні, згідно з національним законодавством. 

Зверніть увагу, що деякі держави-члени додали додаткові пункти до наведеного вище переліку¹⁷. Крім того, деякі держави-члени звільнили щоденні транзакції від обов'язку надавати вищезазначений перелік інформації¹⁸.

[примітка для провідних тренерів (не перекладається перекладачами), яка буде додана національними експертами.

- Додайте наступне речення, якщо це стосується вашої країни-члена: це, однак, не стосується [ДОДАЙТЕ тут країну-члена

- Додайте можливу додаткову переддоговірну інформацію для "локальних" договорів, прийнятих/підтримуваних вашою державою-членом відповідно до статті 5(4) КПД та/або,

- Зазначте, якщо це застосовується у вашій державі-члені, виняток для "повсякденних" транзакцій відповідно до ст. 5(3) КПД - див. інструкцію до КПД)

¹⁶ Крім того, ви також можете звернутися до фактичних повідомлень, поданих державами-членами про використання регуляторного вибору відповідно до статті 29 Директиви 2011/83/ЄС про права споживачів. Див. <https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer->

[contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en)

¹⁷ Відповідно до статті 5(4) КПД.

¹⁸ Відповідно до статті 5(3) КПД.

Які вимоги до інформації застосовуються до споживчих договорів, укладених на відстані або поза межами вашого офісу?

Директива про права споживачів **повністю гармонізувала** перелік переддоговірної інформації, яку ви повинні надавати своїм споживачам, якщо ви працюєте на відстані (наприклад, онлайн або по телефону) та/або якщо ви укладаєте договори "поза приміщенням", наприклад, на порозі споживача. Це означає, що для цих комерційних каналів держави-члени більше не можуть додавати переддоговірні вимоги до переліку, викладеного в Директиві.

Цей перелік включає всі інформаційні пункти, які вам потрібно надати, якщо ви працюєте через магазини, а **також** ще кілька пунктів. Багато з них застосовуються лише тоді, коли і де це можливо, залежно від характеру транзакції, про яку йдеться, і того факту, що для (більшості) дистанційних та позамагазинних договорів споживачі користуються в ЄС правом на розірвання договору протягом 14 днів¹⁹. Ось перелік **додаткових пунктів, на додаток до вимог, перелічених вище для договорів, укладених у приміщенні²⁰**:

1. Окрім розкриття інформації про вашу особу та географічне місцезнаходження, якщо ви працюєте на відстані або за

межами офісних приміщень, ви повинні обов'язково вказати номер телефону та адресу електронної пошти, щоб ваш споживач міг швидко та ефективно зв'язатися з вами. Якщо ви дієте від імені іншого торговця, ви також повинні вказати його географічну адресу та ідентифікаційні дані.

2. Якщо вона відрізняється від місця заснування, ви також повинні вказати адресу, в тому числі адресу торговця, від імені якого ви дієте, на яку споживач може надсилати будь-які скарги.
3. Якщо вона відрізняється від вартості місцевого телефонного дзвінка ("базового тарифу"), ви також повинні повідомити споживача про вартість використання засобів дистанційного зв'язку для укладення договору. Після укладення договору пам'ятайте, що згідно з Директивою про права споживачів, вартість послуг гарячої лінії, яка відповідає на запитання споживачів щодо їхніх договорів, не може перевищувати базового тарифу.
4. Якщо ви дотримуетесь кодексу поведінки, ви також повинні повідомити споживача про його існування та про те, як можна отримати його копію.

¹⁹ Див. модуль 2 про право споживача на відмову від дистанційних договорів та договорів, укладених поза приміщенням.

²⁰ Для перевірки провідними тренерами.

Приклад: повідомте, що ви є частиною Кодексу ICC з практики реклами та маркетингових комунікацій, і додайте посилання на нього.

5. Якщо ваш договір вимагає від споживача сплати або надання застави чи іншої фінансової гарантії, ви повинні заздалегідь повідомити споживача про її умови та способи.

Приклад: вам потрібно заздалегідь повідомити клієнтам, чи потрібно вносити передоплату за готель, який вони забронювали у вас онлайн, і за яких умов вони можуть отримати її назад.

6. Якщо це можливо, ви також повинні інформувати споживачів про можливість використання механізмів позасудового розгляду скарг та відшкодування збитків для вирішення будь-якого спору, який може виникнути у споживача з вами. Це можна зробити, наприклад, завдяки Платформі онлайн-вирішення спорів (ОВС), яка є інструментом, що допомагає споживачам подати свою скаргу до конкретного органу альтернативного вирішення спорів (АРС).²¹

7. Нарешті, якщо право на відмову від договору не поширюється на конкретний вид договору, про який йде мова²², ви повинні повідомити клієнта про цей факт та/або про обставини, за яких він втрачає право на відмову від договору. Якщо, навпаки, договір передбачає право на відмову від договору, ви повинні проінформувати клієнта про це:

- а) умови, строки та порядок реалізації цього права відповідно до типової форми, встановленої законом²³;
- б) про те, що йому/їй доведеться нести витрати на повернення товару в разі відмови від нього, а також, якщо товар за своїм характером не може бути повернутий поштою, витрати на повернення товару.

Приклад: якщо споживач придбав у вас холодильник або пральну машину (товари, які зазвичай доставляються за принципом "від дверей до дверей", а не здаються для відправлення у поштове відділення), ви повинні вказати споживачеві одного перевізника (наприклад, того, який призначений для доставки товару) та одну ціну за повернення товару, або принаймні обґрунтовану оцінку максимальної вартості,

²¹ Для більш детальної інформації див. Модуль 5.

²² У статті 16 Директиви про права споживачів перераховані типи договорів, для яких не існує права на відмову від договору. Будь ласка, дивіться Модуль 2 про право на відмову від договору та [Посібник DG](#)

[JUST щодо Директиви про права споживачів](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm) (http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm) для отримання більш детальної інформації.

²³ Для більш детальної інформації див. Модуль 2.

можливо, на основі вартості доставки²⁴ ; та

- с) той факт, що якщо споживач скористається правом на відмову від договору після того, як протягом періоду відмови від договору він чітко попросить розпочати надання послуг, він зобов'язаний сплатити вам пропорційну вартість послуг, які ви надали до цього часу.

Приклад: якщо споживач укладає з вами договір про надання послуг мобільного зв'язку, ви повинні повідомити його/її, що якщо він/вона прямо вимагає негайного початку надання послуг, але потім вирішує, наприклад, через 10 днів після підписання договору, відмовитися від нього, він/вона повинен/на сплатити вам третину щомісячної абонентської плати плюс вартість будь-яких додаткових послуг, отриманих до цього часу.

3 травня 2022 року та набуттям чинності Директиви про модернізацію деякі держави-члени ЄС, можливо, здійснили регуляторний вибір щодо збільшення тривалості періоду дії права на відмову від договору з 14 до 30 днів для двох

типів договорів, укладених поза приміщенням:

- Непрохані візити торговця додому до споживача.
- Екскурсії, організовані торговцем з метою просування або продажу товарів потенційним споживачам.

Ця опція має на меті забезпечити додатковий захист споживачів щодо цих специфічних методів та/або каналів продажу.

Як торговець, ви зобов'язані інформувати споживачів перед укладенням договору про тривалість періоду виведення коштів. Тому, якщо вас цікавлять такі види продажів, не забудьте перевірити, чи прийняла держава-член (держави-члени), в якій ви працюєте, такий регуляторний вибір, щоб правильно інформувати своїх споживачів про тривалість періоду виведення коштів.

Нові правила з вересня 2026 року

Директива ECGT щодо переддоговірної інформації для дистанційних договорів про постачання зобов'яже трейдерів надавати інформацію про постачання, включаючи екологічно чисті варіанти постачання, якщо такі є (нова стаття 6(1)(g) CRD).

Важливо, що в деяких випадках інформаційний збір був спрощений.

²⁴ [Посібник DG JUST щодо Директиви про права споживачів](#), глава 6.2.

Дистанційне спілкування іноді передбачає лише обмежений простір або час для відображення інформації. У таких випадках ви повинні надати найважливішу інформацію до укладення договору, тобто до того, як він буде укладений:

1. твою особистість.
2. основні характеристики продукту, який ви пропонуєте
3. його загальну вартість
4. інформацію про те, як скористатися правом на відкликання
5. строк дії договору або, якщо він є безстроковим, умови його розірвання.

Однак, вся інша інформація повинна бути надана у відповідний спосіб (наприклад, у вигляді PDF-документа, що додається до фактичного замовлення на закупівлю).

Крім того, у випадку онлайн-контракту, торговець зобов'язаний до того, як споживач розмістить замовлення та прийме оплату, на видному місці, безпосередньо перед тим, як споживач розмістить своє замовлення, повністю поінформувати споживача про наступні питання:

1. які основні характеристики продукту;
2. це і є його повна ціна;
3. який термін дії договору або, якщо договір є безстроковим, які умови його розірвання;
4. якщо договір передбачає, що споживач має бути пов'язаним протягом

мінімального періоду часу, яка тривалість такого періоду.

Торговець повинен забезпечити, щоб споживач, розміщуючи своє замовлення в Інтернеті, чітко усвідомлював, що замовлення передбачає зобов'язання сплатити. Якщо розміщення замовлення передбачає активацію кнопки або подібної функції, кнопка або подібна функція повинна бути позначена легко читабельним способом лише словами "оплатити зараз", "купити зараз", "підтвердити покупку", "замовлення із зобов'язанням оплатити" або відповідним однозначним формулюванням, яке вказує на те, що розміщення замовлення тягне за собою зобов'язання заплатити торговцю.

Нові правила з вересня 2026 року

Директива ECGT вимагатиме, щоб для договорів, укладених за допомогою електронних засобів, зокрема, за наявності обмеженого простору для відображення інформації, якщо існує гарантія виробника щодо комерційної стійкості, і ви знаєте про її існування та умови, ви, як торговець, повинні проінформувати споживача чітко і наочно, а також безпосередньо перед тим, як споживач розмістить замовлення. Інформація про гарантію комерційної стійкості виробника повинна міститися на гармонізованому маркуванні - (Нова стаття 8(2) КПД).

Спеціальні правила для договорів поза приміщенням:

Зверніть увагу, що для договорів, укладених поза приміщенням, ви повинні надати споживачам копію підписаного договору. Ви повинні надати переддоговірну інформацію та копію договору на папері або, за згодою споживача, на іншому довготривалому носії.

Існують також деякі спрощення щодо певного типу **договорів, укладених поза приміщенням**, де:

- споживач прямо звертається з проханням про ремонт або технічне обслуговування та,
- торговець і споживач негайно виконують свої договірні зобов'язання (як правило, це ремонт та оплата) та,
- сума платежу не перевищує 200 євро.

У таких випадках ви повинні повідомити про це на папері або, за згодою споживача, на іншому довготривалому носії:

- вашу особу, адресу (місцезнаходження), номер телефону та електронну пошту;
- ціну або спосіб, у який вона буде розрахована, разом з оцінкою загальної ціни. Якщо споживач згоден, вам не потрібен папір або інший довговічний носій для такої інформації;
- основна характеристика послуги, незалежно від того, чи існує право на відмову від неї, чи ні.

Зверніть увагу, що наступні держави-члени не застосовують ці спрощення щодо негайного виконання договорів на послуги з ремонту та технічного обслуговування поза приміщенням: Ірландія, Литва, Нідерланди, Португалія, Словенія, Словаччина та Іспанія.

3 травня 2022 року і набуттям чинності Директиви про модернізацію слід пам'ятати, що до неї були додані особливі правила.

а) Існують конкретні вимоги до переддоговірної інформації для договорів, укладених на онлайн-маркетах

Перш ніж споживач буде зобов'язаний укласти дистанційний договір, постачальник інтернет-торгівлі тепер повинен надати споживачеві наступну інформацію в чіткій, доречній та зрозумілій формі:

- (1) загальна інформація в певному розділі онлайн-інтерфейсу, який безпосередньо і легко доступний зі сторінки, де представлені пропозиції:
 - о про основні параметри, що визначають ранжування пропозицій, представлених споживачеві в результаті пошукового запиту та,
 - о відносна важливість цих параметрів порівняно з іншими параметрами.

(2) чи є третя особа, яка пропонує товари, послуги або цифровий контент, торговцем чи ні, на підставі заяви цієї третьої особи провайдеру онлайн-маркетплейсу.

(3) якщо третя сторона не є торговцем, що права споживачів ЄС не застосовуються до договору.

(4) де це можливо, як розподіляються зобов'язання, пов'язані з договором, між третьою стороною, що пропонує товари, послуги або цифровий контент, і провайдером онлайн-маркетплейсу.

b) До дистанційних договорів та договорів, укладених поза приміщенням, застосовуються додаткові вимоги щодо надання переддоговірної інформації:

- Будь ласка, пам'ятайте, що ви зобов'язані повідомити споживачам свій номер телефону та адресу електронної пошти. Тепер ви можете надавати інші онлайн-засоби письмової комунікації, які дозволяють зберігати зміст і дату/час листування з вами. Крім того, ви також можете використовувати інші канали комунікації для зв'язку зі своїми клієнтами, такі як чати тощо.

- У відповідних випадках, як торговець, ви повинні інформувати споживачів про персоналізацію цін на основі автоматизованого прийняття рішень. На практиці це означає, що, де це доречно, ви повинні заздалегідь інформувати своїх споживачів про те, що ціна, яку ви їм запропонували, була встановлена автоматизованою системою прийняття рішень, яка збирає дані про споживачів²⁵.

Нові правила з вересня 2026 року

Директива (ЄС) 2024/825 щодо розширення прав і можливостей споживачів для зеленого переходу ("Директива ECGT") запроваджує нові вимоги до трейдерів щодо надання переддоговірної інформації. Наведені нижче вимоги дійсні як для магазинів, так і для дистанційних контрактів.

- Щоб дозволити споживачам приймати більш поінформовані рішення та стимулювати попит на більш стійкі товари, Директива ECGT зобов'яже споживачів надавати чітку та зрозумілу інформацію про довговічність та ремонтпридатність товарів ще на стадії укладання договору. Для товарів, що містять цифрові елементи або контент, а також для цифрових послуг, споживачі повинні будуть бути поінформовані про

²⁵ Це зобов'язання щодо надання інформації не суперечить Регламенту (ЄС) 2016/679 "GDPR", який передбачає, зокрема, право

особи не бути об'єктом автоматизованого прийняття індивідуальних рішень, у тому числі профайлінгу.

наявність оновлень програмного забезпечення до укладення договору.

- З метою заохочення до придбання товарів тривалого користування, ДКЗТ запровадить новий обов'язок інформувати споживачів перед укладенням договору про ступінь ремонтпридатності²⁶ товару, що надається виробником товару та встановлюється на рівні ЄС. За відсутності такої оцінки, торговці повинні будуть перед укладенням договору отримати від виробника іншу відповідну інформацію про ремонт, таку як наявність, орієнтовна вартість ремонту, процедура замовлення запасних частин тощо.

Відповідними статтями є нова стаття 5(1)(i) і (j) та нова стаття 6(1)(u) і (v).

- Трейдери також повинні будуть надавати споживачам інформацію на переддоговірному етапі:

- нагадування про існування правової гарантії відповідності та її основні елементи за допомогою гармонізованого повідомлення та,
- де це можливо, наявність комерційної гарантії виробника щодо довговічності за допомогою стандартного

маркування (див. спеціальну вставку вище).

- Для товарів з цифровими елементами, цифрових послуг або для цифрового контенту, якщо виробник або постачальник надає вам інформацію, ви повинні будете інформувати споживачів на переддоговірній стадії про мінімальний період, протягом якого він буде надавати оновлення програмного забезпечення (нова стаття 5(1)(ed) та стаття 6(1)(lc)).

Як ви повинні представляти переддоговірну та договірну інформацію?

Текст, що містить необхідну інформацію, завжди має бути легким для читання та розуміння пересічним споживачем. Інформація, що надається, повинна бути чіткою, розбірливою та зрозумілою.

Що це означає на практиці?

Оцінка того, чи була інформація надана належним чином, завжди повинна проводитися в кожному конкретному випадку окремо. Ось кілька практичних порад, які допоможуть підвищити ваші шанси на дотримання вимог:

- використовуйте шрифт, який легко підготувати і який має достатньо великий

²⁶ Згідно з новим пунктом (14d) статті 2 КПД, запровадженим Директивою ECGT, "показник ремонтпридатності" означає показник,

що виражає здатність товару до ремонту на основі гармонізованих вимог, встановлених на рівні Союзу.

розмір (наприклад, розмір шрифту можна порівняти з 12 шрифтом Times New Roman)

- переконайтеся, що літери чітко відображаються на кольорі фону (наприклад, чорні на білому; наприклад, не яскраво-жовті на білому)
- залишайте достатній пробіл між реченнями та абзацами
- написати проект зрозумілою мовою.

Просте рішення

Якщо у вас є сумніви щодо ясності вашої інформації, попросіть когось із близьких вам людей (родину, друзів, колег тощо) висловити свою чесну думку про те, чи вважають вони її чіткою, розбірливою і зрозумілою.

Не дозволено	Дозволено
"У вас є два роки гарантійного терміну" ²⁷	"Наша адреса: Афінська дорога 21, 1000 Лімасол, Кіпр"
"У разі виникнення спорів застосовуватиметься французьке законодавство" ²⁸	"Ви маєте 14 (чотирнадцять) днів з дати отримання товару, щоб скористатися своїм правом на відмову"
<u>youmayaddresssthecomplainttocomplaints@mail.es</u>	"На будь-який товар, який ви купуєте у нас, ви маєте дворічну гарантію, протягом якої ви можете скористатися низкою засобів захисту, якщо виявиться, що ваш товар не відповідає умовам контракту"
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	

²⁷ Слід уточнити, що мова йде про юридичну гарантію

²⁸ Сформульоване таким чином, це твердження не завжди є правильним, особливо у транскордонних продажах. В принципі, якщо ви орієнтуєтесь на споживачів в іншій країні-члені ЄС, ніж ваша,

застосовується право місця проживання споживача. Однак за договором сторони можуть обрати інше право. У цьому випадку такий вибір права не може позбавити вашого іноземного споживача захисту, що надається обов'язковими положеннями країни його/її проживання.

Якою мовою має бути представлена ця переддоговірна та договірна інформація?

Кожна країна-член ЄС може визначати мову, якою інформація має бути надана споживачеві. Як описано в Додатку 1, більше половини всіх держав-членів скористалися цим регуляторним вибором (Болгарія, Хорватія, Кіпр, Чеська Республіка, Данія, Естонія, Франція, Італія, Литва, Мальта, Польща, Португалія, Румунія, Словенія, Іспанія, Франція, Хорватія, Естонія) У більшості випадків це офіційна мова (мови) держави-члена. 🇵🇹

Це дуже важливо. Адже якщо ви надасте інформацію іншою мовою, ніж та, що вимагається, буде вважатися, що інформація не була надана взагалі. Для того, щоб перевірити, яку мову обрала кожна країна-член, будь ласка, подивіться на ДОДАТОК 1.

У випадку договорів, укладених за межами офісних приміщень, чи достатньо того, що я усно повідомлю споживачеві всю цю інформацію?

У випадку договорів, укладених поза межами офісних приміщень, надання інформації споживачеві в усній формі недостатньо. Інформація повинна бути надана на папері.

Інформація також може бути надана на іншому довготривалому носії, якщо споживач погодився на це. Щоб перестрахуватися, завжди зберігайте письмове підтвердження того, що споживач погодився на надання інформації на іншому носії, а не на аркуші паперу. До таких носіїв інформації відносяться, наприклад, електронний лист, флешка або фотографія, тобто носії, вміст яких не може бути змінений торговцем в односторонньому порядку і які споживач може зберігати. Важливо надавати цю інформацію на довготривалому носії, щоб споживач міг отримати доступ до неї в майбутньому.



Якщо ви не надасте інформацію у спосіб, передбачений законом, це матиме такі ж наслідки, як якщо б ви взагалі не надали інформацію .²⁹

²⁹ Див. розділ "Які наслідки, якщо я не надам вимоги щодо надання переддоговірної інформації".

Чи потрібно представляти цю переддоговірну та договірну інформацію по-різному, залежно від того, хто є моїми цільовими споживачами?

Законодавство ЄС вимагає від вас завжди діяти з професійною ретельністю та проявляти особливий ступінь обережності, якщо ви представляєте свої продукти та послуги групам споживачів, які можуть бути особливо вразливими через свій вік або інвалідність.

Якщо ви орієнтуєтесь на вразливі групи споживачів, ви завжди повинні адаптувати методи надання інформації до їхніх особливостей. Наприклад, розмір шрифту інформації, що надається споживачеві, повинен бути адаптований до потреб людей похилого віку. Інформація має бути дуже чіткою, зрозумілою та доступною.

Аналогічно, у випадку споживача з вадами зору, інформація повинна надаватися з використанням відповідних засобів та символів.

Невиявлення належного рівня професійної ретельності при роботі з такими особливими споживачами може бути прирівняне до недобросовісної комерційної практики³⁰

Що відбувається з транскордонними продажами ?

Особливий режим продажу, який ви спрямовуєте споживачам, що проживають в інших державах-членах ЄС

Відповідно до законодавства ЄС³¹, якщо ви спрямовуєте свою діяльність на споживачів у країнах ЄС, відмінних від вашої власної, до вашого договору з іноземним споживачем зазвичай застосовується право країни, в якій проживає споживач. Якщо ви обидва обрали інше право, цей вибір не може позбавити вашого іноземного споживача захисту, що надається обов'язковими положеннями країни його проживання.

Тому, якщо, наприклад, ваш веб-сайт орієнтований на споживачів у державі-члені, яка запровадила мовні вимоги, скориставшись регуляторною опцією, передбаченою статтею 6(7) Директиви про права споживачів, ви повинні надати споживачеві договірну інформацію мовою, яка вимагається в цій державі-члені (див. Додаток I). Загалом, щоразу, коли ви рекламуєте або пропонуєте свої товари чи послуги в інших державах-членах ЄС, ви повинні дотримуватися стандартів захисту прав споживачів у країнах, на які ви орієнтуєтесь.

³⁰ Детальніше див. Модуль 4 про недобросовісну комерційну практику та несправедливі умови контрактів.

³¹ Зокрема, так званий Регламент 593/2008 "Рим I".

За яких умов можна вважати, що ви орієнтуєтесь на споживачів в інших країнах-членах ЄС?

Суд Європейського Союзу встановив низку невичерпних критеріїв для визначення того, чи є ваша комерційна або професійна діяльність "спрямованою" на конкретну державу-члена ЄС. Такі критерії передбачають, наприклад, використання мов або валют, відмінних від тих, що зазвичай використовуються в державі-члені, де заснована ваша компанія, згадування телефонних номерів з міжнародним кодом, використання доменного імені верхнього рівня, відмінного від імені держави-члена, в якій заснована ваша компанія .³²

Якщо ви не спрямовуєте свою діяльність на інші країни ЄС, але споживач з іншої країни-члена ЄС звертається до вас за власною ініціативою, то застосовується ваше національне законодавство.

Що це означає для вас на практиці?

Яке право застосовуватиметься до ваших транскордонних контрактів?

На перший погляд може здатися, що малому підприємцю складно дотримуватися законодавства країни різних споживачів у різних країнах. Це може завадити деяким трейдерам пропонувати

свої товари чи послуги через кордон. Однак на практиці

1. Законодавство ЄС передбачає, як ми описували в модулі "Готовність до захисту прав споживачів", значну кількість гармонізованих положень щодо захисту прав споживачів. Ці правила застосовуються на всій території ЄС.
2. Навіть якщо в деяких питаннях між державами-членами ЄС залишаються відмінності, це не означає, що ви не можете укласти договори зі споживачами відповідно до власного законодавства: як пояснювалося вище, ви можете домовитися зі споживачем про застосування іншого законодавства, і в цьому випадку ви повинні лише дотримуватися обов'язкового законодавства про захист прав споживачів держави, в якій проживає споживач.
3. На практиці обов'язкове законодавство про захист прав споживачів іншої держави-члена ЄС матиме значення лише в тому випадку, якщо його норми є більш захисними, ніж норми вашої правової системи або закону, про який ви домовилися зі споживачем. Це може бути у випадку, коли, наприклад, гарантійний строк, передбачений

³² Для отримання додаткової інформації див. об'єднані справи C 585/08 та C 144/09 Peter Pammer та Hotel Alpenhof GesmbH Суд

законодавством споживача, довший, ніж у вашому законодавстві.

4. Також завдяки навчальним модулям Consumer Law Ready ви зможете заздалегідь дізнатися, які додаткові вимоги можуть застосовуватися в іншій державі-члені ЄС, до якої ви плануєте спрямувати свою бізнес-діяльність.
5. Питання застосовного права часто буде актуальним лише в разі виникнення розбіжностей зі споживачем. Багато непорозумінь можна вирішити мирним шляхом або за допомогою внутрішньої служби розгляду скарг.

У цьому модулі ми підкреслили кілька моментів, щодо яких держави-члени прийняли правила, які відрізняються від тих, що викладені в Директиві про права споживачів стосовно переддоговірної інформації. Ви можете знайти інформацію в додатку або на веб-сайті Європейської Комісії³³. Якщо ви хочете перевірити, як окремі країни ЄС імплементували Директиву про права споживачів, ви також можете скористатися новою [базою даних](#) Європейської Комісії [про споживче право](#).

34 

Який суд є компетентним у разі виникнення спору за таким транскордонним договором?

Якщо у своїх пропозиціях ви спрямовуєте свою діяльність на споживачів з інших країн ЄС і у вас виникла суперечка зі споживачем з іншої країни ЄС, пам'ятайте, що за законодавством ЄС компетентним судом для вирішення такої суперечки завжди буде суд країни, в якій проживає споживач. Ви не можете подати позов проти споживача до суду іншої країни, і якщо ви передбачите таку можливість у своїх умовах, ви ризикуєте бути оштрафованим на значну суму. Споживач, навпаки, має можливість подати на вас позов до суду своєї країни. Для транскордонних справ, щоб полегшити вирішення спорів, ЄС створив платформу УСО, яка дозволяє підтримувати зв'язок між системами ADR в різних державах-членах³⁵.

Приклад: якщо ви - французький торговець, який базується в Ліллі і продає свою продукцію бельгійським споживачам, ви не можете встановити у своїх умовах, що у разі виникнення спору єдиними компетентними судами для його вирішення є суди в Ліллі.

³³ Повідомлення держав-членів: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en;

³⁴ Див. базу даних "Законодавство про захист прав споживачів": https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database

³⁵ Див. модуль 5 цього посібника.

Які наслідки, якщо я не надам вимоги щодо переддоговірної інформації?

Якщо ви не надасте переддоговірну інформацію, це матиме різні наслідки.

Перш за все, ви ризикуєте розчарувати своїх споживачів і зашкодити своїй репутації.

По-друге, сам закон передбачає низку важливих негайних наслідків у разі недотримання певних вимог щодо надання інформації перед укладенням договору. Наприклад, якщо ви не поінформували споживачів про їхнє право на розірвання договору протягом 14 днів, це право автоматично продовжується на один календарний рік.

Нарешті, ви ризикуєте сплатити грошовий штраф згідно з національним законодавством за порушення Директиви про захист прав споживачів.

Існують також різні договірні та позадоговірні засоби правового захисту, які споживач має право вимагати. Наприклад, споживач може вимагати розірвання договору та/або відшкодування збитків, завданих йому внаслідок ненадання інформації.

Може бути корисно дізнатися, які засоби правового захисту застосовують національні суди, особливо якщо ви працюєте на ринках за межами своєї країни.

З 28 травня 2022 року запроваджено більш ефективні покарання за транскордонні порушення.

Оновлений CRD тепер краще озброює національні органи захисту прав споживачів для боротьби з порушеннями, що впливають на багатьох споживачів по всьому ЄС. Нові правила надають національним органам влади повноваження застосовувати ефективні, пропорційні та стримуючі санкції у скоординований спосіб під час спільної роботи щодо транскордонних порушень, які впливають на споживачів у кількох державах-членах ЄС.

У таких випадках національні органи влади матимуть право накладати штраф у розмірі до 4% від обороту торговця або до 2 млн євро, якщо інформація про оборот недоступна. Держави-члени можуть зберігати або запроваджувати вищі максимальні штрафи.

Зверніть також увагу, що з червня 2023 року споживачі можуть відстоювати права, визначені КПД, у колективних провадженнях відповідно до нових правил, встановлених Директивою (ЄС) 2020/1828 "Про представницькі дії для захисту колективних інтересів споживачів" ("RAD") та національними транспозиційними актами.

Додатки

Додаток 1 - Застосування варіантів регулювання КПІ державами-членами

Незважаючи на те, що Директива є Директивою про повну гармонізацію, державам-членам надається низка регуляторних можливостей для її імплементації, які відповідають принципам субсидіарності та допускають певну гнучкість. Наступні статті КПД пропонують регуляторний вибір:

- Стаття 3 (4) - не застосовувати положення до договорів, укладених поза приміщенням, якщо платіж, який має бути здійснений споживачем, не перевищує 50 євро;
- Стаття 6 (7) - встановити мовні вимоги щодо договірної інформації для дистанційних та позаофісних договорів;
- Стаття 6 (8) - встановити додаткові вимоги до інформації відповідно до Директиви 2006/123/ЄС та Директиви 2000/31/ЄС щодо дистанційних договорів та договорів, укладених поза приміщенням;
- Стаття 7 (4) - не застосовувати спрощений режим інформування до договорів на проведення ремонту або технічного обслуговування поза приміщенням;
- Стаття 8 (6) - запровадити конкретні формальні вимоги до договорів, укладених по телефону; та
- Стаття 9 (3) - зберігати, у випадку договорів поза приміщенням, чинне національне законодавство, що забороняє торговцю стягувати плату зі споживача протягом певного періоду після укладення договору.

У наступних таблицях наведено варіанти регулювання, прийняті державами-членами ЄС³⁶

3 травня 2022 року оновлена Директива про права споживачів запровадила наступні нові варіанти регулювання для держав-членів.

- Стаття 6(a) - Запровадити додаткові вимоги щодо надання інформації для постачальників послуг онлайн-маркетплейсів.
- Стаття 9(1a) - Збільшити тривалість періоду відкликання права на відкликання з 14 до 30 днів для виїзної торгівлі та комерційних екскурсій.
- Стаття 16(2) - Відступити від кількох винятків щодо права на відкликання в контексті продажу на порозі та комерційних екскурсій.

³⁶ Дослідження щодо застосування КПД - 2011/83/EU - Остаточний звіт, http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44637

- Стаття 16(3) - Передбачити, що у випадку договорів про надання послуг, які покладають на споживача обов'язок сплатити, коли споживач спеціально звернувся до продавця з проханням відвідати його з метою проведення ремонту, споживач втрачає право на відмову від договору після того, як послуга була повністю надана, за умови, що надання послуги було розпочато за попередньою прямою згодою споживача.

Для отримання додаткової інформації, будь ласка, перевірте вашу національну транспозицію [Директиви \(ЄС\) 2019/2161](#) від 27 листопада 2019 року щодо кращого застосування та модернізації правил захисту прав споживачів Союзу

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Австрія (AT)	Так, ліміт 50 EUR	Не використується	Не використується	Не використується	Так, тільки для договорів про надання послуг	Не використується

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Бельгія (BE)	Так, 50 євро, але тільки для контрактів з гуманітарною метою	Не використовується	Не використовується	Можливість збереження, але ще не використана ²⁵	Можливість збереження, але ще не використана ³⁷	Так, 7 днів, але не поширюється на договори поза приміщенням, укладені на виставках, ярмарках та виставках
Болгарія (BG)	Не використовується	Так.	Не використовується	Не використовується	Так.	Не використовується
Хорватія (людські ресурси)	Не використовується	Так.	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується
Кіпр (CY)	Так, ліміт 20 євро	Так.	Так.	Не використовується	Так.	Не використовується

³⁷ У неофіційному перекладі зазначається, що Бельгія скористалася цим варіантом, але саме король має можливість запровадити полегшений порядок надання інформації. Аналогічно, згідно зі Статтею 8, саме Король має можливість визначати сектори, до яких застосовуватиметься ця вимога. Невідомо, чи була вона використана.

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Чеська Республіка (CZ)	Не використовується	Так.	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується
Данія (DK)	Так, ліміт 350 ДАТСЬКА КРОНА (46 EUR)	Так, данська, якщо маркетинг здійснюється данською мовою.	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується
Естонія (EE)	Так, ліміт становить 20 євро	Так.	Не використовується	Не використовується	Так. Стаття застосовується лише тоді, коли професіонал телефонуватиме споживачеві	Не використовується
Фінляндія (FI)	Так. ³⁸	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується

³⁸ Згідно з консультацією, це 30 євро.

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Франція (FR)	Не використується	Так.	Не використується	Не використується	Так. Стаття застосовується лише тоді, коли споживачеві телефонувє фахівець з продажу ³⁹	Так -7 днів
Німеччина (DE)	Так, ліміт становить 40 євро	Не використується	Не використується	Не використується	Не використовується, але існувала попередня законодавча вимога про Цей вид для певних секторів	Не використується
Греція (EL)	Так, ліміт становить 30 євро	Не використується	Не використується ⁴⁰	Не використується	Так.	Так - протягом періоду виведення коштів

³⁹ Розділ 5 статті L221-16 Французького споживчого кодексу передбачає, що укладення договору через невідомий телефонний номер (заблокований номер) є незаконним - стаття L221-17.

⁴⁰ Греція перенесла текст статті 6(8) Директиви (майже дослівно) у форму статті 3(7) свого Закону 2251/1994 (зі змінами), але не запровадила жодних конкретних додаткових вимог до інформації. Інтерв'ю підтвердили, що жодних реальних дій у цій сфері не було зроблено.

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Угорщина (HU)	Не використовується	Не використовується	Так. ⁴¹	Не використовується	Не використовується	Не використовується
Ірландія (IE)	Так, ліміт становить 50 євро	Не використовується	Не використовується	Так.	Не використовується	Не використовується
Італія (IT)	Так, ліміт становить 50 євро	Так, як що споживач просить про це	Не використовується	Не використовується	Так.	Ні. Жодного векселя зі строком погашення менше 15 днів після доставка товарів
Латвія (LV)	Так, ліміт становить 35 євро	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується
Литва (LT)	Так, менше, ніж 100 LTL (приблизно. €29)	Так.	Не використовується	Так.	Так.	Не використовується
Люксембург (LU)	Так, ліміт становить 50 євро	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Так.	Не використовується

⁴¹ Він встановлює додаткові вимоги щодо надання інформації про гарантії та запевнення, право на примирення та інформацію про електронну кореспонденцію. Неофіційний переклад доступний за посиланням: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/hu_reg_choices_art_29_en_version.pdf

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Мальта (MT)	Так. Ліміт 30 €	Так, потрібна будь-яка з офіційних мов	Не використо вується	Не використ овується	Так.	Так, депозит можна тільки забрати 14 днів після укладенн я договору
В Нідерланд и (NL)	Так, ліміт становит ь 50 євро	Не використ овується	Не використо вується	Так.	Так (об межене застосува ння) Так. Стаття застосов ується тільки у випадку, коли продажі професіон ал дзвонить споживач еві	Не використ овується
Польща (PL)	Так, ліміт становит ь 50 злотих. [приблиз но. €12]	Так.	Не використо вується	Не використ овується	Так. Стаття застосов ується тільки під час дзвінка спеціаліс та з продажу	Не використ овується
Португа лія (PT)	Так, але тільки на передпла ту періодич них видань на суму до 40 євро	Так.	Не використо вується	Так.	Так. Стаття застосов ується тільки під час дзвінка спеціаліс та з продажу	Не використ овується
Румунія (RO)	Так, ліміт станови ть 10 євро	Так.	Не використ овується	Не використ овується	Так.	Не використ овується

Країна	Стаття 3 (4)	Стаття 6(7)	Стаття 6(8)	Стаття 7(4)	Стаття 8(6)	Стаття 9(3)
Словаччина (SK)	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Так.	Так.	Так - до тих пір, поки кінце́й періоду виведення коштів
Словенія (SI)	Так, ліміт становить 20 євро	Так.	Не використовується	Так.	Так.	Не використовується
Іспанія (ES)	Не використовується	Так.	Не використовується	Так.	Так. Стаття застосовується тільки у випадку, коли продажі професійні дзвінки	Не використовується
Швеція (SE)	Так, ліміт становить 43 євро ⁴²	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується	Не використовується

⁴² Сума складає 400 крон.

