

Poradnik Blżej Obywatela

bezpłatny poradnik, nr 5(5)/2014

PRAWO. **OBYWATEL JAKO** **KONSUMENT**

Poradnik
Blżej
Obywatela



W NUMERZE:

Nieuczciwe praktyki rynkowe	3
Kilka nowych zasad	8
Zakupy przez Internet i poza lokalem przedsiębiorstwa	12
Rękojmia i gwarancja	14
Pomoc dla konsumentów	18



Bliżej Obywatela

BEZPŁATNY KWARTALNIK „BLIŻEJ OBYWATELA”

Wydawca:

Fundacja Dzieła Kolpinga w Polsce
ul. Żułowska 51, 31-436 Kraków
tel. 012 418 77 70, fax 012 418 77 76
e-mail: fundacja@kolping.pl

www.fundacja.kolping.pl

Koordynator projektu: Bożena Michalek

Redakcja:

Eliza Marks
e-mail: prawo-krakow@kolping.pl

Korekta:

Bartosz Stanisławski

Opracowanie graficzne i druk:

Drukarnia Gryfix, 32-086 Węgrzce, ul. B3 nr 5

Niniejszy poradnik jest wydawany w ramach projektu „Bliżej Obywatela” (www.prawo.kolping.pl).

Projekt realizowany przy wsparciu Szwajcarii w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Zamieszczone w poradniku teksty mają charakter wyłącznie informacyjny.

Kopiowanie, powielanie i wykorzystywanie tekstów bez zgody Fundacji Dzieła Kolpinga w Polsce jest zabronione.

Osoba dokonująca zakupu towaru czy korzystająca z usług w określonych okolicznościach traktowana jest jako konsument – podmiot, który z uwagi na swoją słabszą pozycję w obrocie jest szczególnie chroniony przez prawo. Warunkiem koniecznym jest tutaj, aby sprzedawca czy usługodawca był przedsiębiorcą, który trudni się daną działalnością. Z drugiej strony kupujący czy usługobiorca sam nie może być przedsiębiorcą, w tym sensie, że dokonywana przez niego transakcja nie ma związku z prowadzoną przez niego ewentualnie działalnością gospodarczą.

Za konsumenta należy zatem uznać np. klienta zakładu fryzjerskiego, który jest jednocześnie właścicielem sklepu obuwniczego; prowadzona przez niego działalność nie pozostaje bowiem z związku z usługą, z jakiej chce skorzystać. Konsumentem będzie również nauczyciel nabywający książki czy wykupujący kurs językowy, a także informatyk kupujący komputer do prywatnego użytku.

Przepisy gwarantują konsumentowi szereg uprawnień, których co do zasady nie można się zrzec. Oznacza to, że jeżeli nawet w zawieranej przez konsumenta umowie czy też regulaminie obowiązującym u przedsiębiorcy znajdzie się postanowienie o niestosowaniu jakichś regulacji ustawowych zapewniających konsumentowi dane uprawnienie lub o stosowaniu innych, mniej korzystnych zasad – będzie ono nieważne, a w ich miejsce wejdzie odpowiedni przepis ustawy.

NIEUCZCIWE PRAKTYKI RYNKOWE

Choć stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane, możemy niestety spotkać się z nimi na co dzień. Sprzedawcy, producenci, agenci czy akwizytorzy są w stanie zrobić bardzo dużo, aby przekonać klienta do zakupienia oferowanego towaru. Metody są różne: ukrywanie procedury odstąpienia od umowy w obszernych regulaminach, dostępnych „gdzieś” w sieci; przesyłanie produktów za dorozumianą zgodą (brak odmowy przyjęcia produktu w określonej formie i w określonym czasie poczytuje się za zgodę na jego zakup); udostępnienie produktu na próbę z zastrzeżeniem, że w przypadku braku oświadczenia o nieprzyjęciu produktu po okresie próby przyjmuje się, że doszło do zawarcia umowy; wytwarzanie produktów łudząco podobnych do „markowych” wyrobów; stosowanie reklamy ukazującej funkcje produktu niezgodnie z rzeczywistością.

Z nieuczciwą praktyką rynkową mamy do czynienia wówczas, gdy jest ona po pierwsze sprzeczna z dobrymi obyczajami, a po drugie – w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić podejmowaną przez konsumenta decyzję co do nabycia danego produktu czy skorzystania z danej usługi. Jeżeli zatem stosowane metody sprzedaży powodują, że konsument nabywa towar lub korzysta z usługi, czego bez wywierania na niego wpływu z pewnością by nie zrobił, mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową. Sytuacji takiej nie należy mylić z okolicznością, w której klient przekonuje się do produktu np. po zapoznaniu się z prawidłowo przygotowaną reklamą telewizyjną lub po rozmowie ze sprzedawcą, który udzielił mu stosownej informacji.

Nieuczciwa praktyka rynkowa to działanie (lub jego brak), sposób postępowania, oświadczenie lub informacja handlowa (szczególnie reklama, marketing) bezpośrednio

związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, które wprowadzają w błąd, a także agresywnie oddziałują na niego; to również zachowania sprzeczne z zasadami, normami etycznymi czy zawodowymi, a także prowadzenie działalności w formie systemu konsorcyjnego lub organizowanie grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym.

PRAKTYKI
WPROWADZAJĄCE
W BŁĄD

Przepisy wskazują 23 praktyki rynkowe, które są nieuczciwe w każdych okolicznościach. Są to następujące działania wprowadzające w błąd:

- podawanie przez przedsiębiorcę informacji, że zobowiązał się on do przestrzegania kodeksu dobrych praktyk, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- bezprawne posługiwanie się certyfikatem, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem (np. atestem, aprobatą, znakiem zgodności, deklaracją zgodności);
- twierdzenie, że kodeks dobrych praktyk został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- twierdzenie, że przedsiębiorca uzyskał stosowne uprawnienie od organu publicznego lub podmiotu prywatnego albo praktyki rynkowe lub produkt zostały zatwierdzone, zaaprobowane lub uzyskały inne stosowne uprawnienie od organu publicznego lub podmiotu prywatnego, przy jednoczesnym niespełnieniu warunków zatwierdzenia, aprobaty lub warunków niezbędnych do uzyskania innego stosownego uprawnienia;
- stosowanie reklamy przynęty, polegającej na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, bez ujawniania, że przedsiębiorca może mieć uzasadnione podstawy, aby sądzić, że nie będzie w stanie dostarczyć lub zamówić u innego przedsiębiorcy dostawy tych lub równorzędnych produktów po takiej cenie, przez taki okres i w takich ilościach, jakie są uzasadnione, biorąc pod uwagę produkt, zakres reklamy produktu i oferowaną cenę; chodzi zatem o sytuację, w której sprzedawca po zawarciu umowy z konsumentem wycofuje się ze złożonej oferty (warunków zawartych w komunikacie handlowym skierowanym do konsumenta); oznacza to, że informacje handlowe zawarte w komunikacie handlowym są dla sprzedawcy wiążące;
- stosowanie reklamy przynęty i zamiany, polegających na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, a następnie odmowie pokazania konsumentom reklamowanego produktu lub odmowie przyjęcia zamówień na produkt lub dostarczenia go w racjonalnym terminie lub demonstrowaniu wadliwej próbki produktu, z zamiarem promowania innego produktu;
- twierdzenie – w celu nakłonienia konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia go możliwości świadomego wyboru produktu – że produkt będzie dostępny jedynie przez bardzo ograniczony czas lub że będzie dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
- zobowiązanie się do zapewnienia usług serwisowych konsumentom, z którymi przedsiębiorca przed zawarciem umowy komunikował się w języku niebędącym językiem urzędowym państwa członkowskiego Unii Europejskiej, na którego terytorium przedsiębiorca ma swoją siedzibę, a następnie udostępnienie takich usług jedynie w innym języku, bez wyraźnego poinformowania o tym konsumenta przed zawarciem przez

- niego umowy; konsument musi mieć zapewniony dostęp do usług serwisowych w takim języku, w jakim porozumiewał się z przedsiębiorcą przed zawarciem umowy;
- twierdzenie lub wywoływanie wrażenia, że sprzedaż produktu jest zgodna z prawem, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
 - prezentowanie uprawnień przysługujących konsumentom z mocy prawa jako cechy wyróżniającej ofertę przedsiębiorcy;
 - stosowanie kryptoreklamy, czyli wykorzystywanie treści publicystycznych w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu w sytuacji, gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta;
 - przedstawianie nierzetelnych informacji dotyczących rodzaju i stopnia ryzyka, na jakie będzie narażone bezpieczeństwo osobiste konsumenta lub jego rodziny, w przypadku gdy nie nabędzie produktu;
 - reklamowanie produktu podobnego do produktu innego przedsiębiorcy w sposób celowo sugerujący konsumentowi, że produkt ten został wykonany przez tego samego przedsiębiorcę, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
 - zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów;
 - twierdzenie, że przedsiębiorca wkrótce zakończy działalność lub zmieni miejsce jej wykonywania, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
 - twierdzenie, że nabycie produktu jest w stanie zwiększyć szansę na wygraną w grach losowych;
 - twierdzenie, że produkt jest w stanie leczyć choroby, zaburzenia lub wady rozwojowe, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
 - przekazywanie nierzetelnych informacji dotyczących warunków rynkowych lub dostępności produktu, z zamiarem nakłonienia konsumenta do zakupu produktu na warunkach mniej korzystnych niż warunki rynkowe;
 - twierdzenie, w ramach praktyki rynkowej, że organizowany jest konkurs lub promocja z nagrodami, a następnie nieprzyznanie opisanych nagród lub ich odpowiedniego ekwiwalentu;
 - prezentowanie produktu jako „gratisu”, „darmowego”, „bezpłatnego” lub w podobny sposób, jeżeli konsument musi uiścić jakąkolwiek należność, z wyjątkiem bezpośrednich kosztów związanych z odpowiedzią na praktykę rynkową, odbiorem lub dostarczeniem produktu;
 - umieszczanie w materiałach marketingowych faktury lub podobnego dokumentu sugerującego obowiązek zapłaty, który wywołuje u konsumenta wrażenie, że już zamówił reklamowany produkt, mimo że tego nie zrobił;
 - twierdzenie lub stwarzanie wrażenia, że sprzedawca nie działa w celu związanym z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, lub podawanie się za konsumenta, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;
 - wywoływanie u konsumenta wrażenia, że usługi serwisowe dotyczące danego produktu są dostępne w państwie członkowskim innym niż państwo członkowskie, w którym produkt ten został sprzedany, jeżeli jest to niezgodne z prawdą.

Przepisy wskazują także osiem praktyk agresywnych, które są uznawane za nieuczciwe w każdym okolicznościach. Są nimi:

- wywoływanie wrażenia, że konsument nie może opuścić pomieszczeń przedsiębiorcy bez zawarcia umowy;
- składanie wizyt w miejscu zamieszkania konsumenta, nawet jeżeli nie przebywa on tam z zamiarem stałego pobytu, i ignorowanie prośby konsumenta o jego opuszczenie lub zaprzestanie takich wizyt, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy;
- uciążliwe i niewywołane działaniem albo zaniechaniem konsumenta nakłanianie do nabycia produktów przez telefon, faks, pocztę elektroniczną lub inne środki porozumiewania się na odległość, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy;
- żądanie od konsumenta zgłaszającego roszczenie, w związku z umową ubezpieczenia, przedstawienia dokumentów, których w sposób racjonalny nie można uznać za istotne dla ustalenia zasadności roszczenia, lub nieudzielanie odpowiedzi na stosowną korespondencję, w celu nakłonienia konsumenta do odstąpienia od zamiaru wykonania jego praw wynikających z umowy ubezpieczenia;
- umieszczanie w reklamie bezpośredniego wezwania dzieci do nabycia reklamowanych produktów lub do nakłonienia rodziców lub innych osób dorosłych do kupienia im reklamowanych produktów;
- żądanie natychmiastowej lub odroczonej zapłaty za produkty bądź zwrotu lub przechowania produktów, które zostały dostarczone przez przedsiębiorcę, ale nie zostały zamówione przez konsumenta; w tym miejscu należy podkreślić, że zgodnie z nowymi przepisami spełnienie świadczenia niezamówionego przez konsumenta następuje na ryzyko przedsiębiorcy i nie nakłada na konsumenta żadnych zobowiązań, zaś brak odpowiedzi konsumenta na niezamówione świadczenie nie stanowi zgody na zawarcie umowy;
- informowanie konsumenta o tym, że jeżeli nie nabeździe produktu, przedsiębiorcy może grozić utrata pracy lub środków do życia;
- wywoływanie wrażenia, że konsument już uzyskał, uzyska bezwarunkowo lub po wykonaniu określonej czynności nagrodę lub inną porównywalną korzyść, gdy w rzeczywistości nagroda lub inna porównywalna korzyść nie istnieje lub uzyskanie nagrody lub innej porównywalnej korzyści uzależnione jest od wpłacenia przez konsumenta określonej kwoty pieniędzy lub poniesienia innych kosztów.

Wystąpienie jednej ze wskazanych powyżej okoliczności oznacza, że mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową, a zatem działaniem bezprawnym, przed którym możemy się bronić w sposób przewidziany w przepisach. Z nieuczciwą praktyką rynkową możemy mieć jednak do czynienia również w innych przypadkach. Te jednak wymagają każdorazowo analizy pod kątem rozmaitych ustawowych przesłanek.

System konsorcyjny to inaczej system argentyński. W ramach takiego systemu zakłada się grupę, której członkami są m.in. konsumenci, którzy podpisali stosowną umowę i wpłacili określone środki pieniężne. Funkcjonowanie systemu opiera się na zarządzaniu

pozyskaną w ten sposób gotówką i finansowaniu zakupu praw, rzeczy ruchomych, nieruchomości lub usług na rzecz uczestników grupy. Istotne jest jednak to, że, po pierwsze, członkowie przystępujący do systemu opłacają zarówno tych, którym została udzielona pożyczka na zakup określonego produktu, jak i zakupy własne. Po drugie, tylko część zgromadzonych we wskazany sposób środków trafia z powrotem do członków grupy. Dokonywane bowiem przez nich wpłaty obejmują opłaty wstępne, koszty administracyjne (które składają się na dochody firmy) oraz kwoty przeznaczane na finansowanie celu umowy. Stosowanie wskazanego systemu jest nie tylko zabronione, ale również zagrożone sankcją karną.

Konsument, który padł ofiarą nieuczciwej praktyki rynkowej, może zadziałać na kilka sposobów. Przepisy przewidują odpowiedzialność cywilną, administracyjną i karną przedsiębiorców.

Konsument może samodzielnie lub za pośrednictwem uprawnionego podmiotu wnieść do sądu cywilnego pozew przeciwko nieuczciwemu przedsiębiorcy. W szczególności ma prawo wystąpienia z następującymi roszczeniami:

- o zaniechanie danej nieuczciwej praktyki rynkowej – konsument może domagać się, aby przedsiębiorca zaniechał konkretnych nieuczciwych działań, musi jednak wykazać, dlaczego jego zdaniem dana praktyka jest nieuczciwa (chyba że chodzi o wprowadzanie w błąd – w takiej sytuacji to przedsiębiorca musi wykazać, że podejmowane przez niego działania w błąd nie wprowadzają); z powództwem opartym na wskazanym roszczeniu można wystąpić, jeżeli przedsiębiorca już zastosował nieuczciwą praktykę rynkową, istnieje uzasadniona obawa, że praktyka taka zostanie zastosowana, co zagraża lub narusza interes konsumenta, albo zachodzi niebezpieczeństwo ponowienia niedozwolonych działań, mimo że stan naruszenia ustał; z omawianym roszczeniem może wystąpić również Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Ubezpieczonych, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów;
- o usunięcie skutków nieuczciwej praktyki rynkowej – oznacza to możliwość żądania od przedsiębiorcy przywrócenia stanu sprzed naruszenia lub zagrożenia spowodowanego czynem niedozwolonym;
- o złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie (np. w prasie o zasięgu ogólnokrajowym) – może ono być dochodzone przez konsumenta zarówno samodzielnie, jak też z innymi roszczeniami; konsument musi dokładnie określić treść oświadczenia oraz wskazać sposób (formę) jego upublicznienia; również w tym wypadku z żądaniem może wystąpić obok konsumenta Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Ubezpieczonych, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów;
- o naprawienie na zasadach ogólnych wyrządzonej szkody (zarówno materialnej, jak i niematerialnej; chodzi przy tym zarówno o faktycznie poniesioną szkodę, jak i utraczone spodziewane korzyści); przy omawianym roszczeniu możliwe jest w szczególności żądanie unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu; wskazane roszczenie ma charakter odszkodowawczy, dlatego konieczne jest wykazanie nie tylko

zastosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, ale również wystąpienia szkody będącej wynikiem takiej praktyki;

- o zasądzenie odpowiedniej sumy na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Jeżeli konsument nie czuje się na siłach samodzielnie wystąpić przeciwko nieuczciwemu przedsiębiorcy, może zwrócić się o pomoc do Rzecznika Praw Obywatelskich, Rzecznika Ubezpieczonych, krajowej lub regionalnej organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, czy do powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów.

Nie należy również zapominać, że przedsiębiorca, który stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe, może zostać pociągnięty do odpowiedzialności karnej. Karalne jest m.in.:

- stosowanie agresywnej praktyki rynkowej;
- spekulacja biletami, czyli nabywanie biletów z zamysłem ich dalszej sprzedaży czy sprzedawanie biletów z zyskiem;
- oszukiwanie nabywcy co do ilości, wagi, miary, gatunku rodzaju lub ceny;
- usuwanie z towaru ceny, daty przydatności lub daty produkcji, jakości lub ilości nominalnej, gatunku lub pochodzenia, a także dopuszczanie do sprzedaży towarów, które mają usuniętą taką informację;
- nieuwidaczanie cen lub ilości nominalnej towaru;
- brak faktur;
- pobieranie nienależnych opłat, w tym żądanie i pobieranie za świadczenie zapłaty wyższej od obowiązującej;
- umyślna i nieuzasadniona odmowa świadczenia, do którego osoba zawodowo świadcząca usługi jest zobowiązana;
- nieokazanie przy sprzedaży dokonywanej poza lokalem przedsiębiorstwa dokumentów potwierdzających tożsamość oraz fakt wykonywania działalności gospodarczej;
- stosowanie niedozwolonych postanowień umownych, pomimo orzeczenia sądowniego nakazującego zaniechanie wykorzystywania lub odwołanie zalecenia stosowania ogólnych warunków umów albo wzoru umów;
- naruszanie wymogów kredytowania.

Jeżeli konsument stwierdzi, że został popełniony jeden ze wskazanych powyżej czynów, może złożyć na Policji lub w prokuraturze stosowne zawiadomienie.

KILKA NOWYCH ZASAD

Za kilka miesięcy zaczną obowiązywać nowe, nieco zmienione zasady dotyczące sprzedaży konsumenckiej. Warto znać przynajmniej niektóre z nich, bowiem z próbą naruszenia podstawowych uprawnień konsumenckich można spotkać się na każdym kroku.

Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta chęci zawarcia umowy przedsiębiorca musi poinformować go – o ile informacje te nie wynikają już z okoliczności –

w sposób jasny i zrozumiały m.in. o łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala na wcześniejsze obliczenie ich wysokości – sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za dostarczenie, usługi pocztowe oraz jakichkolwiek innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia. W razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a także wszystkich kosztów, które konsument jest zobowiązany ponieść. Niezbędna jest również informacja o sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji, przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za jakość świadczenia, a także treści usług posprzedażnych i gwarancji. Jeżeli umowa zawierana jest na czas nieoznaczony lub ma ulegać automatycznemu przedłużeniu, konieczne jest poinformowanie o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy.

Nie wolno nakładać na konsumenta dodatkowych płatności, wykraczających poza uzgodnione wynagrodzenie, jeżeli ten nie wyraził na nie w sposób wyraźny zgody najpóźniej w chwili podjęcia decyzji o zawarciu umowy. Jeżeli przedsiębiorca założył istnienie takiej zgody w związku z zastosowaniem domyślnych opcji, które konsument musi odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności, konsument ma prawo do zwrotu uiszczonych płatności dodatkowej.

Warto się również przyjrzeć kwestii opłat za skorzystanie przez konsumenta z określonego sposobu zapłaty. Po pierwsze, przedsiębiorca nie może żądać od konsumenta opłaty przewyższającej koszty poniesione przez tego pierwszego w związku z wybranym sposobem zapłaty. Po drugie, przy zawieraniu umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość (np. przy dokonywaniu zakupów przez Internet albo z katalogu) przedsiębiorca musi poinformować klienta w sposób jasny i zrozumiały o sposobie i terminie zapłaty. Po trzecie, jeżeli konieczny jest zwrot płatności (np. z powodu oddania towaru), przedsiębiorca musi tego dokonać przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że ten ostatni zgodzi się na inny sposób zwrotu i nie pociągnie to za sobą dla niego żadnych innych kosztów.

Konsument ma prawo odstąpić od zawartej z przedsiębiorcą umowy w kilku przypadkach. Może skorzystać z tego uprawnienia, jeżeli druga strona okaże się nierzetelna i nie spełni swojego świadczenia w terminie. Jeżeli zatem sprzedawca zwleka z dostarczeniem zamówionego towaru albo wykonawca z wykonaniem usługi, klient powinien wyznaczyć mu dodatkowy termin, z zagrożeniem, że po jego bezskutecznym upływie odstąpi od umowy. Dodatkowego terminu nie trzeba wyznaczać, jeżeli strony uzgodniły, że umowa zostanie wykonana w ściśle określonym terminie, albo gdy późniejsze wykonanie zobowiązania, z uwagi na jego specyfikę, nie interesuje klienta, o czym jego kontrahent wiedział (np. zrobienie tortu czy przygotowanie bukietów po uroczystości, na którą były przeznaczone). W przypadku, gdy strona obowiązana do spełnienia świad-

ZGODA
NA DODATKOWE
PŁATNOŚCI

ZAPŁATA

ODSTĄPIENIE

czenia stwierdzi, że świadczenia tego nie spełni, druga strona może odstąpić od umowy bez wyznaczenia terminu dodatkowego, także przed nadejściem oznaczonego terminu spełnienia świadczenia. W sytuacji zatem, gdy konsument odmawia zapłaty, sprzedawca dostarczenia towaru albo przedsiębiorca wykonania usługi, możliwe jest natychmiastowe odstąpienie od umowy, bez wyznaczenia dodatkowego terminu.

Odstąpienie od umowy dopuszczalne jest także w przypadku, gdy jedno ze świadczeń nie może zostać wykonane na skutek okoliczności, za które druga strona nie odpowiada. Tak stanie się w sytuacji, gdy np. stolarz, który miał wykonać zamówiony stół, trafił do szpitala i nie ma możliwości wywiązać się ze swojej części zobowiązania; podobnie będzie, gdy warsztat, w którym robi meble, spali się, albo gdy klient nie dostarczy mu specjalnego materiału, z którego stół miał zostać wykonany, zgodnie z jego życzeniem. Strony mogą również umówić się między sobą, że w określonych okolicznościach będą mogły skorzystać z prawa odstąpienia od umowy; wówczas odstąpienie będzie możliwe także w innych sytuacjach niż wskazane powyżej. Takie postanowienie nie musi być natomiast stosowane w umowach zawieranych z konsumentem na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. W takim bowiem wypadku przepisy, niezależnie od treści umowy, gwarantują klientowi prawo odstąpienia w ciągu 14 dni bez podania przyczyny i – co do zasady – bez ponoszenia kosztów (zgodnie z dotychczasową regulacją konsument miał na skorzystanie z uprawnienia 10 dni).

W celu odstąpienia od umowy należy złożyć drugiej stronie stosowne oświadczenie. W przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa możliwe jest skorzystanie z gotowego, przewidzianego przez przepisy, wzoru (nie jest to jednak obligatoryjne). Pismo można dostarczyć osobiście, wysłać pocztą, faksem lub drogą elektroniczną albo, jeżeli jest zapewniona taka możliwość, złożyć przy pomocy strony internetowej przedsiębiorcy.

Zgodnie z ogólną zasadą strona odstępująca od umowy musi zwrócić drugiej stronie wszystko, co otrzymała od niej w związku z umową; obowiązkiem drugiej strony jest przyjęcie takiego świadczenia. Sama ma prawo żądać nie tylko zwrotu tego, co świadczyła, ale również, jeżeli poniosła szkodę – jej naprawienia. Jeżeli zatem konsument zawarł z przedsiębiorcą umowę o wykonanie w nowym mieszkaniu parkietu, a następnie odstąpił od umowy, ponieważ wykonawca zwlekał z realizacją zamówienia, może domagać się np. zwrotu zaliczki, jaką wpłacił zleceniobiorcy na materiały. Jeżeli dostarczył zleceniobiorcy produkty, z których zamówiony towar miał być wykonany, może domagać się ich zwrotu. Należy w takim wypadku pamiętać o jeszcze jednej rzeczy – jeżeli dokonana przez zamawiającego przedpłata ma charakter zadatku, a strony nie umówiły się inaczej, w razie niewykonania umowy przez zleceniobiorcę konsument może bez wyznaczenia terminu dodatkowego od umowy odstąpić i żądać od nierzetelnego wykonawcy zwrotu sumy dwukrotnie wyższej.

Zwrot świadczenia na rzecz konsumenta powinien nastąpić niezwłocznie. W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa albo na odległość przedsiębiorca

musi zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy, nie później niż w ciągu 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Obowiązek zwrotu ciąży również na konsumentach: w przypadku odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość musi on niezwłocznie (nie później jednak niż w ciągu 14 dni – w przypadku odsyłania rzeczy liczy się moment nadania przesyłki, a nie jej dostarczenia) oddać rzecz przedsiębiorcy lub przekazać ją osobie przez niego upoważnionej. Przedsiębiorca może zaproponować, że sam odbierze rzecz od konsumenta.

Zgodnie z ogólną zasadą konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów. Należy przy tym pamiętać, że w przypadku gdy konsument wybiera sposób dostarczenia rzeczy inny niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez przedsiębiorcę, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów.

Gdy umowa jest zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa, a rzecz została dostarczona konsumentowi do miejsca, w którym zamieszkiwał w chwili zawarcia umowy, przedsiębiorca jest zobowiązany do odebrania rzeczy na swój koszt, gdy ze względu na charakter rzeczy nie można jej odesłać w zwykły sposób pocztą.

Odstąpienie nie zawsze jest jednak możliwe. W przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przepisy wskazują wyraźnie okoliczności, w których konsument nie może skorzystać z tego uprawnienia. Będzie to miało miejsce w przypadku umów:

- o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy;
- w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;
- w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;
- w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;
- w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- w której przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami;
- w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;

**KIEDY
NIE MOŻNA
ODSTĄPIĆ**

- w której konsument wyraźnie żądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji; jeżeli przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza rzeczy inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy;
- w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;
- zawartych w drodze aukcji publicznej;
- o świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi;
- o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.

ZAKUPY PRZEZ INTERNET I POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

Na przedsiębiorcy, który rozprowadza towar lub świadczy usługi za pośrednictwem Internetu lub poza lokalem przedsiębiorstwa, ciąży szereg obowiązków informacyjnych. Ma to posłużyć większej przejrzystości tego rodzaju zakupów. Konsument musi mieć jasną informację za co i ile płaci, w jaki sposób może reklamować produkt lub odstąpić od umowy, gdzie powinien odesłać niechciany towar lub przesłać oświadczenie o odstąpieniu.

Wszystkich niezbędnych informacji przedsiębiorca musi udzielić konsumentowi najpóźniej w chwili wyrażenia przez tego ostatniego woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Informacja musi być jasna i zrozumiała. Nie wystarczy wyłącznie ustne powiadomienie klienta o przysługujących mu prawach i obowiązkach. Konieczne jest przygotowanie czytelnej, wyrażonej prostym językiem informacji w formie pisemnej lub na innym trwałym nośniku (jeżeli konsument się na to zgodzi), a w przypadku umów zawieranych na odległość – w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość.

Konsument powinien dowiedzieć się z takiego dokumentu m.in. o:

- adresie przedsiębiorstwa, adresie poczty elektronicznej oraz numerach telefonu lub faksu, jeżeli są dostępne, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą;

- adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, jeżeli jest inny niż adres, o którym mowa powyżej;
- sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji;
- sposobie i terminie zapłaty;
- łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości – sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności;
- kosztach korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka porozumiewania się;
- sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy, wzorze formularza odstąpienia od umowy, a także braku prawa odstąpienia od umowy lub okolicznościach, w których konsument traci prawo odstąpienia od umowy;
- kosztach zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument; w odniesieniu do umów zawieranych na odległość – kosztach zwrotu rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą;
- czasie trwania umowy lub o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;
- możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur.

Konsekwencje niedostarczenia odpowiedniej informacji mogą być różne: od braku konieczności ponoszenia przez konsumenta opłat lub kosztów dodatkowych (jeżeli nie zostanie o nich odpowiednio poinformowany przed złożeniem zamówienia), po możliwość odstąpienia od umowy po upływie 14 dni od zawarcia umowy (jeżeli zabrakło informacji o prawie odstąpienia lub została ona przedstawiona nieprawidłowo).

Konsument ma prawo oczekiwać, że najpóźniej w chwili dostarczenia zamówionego produktu czy rozpoczęcia świadczenia usługi otrzyma potwierdzenie zawarcia umowy na piśmie lub, jeżeli wyrazi na to zgodę, na innym trwałym nośniku.

Dodatkowe obowiązki ciążyą na przedsiębiorcach, którzy sprzedają towary lub usługi, dzwoniąc do klientów. Osoba, która dzwoni do konsumenta z zamiarem namówienia go na zawarcie umowy, musi już na początku rozmowy po pierwsze poinformować go o celu rozmowy, a po drugie podać identyfikujące ją dane oraz dane identyfikujące osobę, w imieniu której telefonuje. Jeżeli rozmówcy porozumieją się co do zawarcia umowy przez telefon, przedsiębiorca ma obowiązek potwierdzić jej treść na papierze lub innym trwałym nośniku. Oświadczenie konsumenta o zawarciu umowy jest skuteczne, jeżeli

UMOWA

ZAKUPY
PRZEZ TELEFON

zostało utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy.

POTWIERDZENIE
ZAPŁATY

Konsument musi być świadomy, że zamawiany przez niego towar lub usługa są odpłatne. Dlatego na przedsiębiorcę został nałożony obowiązek zapewnienia, aby konsument w chwili składania zamówienia wyraźnie potwierdził, że wie, iż zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty. Jeżeli do złożenia zamówienia używa się przycisku lub podobnej funkcji, muszą być one oznaczone w łatwo czytelny sposób słowami „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innym równoważnym, jednoznacznym sformułowaniem. Jeżeli przedsiębiorca uchybi temu obowiązkowi, umowa z mocy prawa uważana jest za niezawartą. Oznacza to, że jeżeli konsument padł ofiarą nieuczciwego lub nierzetelnego przedsiębiorcy i przez przypadek zamówił odpłatnie towar lub usługę, nie musi odstępować od tej umowy ani w żaden inny sposób jej wypowiadać, bowiem umowa po prostu nie została zawarta.

Regulacja ta ma uchronić konsumentów nie tylko przez nierzetelnymi przedsiębiorcami, którzy w sposób nieczytelny lub niestaranny przygotowują strony, za pośrednictwem których dokonuje się zakupów. Ma również udaremnić wyludzenie od klientów pieniędzy poprzez zamieszczanie informacji o wymaganych płatnościach w wielostronicowym regulaminie, z którym, jak pokazuje praktyka, klient zazwyczaj się nie zapoznaje.

OPCJE
DOMYŚLNE

Zgodnie z nowymi zasadami przedsiębiorca nie może stosować tzw. opcji domyślnych przy składaniu zamówienia. Zakup dodatkowego świadczenia związanego z głównym przedmiotem umowy powinien wymagać zaznaczenia przez kupującego odpowiedniego pola, a nie odznaczenia go w celu uniknięcia obowiązku zapłaty. Taka sama reguła obowiązuje w przypadku zakupów dokonywanych w tradycyjny sposób.

RĘKOJMIA I GWARANCJA

Jeżeli rzecz, którą kupiliśmy, ma wadę, sprzedawca jest za to odpowiedzialny bez względu na to, czy chce taką odpowiedzialność ponieść, czy nie. Jest to tzw. rękojmia – uprawnienie, którego – w przypadku gdy kupującym jest konsument – nie można co do zasady wyłączyć ani ograniczyć (jest to dopuszczalne tylko wówczas, gdy przepisy szczególne na to pozwalają). Innym uprawnieniem konsumenta jest gwarancja – może, ale nie musi być ona udzielona – to już zależy od woli gwaranta. Zazwyczaj można z niej skorzystać, jeżeli rzecz, którą nabyliśmy, nie posiada właściwości, o których istnieniu zapewnia gwarant w oświadczeniu gwarancyjnym.

Sprzedawca ponosi odpowiedzialność z tytułu rękojmi, jeżeli zakupiona rzecz jest niezgodna z umową, w szczególności:

- nie ma właściwości, które rzecz tego rodzaju powinna mieć; właściwości mogą być wskazane w umowie (również w sposób pośredni, tzn. np. poprzez określenie celu do jakiego dana rzecz może być wykorzystywana), wynikać z okoliczności lub przeznaczenia przedmiotu;
- nie ma właściwości, o których istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego, w tym przedstawiając próbkę lub wzór; na równi z zapewnieniem sprzedawcy traktuje się publiczne zapewnienia producenta lub jego przedstawiciela, osoby, która wprowadza rzecz do obrotu w zakresie swojej działalności gospodarczej, oraz osoby, która przez umieszczenie na rzeczy sprzedanej swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego przedstawia się jako producent;
- nie nadaje się do celu, o który kupującemu chodziło; w tym wypadku jednak sprzedawca jest odpowiedzialny tylko wówczas, gdy kupujący przy zawarciu umowy poinformował go, do czego nabywany towar jest mu potrzebny, a sprzedawca nie zgłosił zastrzeżenia co do takiego jej przeznaczenia;
- została kupującemu wydana w stanie niepełnym;
- została nieprawidłowo zamontowana i uruchomiona; w tym wypadku odpowiedzialność z tytułu rękojmi jest możliwa, jeżeli montaż i uruchomienie zostały przeprowadzone przez sprzedawcę lub osobę trzecią, za którą sprzedawca ponosi odpowiedzialność, albo też przez samego kupującego, jeżeli postępował zgodnie z instrukcją.

Sprzedawca ponosi odpowiedzialność z tytułu rękojmi również wówczas, gdy rzecz, którą, sprzedał należy do osoby trzeciej, albo jest obciążona prawem na rzecz osoby trzeciej. Podobnie jest, gdy ograniczenie w korzystaniu lub rozporządzaniu rzeczą wynika z decyzji lub orzeczenia właściwego organu. Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest prawo, sprzedawca jest odpowiedzialny także za istnienie tego prawa.

Aby odpowiedzialność z tytułu rękojmi powstała, wada musi co do zasady istnieć w chwili przekazania towaru kupującemu. Jeżeli wada powstanie później, odpowiedzialność sprzedawcy jest możliwa, jeżeli przyczyna powstania wady tkwiła w rzeczy w chwili przekazania jej kupującemu. Pozycja konsumenta jest jednak wzmocniona przez domniemanie, zgodnie z którym jeżeli wada fizyczna została stwierdzona przed upływem roku od dnia wydania rzeczy sprzedanej, przyjmuje się, że wada lub jej przyczyna istniała w chwili wydania rzeczy kupującemu.

Sprzedawca ponosi odpowiedzialność z tytułu rękojmi co do zasady przez 2 lata od dnia wydania rzeczy kupującemu (przy nieruchomościach odpowiedzialność, zgodnie z innymi zasadami, utrzymuje się przez 5 lat). W przypadku nabywania używanych rzeczy ruchomych odpowiedzialność z tytułu rękojmi może zostać ograniczona do roku. Jeżeli natomiast towar ma określony termin przydatności, odpowiedzialność z tytułu rękojmi nie może się skończyć przed upływem tego terminu. Powyższe oznacza, że jeżeli we wskazanym – odpowiednim dla danej rzeczy – czasie kupujący stwierdzi, że nabyty przez niego towar posiada określone wady, będzie mógł zrealizować swoje uprawnienia z tytułu rękojmi.

Jeżeli kupujący chce skorzystać z przysługujących mu z tytułu rękojmi uprawnień, musi zgłosić istnienie wady oraz ewentualnie treść swojego żądania (czyli oświadczenie o ob-

nizeniu ceny, odstąpieniu od umowy, wymianie lub naprawieniu rzeczy) w ciągu roku od chwili stwierdzenia wady. Termin do zgłoszenia i dochodzenia praw nie może się jednak skończyć wcześniej niż okres trwania rękojmi.

Wskazane powyżej terminy do zgłoszenia wady produktu nie mają zastosowania do sytuacji, w której sprzedawca zataił przed kupującym wadę. W takim wypadku dochodzenie praw z rękojmi nie ma ograniczeń czasowych.

Jeżeli po dokonaniu zakupu stwierdzimy, że nabyta rzecz ma wadę fizyczną lub prawną, a sprzedawca niezwłocznie i bez nadmiernych dla nas niedogodności nie wymieni rzeczy wadliwej na wolną od wad albo wady nie usunie lub też rzecz była już wymieniona lub naprawiana przez sprzedawcę, można postąpić na kilka sposobów.

W pierwszej kolejności kupujący może oświadczyć, że chce obniżenia ceny towaru. Po drugie, dopuszczalne jest złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy, ale tylko wówczas, gdy wada jest istotna. Po trzecie, konsument jest uprawniony do żądania wymiany rzeczy na wolną od wad nawet wówczas, gdy sprzedawca proponuje mu, że stwierdzoną wadę usunie. Może również żądać, aby sprzedawca wadę usunął także wówczas, gdy chce wymienić towar na nowy. Należy jednak zaznaczyć, że jeżeli usunięcie wady w sposób wskazany przez kupującego jest niemożliwe albo o wiele droższe od sposobu proponowanego przez sprzedawcę, ten ostatni może odmówić żądaniu usunięcia wady.

Należy pamiętać, że jeżeli sprzedawca został poinformowany o wadzie i o oczekiwanym sposobie realizacji uprawnienia wynikającego z rękojmi, powinien w ciągu 14 dni odpowiedzieć, czy przyjmuje na siebie odpowiedzialność oraz czy zgadza się na propozycję kupującego. Co ważne, brak odpowiedzi oznacza zgodę.

Jeżeli rzecz wadliwa została zamontowana, kupujący może żądać od sprzedawcy demontażu i ponownego zamontowania po dokonaniu wymiany na wolną od wad lub usunięciu wady. Jeżeli sprzedawca nie wypełni ciążącego na nim obowiązku, dopuszczalne jest dokonanie wskazanych czynności przez kupującego, jednak na koszt i niebezpieczeństwo sprzedawcy. Należy jednak zaznaczyć, że jeżeli koszty demontażu i ponownego zmontowania przewyższają cenę sprzedanej rzeczy, sprzedawca ma prawo zażądać zwrotu różnicy; jeżeli to kupujący dokonał demontażu i ponownego montażu, może w takim wypadku domagać się od sprzedawcy jedynie zwrotu kosztów do wysokości ceny towaru.

Koszty wymiany i naprawy rzeczy ponosi sprzedawca. Oznacza to, że musi on opłacić nie tylko koszty ewentualnej robocizny i materiałów, ale także demontażu i dostarczenia rzeczy, a następnie ponownego zamontowania i uruchomienia. Co ważne, sprzedawca nie może przenieść na kupującego kosztów dostarczenia rzeczy, co często próbuje się zrobić poprzez odpowiednie zapisy zamieszczone np. w regulaminie sprzedaży. Należy zaznaczyć, że zastrzeżenia takie są nieważne.

Rzecz wadliwą należy dostarczyć do miejsca oznaczonego w umowie, a jeżeli takiego nie oznaczono – do miejsca, w którym rzecz została wydana kupującemu.

Czasami sprzedawca jest zwolniony z odpowiedzialności z tytułu rękojmi. Tak się dzieje np. w sytuacji, gdy dokonując zakupu, kupujący wiedział o wadzie, bo np. został o niej poinformowany lub mógł ją z łatwością zauważyć.

Poza tym sprzedawca nie jest odpowiedzialny względem kupującego za to, że rzecz sprzedana nie ma włościwości, o których istnieniu zapewniał publicznie producent, jego przedstawiciel, osoba, która wprowadziła rzecz do obrotu w zakresie swojej działalności gospodarczej, oraz osoba, która przedstawia się jako producent, jeżeli o tych zapewnieniach nie wiedział i – oceniając rozsądnie – nie mógł wiedzieć. Odpowiedzialność za brak włościwości jest w tym wypadku wyłączona, jeżeli zapewnienia którejsz ze wskazanych powyżej osób nie mogły mieć wpływu na decyzję kupującego co do dokonania zakupu albo gdy ich treść została sprostowana jeszcze przed zawarciem umowy.

Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności z tytułu rękojmi także wtedy, gdy poinformował kupującego, że sprzedawany towar nie nadaje się do zamierzonego przez kupującego użytku. Rękojmia nie obowiązuje także, gdy montaż i uruchomienie nabytej rzeczy zostały przeprowadzone przez osobę, za którą sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności, lub przez samego kupującego, jeżeli ten nie postępował zgodnie z instrukcją. Jeżeli zatem montażu i uruchomienia dokonała osoba, która co prawda posiada stosowne uprawnienia, ale za którą sprzedawca nie odpowiada, odpowiedzialność z tytułu rękojmi również zostaje wyłączona.

Odpowiedzialność z tytułu gwarancji powstaje, gdy zostanie złożone oświadczenie gwarancyjne, określające obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego; co istotne, oświadczenie gwarancyjne może zostać również złożone w reklamie.

Jeżeli zakup jest dokonywany w Polsce (rzecz została wprowadzona do obrotu na terenie Rzeczypospolitej), kupujący musi otrzymać oświadczenie gwarancyjne w języku polskim. Oświadczenie gwarancyjne zawiera podstawowe informacje potrzebne do wykonywania uprawnień z gwarancji, w szczególności nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej, uprawnienia przysługujące w razie stwierdzenia wady, a także stwierdzenie, że gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z przepisów o rękojmi za wady rzeczy sprzedanej.

Jeżeli oświadczenie gwarancyjne nie posiada wskazanych powyżej informacji, nie wpływa to na jej ważność i nie pozbawia kupującego uprawnień z niej wynikających.

Gwarant, czyli podmiot, który udziela gwarancji, może przyjąć na siebie rozmaite zobowiązania. Przykładowo może zobowiązać się do zwrotu zapłaconej ceny, wymiany rzeczy lub jej naprawy.

Gwarancja co do zasady obejmuje odpowiedzialność za wady powstałe z przyczyn tkwiących w sprzedanej rzeczy. Możliwe jest jednak określenie innego zakresu.

WYKONANIE
GWARANCJI

Gwarant może dowolnie ustalić czas, przez który gwarancja będzie obowiązywała. Jeżeli termin taki nie został określony, okres gwarancyjny wynosi 2 lata, licząc od dnia, kiedy rzecz została kupującemu wydana.

Jeżeli chcemy skorzystać z gwarancji, powinniśmy dostarczyć rzecz na koszt gwaranta do miejsca wskazanego w gwarancji lub do miejsca, w którym rzecz została wydana przy udzielaniu gwarancji. Może się jednak okazać, że wada może lub musi zostać usunięta na miejscu.

Zazwyczaj w oświadczeniu gwarancyjnym wskazany jest okres, w jakim gwarant powinien wykonać swoje obowiązki. Jeżeli jednak takiego nie określono – realizacja gwarancji powinna nastąpić niezwłocznie, nie później jednak niż w terminie 14 dni, licząc od dnia dostarczenia rzeczy przez uprawnionego z gwarancji. Po wykonaniu gwarancji gwarant jest zobowiązany dostarczyć rzecz na swój koszt do miejsca wskazanego w gwarancji lub do miejsca, w którym rzecz została wydana.

NOWY TERMIN

Jeżeli, w związku z realizacją uprawnień gwarancyjnych, otrzymamy zamiast rzeczy wadliwej rzecz wolną od wad albo rzecz objęta gwarancją zostanie w sposób istotny naprawiona, termin gwarancji biegnie na nowo. Jeżeli wymieniona została tylko część rzeczy, termin gwarancji biegnie na nowo tylko dla części wymienionej.

W przypadku dokonania napraw mniej istotnych następuje wyłącznie przedłużenie terminu gwarancji o czas, w ciągu którego skutek wady rzeczy objętej gwarancją uprawniony z gwarancji nie mógł z niej korzystać.

GWARANCJA
A RĘKOJMIA

Wykonywanie uprawnień z tytułu gwarancji jest niezależne od wykonywania uprawnień z tytułu rękojmi. Zgodnie z ogólną zasadą kupujący może wykonywać uprawnienia z tytułu rękojmi za wady fizyczne rzeczy niezależnie od uprawnień wynikających z gwarancji, a wykonanie uprawnień z gwarancji nie wpływa na odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi.

POMOC DLA KONSUMENTÓW

Choć przepisów chroniących konsumentów jest wiele, do naruszenia ich praw dochodzi bardzo często. Niejednokrotnie konsumenci nie podejmują walki z nieuczciwym przedsiębiorcą, ponieważ procedura jest dla nich zbyt skomplikowana. Warto jednak w takim wypadku skorzystać z pomocy instytucji, których zadaniem jest ochrona konsumentów.

UOKIK

Pierwszą taką instytucją jest Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który podejmuje działania w przypadku naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W sprawach indywidualnych można natomiast liczyć na pomoc miejskich lub powiatowych rzeczników konsumentów. Udzielają oni bezpłatnych porad i informacji w zakresie ochrony interesów konsumentów. Mają możliwość występowania do przedsiębiorców

w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów i, co istotne, są uprawnieni do wytaczania powództw na rzecz konsumentów (czyli do wszczynania przed sądem postępowania poprzez wniesienie stosownego pozwu). Jeżeli konsument się zgodzi, mogą również wstępować do już toczącego się postępowania.

Osoba potrzebująca pomocy może skorzystać z bezpłatnej infolinii – 800 007 707; eksperci dyżurują od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 do 17:00. Warto przygotować się do takiej rozmowy, w szczególności poprzez przemyślenie konkretnych, uporządkowanych pytań (ułatwia to ekspertowi zapoznanie się ze sprawą) oraz dokumentów, na podstawie których przedstawiany jest problem.

Na stronach internetowych UOKiK, pod adresem: <http://uokik.gov.pl/kontakt.php>, znajduje się wyszukiwarka, dzięki której szybko można ustalić, gdzie znajduje się najbliższy urząd, do którego można zwrócić się o pomoc. Są tam zamieszczone wszystkie niezbędne dane teleadresowe, a także informacje o godzinach urzędowania.

Stosowną pomoc można również uzyskać w organizacjach konsumenckich. Jedną z nich jest Federacja Konsumentów. Obecnie jest to organizacja pożytku publicznego, która prowadzi bezpłatne poradnictwo i oferuje pomoc prawną. Posiada kilkadziesiąt oddziałów terenowych – centrów doradztwa konsumenckiego. Pod adresem: <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/63,tu-znajdziesz-pomoc.html> można znaleźć wszelkie dane teleadresowe oraz informacje o godzinach urzędowania.

W województwie małopolskim działają trzy oddziały:

- Oddział Federacji Konsumentów w Krakowie, ul. Kapelanka 54 (pasaż Tesco), 30-347 Kraków, tel. 12 422 64 62, e-mail: krakow@federacja-konsumentow.org.pl;
- Oddział Federacji Konsumentów w Nowym Sączu, ul. Jagiellońska 18, 33-300 Nowy Sącz, tel. 18 444 13 13, e-mail: nowysacz@federacja-konsumentow.org.pl;
- Oddział Federacji Konsumentów w Brzeszczach, ul. Kosynierów 20/33, 32-620 Brzeszcze, tel. 32 737 31 77, e-mail: brzeszcze@federacja-konsumentow.org.pl

Kolejną organizacją konsumencką jest Stowarzyszenie Konsumentów Polskich. Jest to niezależna, pozarządowa organizacja konsumencka, która zajmuje się m.in. udzielaniem porad prawnych dla konsumentów. Obecnie Stowarzyszenie prowadzi Konsumenckie Centrum E-porad, w którym każdy konsument może skorzystać z bezpłatnej porady prawnej udzielanej przez wykwalifikowanych prawników drogą e-mailową.

Aby uzyskać poradę, należy pisać na adres: porady@dlakonsumentow.pl

Utworzona została również stosowana instytucja zajmująca się sporami na linii konsument – przewoźnik lotniczy. Jest nią Komisja Ochrony Praw Pasażera. Wszelkie informacje można uzyskać pisząc na adres e-mail: kopp@ulc.gov.pl lub dzwoniąc pod nr: 22 520 74 84.

Rzecznik Ubezpieczonych dba o prawa i reprezentuje interesy ubezpieczonych wobec ubezpieczycieli i funduszy emerytalnych. Prowadzi poradnictwo w ramach dyżuru telefonicznego eksperta – jest to bezpłatna forma pomocy dla osób potrzebujących

FK

SKP

KOPP

RZECZNIK
UBEZPIECZONYCH

ZAKŁADY
UBEZPIECZEŃ,
TOWARZYSTWA
EMERYTALNE

informacji z zakresu ubezpieczeń gospodarczych (np. ubezpieczeń komunikacyjnych, na życie, NNW, domów, mieszkań, turystycznych, małych i średnich przedsiębiorstw, rolnych) i zabezpieczenia emerytalnego. Stosowną pomoc można uzyskać od poniedziałku do piątku w godzinach od 8:00–18:00 pod numerem 22 333 73 28. Z kolei dyżur telefoniczny ekspertów dla członków Otwartych Funduszy Emerytalnych, uczestników Pracowniczych Programów Emerytalnych oraz osób korzystających z indywidualnych kont emerytalnych odbywa się od poniedziałku do piątku w godzinach 11:00-15:00 pod numerem 22 333 73 26 lub 22 333 73 27.

Spory z zakładami ubezpieczeń, powszechnymi towarzystwami emerytalnymi, Ubezpieczeniowym Funduszem Gwarancyjnym oraz Polskim Biurem Ubezpieczycieli Komunikacyjnych rozstrzyga Sąd Polubowny przy Rzeczniku Ubezpieczonych. Warunkiem przeprowadzenia rozprawy jest wyrażenie zgody przez stronę pozwaną (np. zakład ubezpieczeń, towarzystwo emerytalne) na rozstrzygnięcie sporu przez sąd polubowny. Jeżeli strona przeciwna nie wyrazi zgody na rozstrzygnięcie sporu przez sąd polubowny, postępowanie nie może się odbyć.

USŁUGI
TELEKOMUNIKACYJNE
I POCZTOWE

W sprawach związanych ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych (np. w sporach z operatorem telefonicznym) i pocztowych można uzyskać pomoc, kontaktując się z Centrum Informacji Konsumentckiej, które działa przy Prezesie Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Porady udzielane są (nie jest to niestety bezpłatna infolinia) pod numerem 801 900 853 lub 22 534 91 74.

USŁUGI
ENERGETYCZNE

W przypadku zaistnienia sporu z dostawcą paliw gazowych i energii warto zwrócić się o pomoc do Punktu Informacyjnego dla Odbiorców Paliw i Energii. Pytania można przysłać na adres: Urząd Regulacji Energetyki, Al. Jerozolimskie 181, 02-222 Warszawa, z dopiskiem Punkt Informacyjny, faksem: 22 378 12 93, lub na adres e-mailowy: drr@ure.gov.pl.

USŁUGI
BANKOWE

W problemach z bankami pomocą służy Arbiter bankowy – instytucja działająca przy Związku Banków Polskich. Został on powołany w celu rozstrzygania sporów pomiędzy konsumentami-klientami banków a bankami w zakresie roszczeń pieniężnych z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania przez bank czynności bankowych lub innych czynności na rzecz konsumenta (pozasądowe postępowanie rozjemcze).

UCZESTNICY
RYNKU
FINANSOWEGO

Spory pomiędzy uczestnikami rynku finansowego, w szczególności pomiędzy konsumentami a podmiotami podlegającymi nadzorowi KNF (np. zakładami ubezpieczeń, towarzystwami funduszy inwestycyjnych, otwartymi funduszami emerytalnymi, domami maklerskimi), rozstrzyga Sąd Polubowny przy Komisji Nadzoru Finansowego. Udośćpniiona została bezpłatna infolinia: 22 262 58 00. Można z niej skorzystać np. w celu ustalenia, czy dany podmiot jest nadzorowany przez KNF.