KANCELARIA ADWOKACKA TOMASZ WASZKIEWICZ®
15 - 094 BIAŁYSTOK, UL. M. SKŁODOWSKIEJ-CURIE 3 LOK. 13A
NIP: 966 202 39 96 REGON: 200796493
TEL. + 48 690 433 085 KANCELARIA@KANCELARIAWASZKIEWICZ.PL
WWW.KANCELARIAWASZKIEWICZ.PL

Białystok, dnia 21 marca 2015 r.

NOWE PRAWO KONSUMENCKIE
zmiany w przepisach dot. relacji przedsiębiorca - konsument

Ważne!

PRZEDSIĘBIORCA:

1) osoba fizyczna prowadząca jednoosobową działalność gospodarczą;
2) wspólnicy spółki cywilnej prowadzący działalność gospodarczą;
3) spółki osobowe np.: jawna;
4) spółki kapitałowe np.: z o.o., akcyjna;
5) dokonujące czynności prawnej we własnym imieniu;
6) w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową.

Art. 43[1] Kodeksu cywilnego;
Art. 2. ustawa o swobodzie działalności gospodarczej.

Ważne!

KONSUMENT:

1) osoba fizyczna - każdy człowiek;
2) dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową - czynność wywołująca skutek w sferze jej praw i obowiązków prawnych np.: zawarcie umowy;
3) z przedsiębiorcą.

Art. 22[1] Kodeksu cywilnego.

1) ŹRÓDŁA PRAWA, KTÓRE OBOWIĄZUJĄ PRZEDSIĘBIORCĘ W RELACJACH Z KONSUMENTEM:

a) Kodeks cywilny - ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.2014.121.j.t.), w szczególności:
- przepisy części dotyczącej zobowiązań - art. od 353 do 533 kc;
- przepisy dot. umowy sprzedaży - art. 535 - 581 kc;

b) Ustawa o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r. (Dz.U.2014.827) - Ustawa weszła w życie **25 grudnia 2014** r;

c) Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym z dnia 23 sierpnia 2007 r. (Dz.U.2007.171).

2) "NOWA" USTAWA O PRAWACH KONSUMENTA:

Ustawa określa prawa przysługujące konsumentowi, w szczególności:

a) obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem;
b) zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa;
c) zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa;
d) zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych.

Ważne!
Do umów zawartych przed dniem wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, tj. przed 25 grudnia 2014 r. stosuje się przepisy dotychczasowe (art. 51 ustawy o prawach konsumenta).

ETAP PRZEDKONTRAKTOWY:

1) JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO UMÓW Z KLIENTAMI:

a) po pierwsze należy ustalić kim jest nasz klient:

Od tego czy jest to osoba fizyczna, osoba prawna, inna jednostka, i przede wszystkim w jakim charakterze z nami współpracuje będą zależały dalsze kroki. Jeżeli jest to konsument - zgodnie z def. z art. 22^1 kc - będą miały zastosowanie dodatkowe reżimy / obowiązki wynikające z Kodeksu cywilnego i Ustawy o prawach konsumenta.

b) po drugie należy ustalić w jaki sposób nastąpi zawarcie umowy:

W lokalu przedsiębiorstwa przy obecności stron, na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

c) po trzecie zrealizować obowiązki informacyjne wobec konsumenta wymagane ustawą o prawach konsumenta, a uzależnione od sposobu zawarcia umowy.

2) OFERTA:

Ważne!
Art. 66 Kodeksu cywilnego:
§ 1. Oświadczenie drugiej stronie woli zawarcia umowy stanowi ofertę, jeżeli określa istotne postanowienia tej umowy.
§ 2. Jeżeli oferent nie oznaczył w ofercie terminu, w ciągu którego oczekiwać będzie odpowiedzi, oferta złożona w obecności drugiej strony albo za pomocą środka bezpośredniego porozumiewania się na odległość przestaje wiązać, gdy nie zostanie przyjęta niezwłocznie; złożona w inny sposób przestaje wiązać z upływem czasu, w którym składający ofertę mógł w zwykłym toku czynności otrzymać odpowiedź wysłaną bez nieuzasadnionego opóźnienia.

Aby nasza propozycja została uznana za ofertę zawarcia umowy musi zawierać istotne postanowienia umowy, której dotyczy, tzw.: *essentialia negotii.*

W przypadku umowy sprzedaży (art. 535 i nast. kc) będzie to:

a) oznaczenie stron umowy - kto kupuje? kto sprzedaje?
b) oznaczenie przedmiotu sprzedaży - co kupuje? co sprzedaje?
c) oznaczenie ceny lub sposobu jej ustalenia - za ile?

Pozostałe elementy jak termin i sposób wydania rzeczy, termin i sposób zapłaty, gwarancja, etc. mają treść zależną od woli stron i co do zasady nie są niezbędne.

Tym samym oferta sprzedaży, aby być wiążąca musi zawierać określenie w.w. elementów:

a) do kogo jest skierowana;
b) co jest przedmiotem oferty;
c) cena.

3) CENNIK, REKLAMA, INFORMACJA HANDLOWA a OFERTA?

Różnica między ofertą, reklamą, cennikiem czy informacją handlową jest ich cel. Czemu innemu służy bowiem oferta, a czemu innemu cennik czy reklama:

O ile zatem ogłoszenie, cennik, reklama, informacja handlowa nie zawiera elementów pozwalających na zawarcie umowy (*essentialia negotii)*, będzie jedynie zaproszeniem do zawarcia umowy, co nie znaczy jednak, że np.: ogłoszenie czy reklama nie mogą być jednocześnie ofertą. W razie wątpliwości o charakterze informacji udzielonej konsumentowi decyduje nie nazwa, lecz treść takiego dokumentu oraz stanowczość z jaką nadawca takiego komunikatu zmierza do zawarcia umowy.

Ważne!

OFERTA, a ZAPROSZENIE DO ZAWARCIA UMOWY:

Art. 71 Kodeksu cywilnego:
Ogłoszenia, reklamy, cenniki i inne informacje, skierowane do ogółu lub do poszczególnych osób, poczytuje się w razie wątpliwości nie za ofertę, lecz za zaproszenie do zawarcia umowy.

Reklama, informacja handlowa czy cennik stanowią dla konsumenta nie tylko źródło informacji o produkcie ale pośrednio wiążą także sprzedawcę, importera czy producenta. Informacja w nich zawarta nie może zatem:

1) być nieprawdziwa;
2) być prawdziwa ale rozpowszechniania w taki sposób, że może wprowadzać w błąd;
3) wprowadzać w błąd, m.in. co do:

a) istnienia produktu, jego rodzaju i dostępności;
b) cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, etc.;
c) obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części;
d) praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy;
e) ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej;
f) rodzaju sprzedaży.

W przypadku zawarcia umowy z konsumentem, jeżeli następnie okaże się, że zapewnienia wynikające z reklamy, informacji handlowej, ogłoszenia, cennika są nieprawdziwe, przedsiębiorca kierujący takie zapewnienia ponosi tego ryzyko i odpowiedzialność przed konsumentem. Na równi z zapewnieniem sprzedawcy traktuje się publiczne zapewnienia producenta (podmiotu podającego się za producenta) i importera jeżeli kierował publiczne zapewnienia wobec konsumenta.

4) JAK DOBRZE I BEZPIECZNIE SKONSTRUOWAĆ WŁASNĄ OFERTĘ, REKLAMĘ lub INFORMACJĘ HANDLOWĄ?

Ważne!

Wszelkie propozycje, zapewnienia, oferty kierowane przez przedsiębiorcę do konsumenta powinny być:

1) rzetelne;
2) odpowiadające prawdzie;
3) nie agresywne;
4) przekazane w odpowiednim czasie w sposób nie pomijający / zatajający istotnych informacji mogących mieć

wpływ na podjęcie decyzji przez konsumenta co do zawarcia umowy;
5) sformułowane w sposób jasny i zrozumiały oraz nie wprowadzający w błąd;
6) zgodne ze stosowanymi przez przedsiębiorcę zasadami dobrych praktyk, jeżeli w relacji z konsumentem przedsiębiorca powoływał się na nie.

ZAWIERANIE UMOWY Z KLIENTEM:

3) **JAKIE ZNACZENIE MA SPOSÓB ZAWARCIA UMOWY?** (umowa zawarta na odległość, umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa);

Ważne!

UMOWA NA ODLEGŁOŚĆ:

1) zawarta z konsumentem przez przedsiębiorcę;
2) zawarta poprzez system informatyczny, który służy zawieraniu umów na odległość;
3) bez obecności stron umowy;
4) z wyłącznym wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość.

Np.: umowy zawarte za pośrednictwem internetowych portali aukcyjnych, ogłoszeniowych, sklepów internetowych (Allegro, eBay, OLX, etc.).

UMOWA POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA:

1) zawarta z konsumentem;
2) decyduje miejsce, w którym doszło do nawiązania kontaktu między przedsiębiorcą a konsumentem, w tym do złożenia przez którąkolwiek ze stron oferty, a nie miejsce jej przyjęcia (zawarcia umowy).

LOKAL PRZEDSIĘBIORSTWA:

1) miejsce prowadzenia działalności będące nieruchomością albo częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe,
2) miejsce prowadzenia działalności będące rzeczą ruchomą, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe.

Np.: umowy zawarte na targach, prezentacjach w hotelu, po zaproszeniu konsumenta poza lokalem przedsiębiorstwa na pokaz w siedzibie tego przedsiębiorstwa.

UMOWA ZAWARTA NIE NA ODLEGŁOŚĆ I NIE POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA - zwykła, zwyczajowo przyjęta forma umowy zawartej z konsumentem, nie spełniająca przesłanek do zakwalifikowania umowy jako zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

4) **KONSTRUKCJA UMOWY** - dozwolone i niedozwolone zapisy w umowie z konsumentem;

Klauzulą niedozwoloną jest taki zapis umowny z konsumentem, który:

a) nie był uzgodniony indywidualnie;
b) kształtuje jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy.

Nie dotyczy to postanowień określających główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny.

Oceny danej klauzuli dokonuje się na moment zawarcia umowy (obyczaje, treść, okoliczności).

Aktualny rejest klauzul niedozwolonych na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

Ważne!

W stosunkach B2B nie funkcjonuje coś takiego jak klauzule niedozwolone! Dany zapis umowy może być najwyżej niezgodny z normami prawa *ius cogens (*bezwzględnie obowiązującymi) i to może powodować wyłączenie ich obowiązywania pomiędzy stronami. W konsekwencji umowa B2B może np. w sposób znacząco korzystniejszy regulować obowiązki i uprawnienia tylko jednej strony, podczas gdy taki sam zapis w umowie z względem konsumentem byłby klauzulą niedozwoloną.

5) **KARTA GWARANCYJNA** - oświadczenie gwarancyjne:

Gwarancja jest dodatkiem mającym skłonić klienta do wyboru naszego produktu. Poza tym przynosi dla gwaranta tylko obowiązki.

Obowiązki gwaranta mogą w szczególności polegać na zwrocie zapłaconej ceny, wymianie rzeczy bądź jej naprawieniu oraz zapewnieniu innych usług (art. 577 Kodeksu cywilnego).

Ważne!

W karcie gwarancyjnej / oświadczeniu gwarancyjnym należy wskazać:

a) oznaczenie gwaranta (nawę, adres na terenie Polski);
b) czas trwania gwarancji i zasięg terytorialny (z ustawy są to 2 lata);
c) na czym ma polegać świadczenie gwarancyjne;
d) miejsce, gdzie klient ma dostarczyć towar;
e) termin, w trakcie którego gwarant ma wykonać świadczenie z gwarancji. Termin musi być dostosowany do rodzaju produktu. Jeżeli nie wskażemy terminu, kodeksowym terminem jest 14 dni, który w przypadku niektórych rodzajów towarów może być rażąco krótki (art. 580 Kodeksu cywilnego);
f) określenie właściwości produktu / towaru, których brak powoduje ziszczenie się uprawnienia z gwarancji;
g) pouczenie, że gwarancja nie wyłącza, ogranicza, czy zawiesza praw z tytułu rękojmi.

Nowe przepisy statuują też możliwość udzielenia gwarancji tylko poprzez reklamę. Czyli zwroty typu: „*satysfakcja gwarantowana albo zwrot pieniędzy*" jest teraz równoznaczny z udzieleniem gwarancji na zasadach określonych w Kodeksie cywilnym.

ETAP POKONTRAKTOWY:

6) **REKLAMACJA, RĘKOJMIA a GWARANCJA:**

REKLAMACJA: postępowanie w przypadku wystąpienia wady towaru lub nieprawidłowego wykonania usługi. Podstawy prawne reklamacji wadliwej rzeczy zależą od wyboru dokonanego przez konsumenta (albo na zasadach rękojmi, albo na zasadach gwarancji). Konsument może wysuwać w stosunku do przedsiębiorcy różne roszczenia, w tym żądanie wymiany towaru na nowy, naprawy, obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy. W ramach jednej reklamacji możliwe jest wystosowanie do przedsiębiorcy więcej niż jednego żądania dotyczącego tej samej wady, jeżeli poprzednie nie zostało spełnione po myśli konsumenta.

RĘKOJMIA: tryb ustawowy dochodzenia odpowiedzialności od sprzedawcy (przedsiębiorcy) w związku z ujawnioną wadą fizyczną (czyli niezgodnością z umową) lub prawną kupionego towaru konsumpcyjnego.

GWARANCJA: tryb umowny dochodzenia odpowiedzialności od sprzedawcy wynikający z dobrowolnego zobowiązania przedsiębiorcy udzielonego na podstawie oświadczenia gwarancyjnego, które określa obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego w przypadku, gdy towar nie ma właściwości określonych w oświadczeniu.

7) PRAWA I OBOWIĄZKI KONSUMENTA W PRZYPADKU RĘKOJMI:

Generalnie wybór uprawnień w przypadku stwierdzenia wady rzeczy sprzedanej należy do konsumenta, z pewnymi wyjątkami:

Rodzaj roszczenia	KONSUMENT	SPRZEDAWCA
NAPRAWA RZECZY: - w rozsądnym czasie; - bez nadmiernych niedogodności dla kupującego;	- może żądać naprawienia rzeczy	- może rzecz naprawić, lub - może odmówić gdy doprowadzenie rzeczy do zgodności z umową w sposób wybrany przez kupującego jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów w porównaniu ze sposobem proponowanym przez sprzedawcę;
WYMIANA RZECZY: - w rozsądnym czasie; - bez nadmiernych niedogodności dla kupującego;	- może żądać wymiany rzeczy na wolną od wad	- może wymienić rzecz na rzecz wolną od wad, lub - może odmówić gdy doprowadzenie rzeczy do zgodności z umową w sposób wybrany przez kupującego jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów w porównaniu ze sposobem proponowanym przez sprzedawcę;
OBNIŻENIE CENY	- może żądać obniżenia ceny; - w formie oświadczenia skierowanego do sprzedawcy ze wskazaniem wysokości o jaką ma być obniżona cena;	- może obniżyć cenę wg. oświadczenia konsumenta; - może zaproponować obniżenie ceny o inną kwotę; - obniżona cena powinna pozostawać w takiej proporcji do ceny wynikającej z umowy, w jakiej wartość rzeczy z wadą pozostaje do wartości rzeczy bez wady; - może odmówić obniżenia ceny; - może niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla kupującego: - rzecz wymienić; - rzecz naprawić; - chyba, że sprzedawca: - już naprawiał lub wymieniał rzecz; - nie wymienił lub naprawił, mimo żądania konsumenta;
ODSTĄPIENIE OD UMOWY	- może odstąpić od umowy, chyba że wada jest nieistotna; - w formie oświadczenia skierowanego do sprzedawcy	- może się zgodzić; - może odmówić; - może niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla kupującego: - rzecz wymienić; - rzecz naprawić; - chyba, że sprzedawca: - już naprawiał lub wymieniał rzecz; - nie wymienił lub naprawił, mimo żądania konsumenta;

Ważne!

Dochodzenie praw na podstawie rękojmi daje konsumentom:

a) możliwość zgłaszania od razu każdego z 4 roszczeń reklamacyjnych: naprawy, wymiany, obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy, gdy wada jest istotna (brak sekwencyjności);

b) prawo odstąpienia od umowy (jeśli wada będzie istotna) lub żądania obniżenia ceny, przy jednoczesnym braku możliwości sprzedawcy przeciwstawienia się temu żądaniu między innymi w sytuacji, kiedy rzecz już wcześniej była wymieniana lub naprawiana (niezależnie od tego, czy wcześniejsza wymiana lub naprawa związana była z tą samą, czy zupełnie inną wadą, oraz czy ta wcześniejsza wada miała charakter istotny).

Istotność wady należy analizować z uwzględnieniem znaczenia wady dla przeznaczenia (np. okno się nie otwiera) i celu (np. okno nie chroni przed niską temperaturą), dla którego konsument nabył towar. Charakter istotności należy badać w każdym przypadku indywidualnie.

8) PRAWA I OBOWIĄZKI PRZEDSIĘBIORCY W PRZYPADKU RĘKOJMI:

Składając reklamację na podstawie rękojmi, konsument ma prawo żądać od sprzedawcy:

a) naprawienia wady;
b) wymiany towaru na nowy;
c) obniżenia ceny;
d) odstąpienia od umowy ze wzajemnym zwrotem świadczeń – o ile wada jest istotna.

Wybór żądania należy do konsumenta. Jednak, sprzedawca może w granicach prawa nie uznać jego wyboru i zaproponować inny sposób rozpatrzenia reklamacji.

Sekwencja zdarzeń zależy od indywidualnych okoliczności faktycznych – np. od tego, czy towar był wcześniej reklamowany, od charakteru wady czy łatwości i szybkości naprawy lub wymiany towaru.

W przypadku, gdy towar z wadą był już wcześniej naprawiany, konsument ma prawo **odstąpić od umowy (jeśli wada jest istotna) lub domagać się obniżenia ceny. Sprzedawca nie może odmówić spełnienia tych żądań.**

9) TERMINY:

a) 14 dni – termin na odstąpienie konsumenta od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, liczony od dnia wydania towaru lub zawarcia umowy dotyczącej świadczenia usługi;
b) 14 dni – termin na poinformowanie konsumenta o rozstrzygnięciu reklamacji złożonej z tytułu rękojmi;
c) 30 dni – termin na wydanie towaru sprzedanego konsumentowi, chyba że z umowy wynika inny termin;
d) 1 rok – okres szczególnej ochrony towaru sprzedanego konsumentowi, liczony od momentu jego wydania. Jeżeli w tym okresie zostanie stwierdzona wada, przyjmuje się, że istniała w chwili przekazania rzeczy;
e) 1 rok – termin liczony od momentu zauważenia wady, w którym należy zgłosić sprzedawcy reklamację z tytułu rękojmi i określić swoje żądania (termin przedawnienia);
f) 1 rok - minimalny termin rękojmi w przypadku rzeczy ruchomych używanych;
g) 2 lata – okres trwania odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu rękojmi, liczony od dnia wydania towaru - rzeczy ruchomej;
h) 5 lat - w przypadku nieruchomości.

Ważne!

Upływ terminu do stwierdzenia wady nie wyłącza wykonania uprawnień z tytułu rękojmi, jeżeli sprzedawca wadę podstępnie zataił.