

Moduł 1

Wymagania dotyczące informacji
udzielanych przed zawarciem umowy

ZASTRZEŻENIE:

Informacje i poglądy przedstawione w tej publikacji pochodzą od autora(ów) i niekoniecznie odzwierciedlają oficjalną opinię Komisji Europejskiej. Komisja nie gwarantuje dokładności danych zawartych w niniejszej publikacji. Ani Komisja, ani żadna osoba działająca w imieniu Komisji nie może być pociągnięta do odpowiedzialności za wykorzystanie informacji w zawartych w tym dokumencie.

Niniejszy dokument nie jest prawnie wiążący i nie stanowi formalnej interpretacji prawa unijnego ani krajowego, jak też nie może zastąpić kompleksowej i kompletnej porady prawnej. Celem dokumentu nie jest zastąpienie profesjonalnej porady prawnej w poszczególnych kwestiach.

Czytelnicy powinni również pamiętać, że prawodawstwo unijne i krajowe jest stale aktualizowane: każdą papierową wersję modułów tematycznych należy sprawdzić pod kątem ewentualnych aktualizacji na stronie www.consumerlawready.eu.

LISTOPAD 2022

Spis treści

Wstęp.....	6
Czy mogę wyłączyć lub ograniczyć stosowanie prawa konsumenckiego?	9
Czy każdy kto kupuje u mnie jest konsumentem?	9
Co się dzieje w przypadku umowy o mieszanym charakterze?.....	10
Umowa konsumencka.....	11
Jakie są obowiązki informacyjne przed zawarciem umowy?.....	12
Czy istnieją umowy wyłączone spod obowiązku przekazywania informacji przedkontraktowych, przewidzianych w Dyrektywie 2011/83/EU o prawach konsumenta?	12
Jaki wymagania związane z przedkontraktowymi informacjami dotyczą mojego sklepu ("umowy zawierane w lokalu")?	13
Dodatkowe wymagania dotyczące przekazywania informacji przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych w lokalu na mocy prawa krajowego.	15
Jakie wymogi informacyjne dotyczą umów konsumenckich zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa?	16
W jaki sposób należy przedstawić informacje przedumowne i umowne?	20
Co to oznacza w praktyce?.....	20
W jakim języku należy przedstawić przedumowne i umowne informacje?	21
Czy w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wystarczy wszystkie informacje przekazać konsumentowi ustnie?	21
Czy informacje udzielane przed zawarciem umowy oraz w umowie należy przekazywać w różny sposób w zależności od tego, do jakich konsumentów są adresowane?	22
Co się dzieje w przypadku sprzedaży transgranicznej?	22
Specjalne traktowanie sprzedaży kierowanej do konsumentów zagranicznych	22
Kiedy jednoznacznie przyjmuje się, że przedsiębiorca kieruje swoją działalność gospodarczą do konsumentów w innym kraju?	22
Co to oznacza w praktyce?.....	23

Któremu sądowi podlegają spory z umowy transgranicznej?.....	23
Jakie są konsekwencje niespełnienia wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy?	24
Załącznik (Annex 1) – Zastosowanie opcji regulacyjnych z Dyrektywy CRD przez państwa członkowskie	35

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

Przedsiębiorca

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

Konsument

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

Konsument

Wstęp

Drogi Przedsiębiorco,

Niniejszy podręcznik jest częścią projektu Consumer Law Ready skierowanego w szczególności do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), które wchodzą w interakcje z konsumentami.

Projekt Consumer Law Ready to ogólnoeuropejski projekt zarządzany przez EUROCHAMBRES (Stowarzyszenie Europejskich Izb Przemysłowo-Handlowych, w konsorcjum z BEUC (Europejska Organizacja Konsumentów) i SMEunited (Stowarzyszenie Rzemiosła i MŚP w Europie). Projekt jest finansowany przez Unię Europejską przy wsparciu Komisji Europejskiej.

Celem projektu jest pomoc w spełnieniu wymagań unijnego prawa konsumenckiego.

Prawo konsumenckie UE składa się z różnych aktów prawnych przyjętych przez Unię Europejską w ciągu ostatnich 25 lat i transponowanych przez każde państwo członkowskie UE do odpowiedniego prawa krajowego. W 2017 r. Komisja Europejska zakończyła ocenę, aby zweryfikować, czy przepisy nadal spełniają swoje zadanie. Wynik ogólnie był pozytywny. Ustalono przede wszystkim, że istniejące przepisy wymagają lepszego egzekwowania przez organy oraz lepszego zrozumienia przez przedsiębiorstwa i konsumentów. Projekt Consumer Law Ready ma poprawić wiedzę przedsiębiorców, w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw, na temat praw konsumentów oraz obowiązków prawnych spoczywających na przedsiębiorcach.

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

- Moduł 1 dotyczy wymagań w zakresie informacji udzielanych przed zawarciem umowy;
- Moduł 2 przedstawia zasady dotyczące prawa konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa;
- Moduł 3 przedstawia, w jaki sposób przedsiębiorcy, którzy naruszają warunki umowy z konsumentem, powinni załatwiać reklamacje konsumenckie;
- Moduł 4 koncentruje się na nieuczciwych praktykach rynkowych i niedozwolonych klauzulach umownych;
- Moduł 5 omawia alternatywne metody rozwiązywania sporów i platformę internetowego rozstrzygnięcia sporów (ODR), oficjalną stronę internetową zarządzaną przez Komisję Europejską, której celem jest pomoc konsumentom i przedsiębiorcom w pozasądowym rozstrzygnięciu sporów.

W ramach projektu Consumer Law Ready stworzyliśmy ten i wiele innych podręczników oraz materiałów edukacyjnych. Strona internetowa consumerlawready.eu zawiera też inne narzędzia pomocnicze, takie jak filmy, quizy i „e-test”, dzięki którym można uzyskać certyfikat. Za pośrednictwem forum na stronie internetowej, możesz również nawiązać kontakt z ekspertami i innymi MŚP.

Moduł 1 podręcznika ma na celu zapoznanie Cię z informacjami, które należy przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy. Opisuje, jakie informacje, w jaki sposób i kiedy musisz przekazać, a także zawiera wskazówki ułatwiające przestrzeganie prawa.

Moduł przedstawia wymagania dotyczące informacji przedkontraktowych zawarte w Dyrektywie 2011/83/UE o prawach konsumenta (Consumer Rights Directive – **CRD**), która została transponowana do prawa krajowego państw członkowskich UE. Więcej szczegółowych informacji na temat przepisów dyrektywy w sprawie praw konsumentów można znaleźć w przewodniku, na stronie [Guidance document of the European Commission](#)¹. Przewodnik jest dostępny we wszystkich językach urzędowych UE.

Dyrektywa w sprawie praw konsumentów została zmieniona przez [Dyrektywę \(EU\) 2019/2161](#) z dnia 27 listopada 2019 r. w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta. Państwa członkowskie UE muszą dokonać transpozycji tych zmian do swojego krajowego systemu prawnego do 28 listopada 2021 r., a zmienione przepisy powinny wejść w życie od 28 maja 2022 r. Zmiany dotyczące informacji przedkontraktowych są przedstawione w niniejszym module w osobnych ramkach zatytułowanych „Nowe przepisy od 28 maja 2022 r.”. Ponadto, [Dyrektywa \(EU\) 2019/770](#) w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Digital Content Directive), wprowadzi odpowiedzialność ustawową (gwarancję ustawową) za dostarczone treści cyfrowe i świadczone usługi cyfrowe². W efekcie przedsiębiorcy będą musieli poinformować swoich konsumentów o gwarancji ustawowej na dostarczane treści cyfrowe lub usługi cyfrowe przed zawarciem umowy. Niniejszy moduł omówi te zmiany.

W Polsce zmiany przewidziane Dyrektywą 2019/770 wejdą w życie 1 stycznia 2023 r. Z kolei proces implementacji Dyrektywy 2019/2161 nadal trwa, ale istnieje duże prawdopodobieństwo, że nowe przepisy wejdą w życie także 1 stycznia 2023 r.

Poza wymogami horyzontalnymi mogą obowiązywać jeszcze inne, głównie sektorowe, wymogi informacyjne, niezależnie lub w połączeniu z wymogami informacyjnymi wynikającymi z dyrektywy CRD. Będzie to zależało od rodzaju umowy (np. kredyt konsumencki, impreza turystyczna itp.). Te specyficzne wymagania wykraczają poza zakres niniejszego podręcznika, przy czym zachęcamy do zapoznania się z nimi, zwłaszcza gdy dotyczą one Twojej działalności gospodarczej. W przypadku konfliktu między przepisami sektorowymi a przepisami ogólnymi zastosowanie będą miały przepisy sektorowe. Baza danych prawa konsumenckiego ([Consumer Law Database](#))³ oraz informacje na portalu Twoja Europa ([Your Europe Business Portal](#))⁴ pomogą Ci w znalezieniu odpowiednich informacji. Znajdziesz tam również kontakt z lokalną organizacją przedsiębiorców.

Mamy nadzieję, że informacje zawarte w Podręczniku okażą się przydatne.

¹ Zobacz https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive_en

² Zobacz Moduł 3

³ Zobacz https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database

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

MODUŁ 1

Czym jest prawo konsumenckie Unii Europejskiej?

Prawo konsumenckie UE jest zróżnicowane.

Obejmuje zasady dobrych praktyk rynkowych, uczciwość klauzul umownych, obowiązki informacyjne przedsiębiorcy, prawo do odstąpienia od umowy oraz inne reguły, specyficzne dla poszczególnych rodzajów umów konsumenckich (np. umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, umowy zawierane na odległość, np. online) oraz branż (np. umowy o kredyt konsumencki, umowy o udział w imprezie turystycznej, umowy timeshare, zasady uczciwej gwarancji itp.).

Jeżeli przepis unijnego prawodawstwa dotyczącego konkretnego sektora jest sprzeczny z przepisami dyrektywy w sprawie praw konsumentów (CRD), pierwszeństwo ma przepis szczególny (branżowy).

Przestrzeganie wszystkich praw konsumentów może początkowo wydawać się trudne. Teraz, gdy dysponujesz tym podręcznikiem, masz wszystko, czego potrzebujesz, aby lepiej przestrzegać prawa! Sprawdź w szczególności, czy w Twojej branży obowiązują ogólne czy specyficzne przepisy. 🏳️ Jak wcześniej wspomniano, baza danych prawa konsumenckiego ([Consumer Law Database](https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database))⁵ oraz informacje na portalu Twoja Europa ([Your Europe Business Portal](http://europa.eu/youreurope/business/))⁶ mogą być szczególnie pomocne.

Czy mogę wyłączyć lub ograniczyć stosowanie prawa konsumenckiego?

Jeśli sprzedajesz towary lub usługi konsumentowi, ani Ty, ani nikt inny nie może wyłączyć ani ograniczyć stosowania prawa konsumenckiego.

Sprzeczna z prawem będzie chociażby klauzula wyłączająca lub ograniczająca stosowanie prawa konsumenckiego, taka jak: „Do niniejszej umowy nie będą miały zastosowania przepisy prawa konsumenckiego, ale zasady ogólnego prawa umów”. Stwierdzenie takie nie tylko nie wywoływałoby skutków prawnych i nie byłoby wiążące dla konsumenta, ale może również, w pewnych okolicznościach, stanowić niedozwoloną klauzulę umowną⁷.

Czy każdy kto kupuje u mnie jest konsumentem?

Prawo konsumenckie UE wiąże Cię zawsze, gdy oferujesz swoje produkty (towary, usługi, treści cyfrowe) „konsumentowi” w dowolnym kraju UE. W związku z powyższym definicja „konsumenta” ma istotne znaczenie

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

Przykład: Konsumentem będzie osoba fizyczna, która kupuje drukarkę w sklepie stacjonarnym na własne potrzeby lub kupuje w takim celu książkę od sprzedawcy przez internet.

⁵ Zobacz: baza danych prawa konsumenckiego https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database

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

⁷ Zobacz: Moduł 4



Konsumentem może być wyłącznie osoba fizyczna. Osoby prawne, np. spółki lub stowarzyszenia, nie są konsumentami. Warto jednak wskazać, że w niektórych państwach członkowskich osoby prawne podlegają takiemu samemu poziomowi ochrony, jak konsumenci, gdyż niektóre z zasad chroniących konsumentów rozszerzono także na przedsiębiorstwa lub stowarzyszenia. Państwa członkowskie nie mogą przy tym wprowadzić innej definicji prawnej „konsumenta”, bowiem podlega ona pełnej harmonizacji na poziomie europejskim. 🇪🇺

Gdy ktoś kupuje produkty w celu związanym z działalnością gospodarczą, na przykład w celu dalszej odsprzedaży w łańcuchu dostaw, prawo konsumenckie z reguły nie będzie miało zastosowania.

Przykład: osoba kupująca talerze i sztuce do prowadzonej przez siebie restauracji nie jest konsumentem; tym samym prawo konsumenckie nie będzie miało zastosowania, z wyjątkiem przepisów dyrektywy 2001/95/WE w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów. Podobnie, jeśli Twoja firma świadczy usługi czyszczenia okien na rzecz innej firmy, prawo konsumenckie nie będzie właściwe. Jednak w takich przypadkach zastosowanie będą miały inne przepisy unijne i/lub krajowe. 🇪🇺

W niektórych państwach członkowskich miarodajną wskazówką co do statusu konsumenta będzie identyfikowanie się (lub nie) numerem VAT.

Co się dzieje w przypadku umowy o mieszanym charakterze?

Możesz się zastanawiać: co się dzieje, gdy ktoś kupuje produkt zarówno do użytku osobistego, jak i zawodowego?

Przykład 1: prawnik kupuje komputer, na którym będzie pisał e-maile do rodziny, ale także będzie sporządzał wzory pism procesowych dla swoich klientów.



Przykład 2: właściciel domu zleca naprawienie dachu; mieszka w części domu z rodziną i wykorzystuje drugą część jako sklep do sprzedaży ubrań.



Czy prawo konsumenckie ma zastosowanie w sytuacjach, w których umowa sprzedaży lub umowa o świadczenie usług ma wymiar zarówno osobisty, jak i zawodowy?

Nazywa się to „umową o charakterze mieszanym”: nabycie towaru lub usługi ma podwójny cel. W takich przypadkach, aby ustalić, czy zastosowanie ma prawo konsumenckie, należy sprawdzić nadrzędny cel tej umowy. Innymi słowy, zadanie polega na zweryfikowaniu, czy prawnik będzie częściej wykorzystywał swój komputer do pisania osobistych e-maili czy do przygotowywania dokumentów dla swoich klientów. Podobnie pytanie brzmi, czy wspomniany dom to bardziej miejsce do sprzedaży ubrań, czy dom rodzinny.

Przykład: jeśli komputer jest używany przez 20% czasu do pisania e-maili do klientów i 80% czasu do pisania osobistych e-maili, zakup będzie chroniony prawem konsumenckim.

Umowa konsumencka

Umowa konsumencka to każda umowa, którą przedsiębiorca zawiera z konsumentem, bez względu na sposób zawarcia (np. przez Internet, telefon lub w sklepie) i bez względu na to, czy jej przedmiotem jest dostawa towarów, świadczenie usług lub dostawa treści cyfrowych.

Może to być na przykład umowa zawarta z konsumentem online na sprzedaż książki.

CRD stosuje podział na „umowy zawierane w lokalu przedsiębiorstwa” (np. umowy konsumenckie zawierane w sklepie), „umowy zawierane na odległość” (np. umowy konsumenckie zawierane przez internet lub telefon) oraz „umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa” (np. umowy konsumenckie zawierane w domu lub na pokazach organizowanych w wynajętych salach).

W przeciwieństwie do „umów zawieranych w lokalu” „umowy zawierane na odległość” to takie, gdzie nie ma jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta w momencie zawarcia umowy. Typowe przykłady umów zawieranych na odległość to umowy zawierane przez internet, telefonicznie lub za pośrednictwem zamówienia wysłanego pocztą. Umowy

zawierane na odległość obejmują również sytuacje, w których konsument odwiedza lokal przedsiębiorstwa jedynie w celu zebrania informacji o towarach lub usługach, a następnie negocjuje i zawiera umowę na odległość. Z kolei umowa, gdzie rozpoczęto negocjacje za pomocą środka komunikacji na odległość (np. e-mail lub telefon w celu umówienia spotkania lub dokonania rezerwacji), ale którą zawarto ostatecznie w siedzibie przedsiębiorcy, nie powinna być uznawana za umowę zawieraną na odległość (np. usługa fryzjerska, gdzie telefonicznie dokonano wstępnych ustaleń zakresu świadczenia, a także ustalono termin i wstępny koszt).



„Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa” to umowy zawierane przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, ale w miejscu, które nie jest siedzibą przedsiębiorcy. Siedziba, to co do zasady lokale handlowe w dowolnej formie (np. sklepy, stragany itp.), które służą przedsiębiorcy jako stałe lub zwyczajowe miejsce prowadzenia działalności. Będzie to również lokal, z którego przedsiębiorca korzysta sezonowo (np. lodziarnia na plaży w okresie letnim). Umowa zawarta w domu, miejscu pracy konsumenta, na pokazie lub podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, będzie umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa.



W przypadku umów zawieranych w lokalu, prawo krajowe może przewidywać dodatkowe wymagania informacyjne (przedumowne), poza zakres określony w CRD⁸. W przypadku umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wszystkie wymogi dotyczące informacji udzielanych przed zawarciem umowy są określone w tej dyrektywie i państwa członkowskie nie mogą dodawać innych. Jeżeli zamierzasz oferować swoje towary lub usługi konsumentom w różnych krajach UE, wystarczy przetłumaczyć wymagane, te same informacje na odpowiednie języki i umieścić je na swojej stronie internetowej, za pośrednictwem której prowadzisz handel. Od 28 maja 2022 r. konsumenci będą korzystać ze swoich praw także wtedy, gdy nie płacą za usługę/treści cyfrowe, ale przekazują dane osobowe (chyba że dane te są bezwzględnie konieczne do dostarczenia treści cyfrowych, np. adres e-mail, na który należy dostarczyć treści cyfrowe).

Jakie są obowiązki informacyjne przed zawarciem umowy?

Celem przekazania konsumentowi odpowiedniego zakresu informacji przed zawarciem umowy jest zapewnienia mu możliwości świadomego wyboru.

CRD zawiera ogólną listę informacji, które przedsiębiorca musi ujawnić konsumentowi, zanim dojdzie do zawarcia umowy w lokalu przedsiębiorstwa, poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość.

Należy pamiętać, że także na wcześniejszych etapach, np. podczas reklamy, przedsiębiorcy w całej UE muszą postępować zgodnie z zawodową starannością (dobrymi obyczajami) i ujawniać wszystkie elementy, których przeciętni konsumenci potrzebują, aby podejmować świadome decyzje dotyczące transakcji. Inne zachowanie może oznaczać wprowadzające w błąd działanie lub zaniechanie.⁹

Czy istnieją umowy wyłączone spod obowiązku przekazywania informacji przedkontraktowych, przewidzianych w Dyrektywie 2011/83/EU o prawach konsumenta?

Tak, niektóre umowy podlegają takiemu wyłączeniu. Wymagania związane z przedkontraktowym obowiązkiem informacyjnym nie będą dotyczyły umów:


- a) o usługi socjalne, w szczególności związanych z opieką;
- b) opieki zdrowotnej;
- c) związanych z hazardem, w tym loterii, kasyn, gier losowych i zakładów bukmacherskich;
- d) o usługi finansowe, w tym także kredytu konsumenckiego;
- e) o ustanawianie, nabywanie i przenoszenie własności nieruchomości lub praw do nieruchomości;

⁸ Zobacz Annex 1

⁹ Zobacz Moduł 4 Nieuczciwe praktyki rynkowe i niedozwolone postanowienia umowne.

- f) o budowę nowych budynków, istotną przebudowę istniejących budynków oraz najmu pomieszczeń do celów mieszkalnych;
- g) o udział w imprezie turystycznej¹⁰;
- h) typu timeshare;
- i) sporządzanych, zgodnie z prawem państw członkowskich, przez urzędnika państwowego ustawowo zobowiązanego do niezależności i bezstronności, który musi zapewniać, poprzez udzielenie wyczerpującej informacji prawnej, aby konsument zawierał umowę jedynie po dokładnym rozważeniu aspektów prawnych i ze znajomością jej zakresu prawnego;
- j) dotyczących dostarczania środków spożywczych, napojów lub innych towarów, które są przeznaczone do bieżącego spożycia w gospodarstwach domowych i które są często i regularnie fizycznie dostarczane przez przedsiębiorcę do miejsca zamieszkania, pobytu lub pracy konsumenta;
- k) dotyczących pasażerskich usług przewozowych, z wyjątkiem art. 8 ust. 2 (formalne wymogi sprzedaży internetowej), art. 19 (opłaty za korzystanie ze środków płatniczych) oraz art. 22 CRD (zakaz ukrytych opłat)¹¹;
- l) zawieranych przy wykorzystaniu automatów sprzedających lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży;
- m) zawieranych przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych na korzystanie z nich lub zawieranych na wykorzystanie jednego połączenia telefonicznego, internetowego lub faksowego dokonywanego przez konsumenta - z operatorami telekomunikacyjnymi;
- n) sprzedaży towarów w drodze egzekucji lub w inny sposób z mocy prawa (od 28 maja 2022 r.).

Trzeba dodać, że w przypadku wielu z tych umów nadal funkcjonują przedkontraktowe obowiązki informacyjne, przewidziane w innych aktach prawa unijnego lub krajowego. Jako przykład można podać umowy o kredyt konsumencki¹².

Innym wyjątkiem, przewidzianym w dyrektywie CRD, jest możliwość zwolnienia przedsiębiorców z obowiązku udzielenia informacji przed zawarciem umowy w przypadku „umów o niskiej wartości”. Jest to opcja, z której skorzystały niektóre państwa członkowskie, takie jak Austria, Belgia, Cypr, Dania, Estonia, Finlandia, Niemcy, Grecja, Irlandia, Włochy, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Malta, Niderlandy, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowenia i Szwecja (a także Wielka Brytania). W załączeniu wskazaliśmy szczegółowe informacje na ten temat (Annex 1) 

Jaki wymagania związane z przedkontraktowymi informacjami dotyczą mojego sklepu ("umowy zawierane w lokalu")?

Dyrektywa w sprawie praw konsumentów zdefiniowała – dla całej UE – osiem kluczowych informacji, które należy wyraźnie przedstawić konsumentom, zanim dojdzie do zawarcia jakiegokolwiek umowy sprzedaży lub umowy o świadczenie usług w sklepie. Są to:

1. **Główne cechy** towarów lub usług, które oferujesz: wszystkie szczegóły przedstawiające właściwości sprzedawanego produktu. Może to być rozmiar, pojemność (np. pamięć pendrive'a) lub materiał/skład produktu (np. kurtka ze skóry).

¹⁰ Z wyjątkiem art. 6 ust. 7, art. 8 ust. 2 i 6 oraz art. 19, 21 i 22 CRD, które mają również zastosowanie do umów o udział w imprezie turystycznej.

¹¹ Od 28 maja 2022 r. art. 21 (podstawowa stawka telefoniczna za usługi posprzedawcze) CRD będzie miał również zastosowanie do umów przewozowych.

¹² Wymogi dotyczące informacji udzielanych przed zawarciem umowy są określone w dyrektywie w sprawie kredytu konsumenckiego (2008/48/EC).

Informacje muszą być przekazane w taki sposób, aby zapewnić czytelność i zrozumiałość dla przeciętnego konsumenta; nośnikiem informacji może być np. papier.

2. **Twoja tożsamość**, taka jak nazwa handlowa, adres geograficzny przedsiębiorstwa podany przy rejestracji i numer telefonu, pod którym można się skontaktować.
3. **Łączna cena** oferowanego produktu lub usługi. Cena musi zawierać wszystkie należne podatki, dodatkowy transport, koszty dostawy i opłaty pocztowe (jeśli występują). Jeżeli ceny nie można obliczyć z góry, należy poinformować konsumenta, w jaki sposób cena zostanie obliczona. Jeżeli i to nie jest możliwe, należy poinformować konsumenta, że takie dodatkowe opłaty mogą wystąpić.

Przykład: gdy łączna cena zależy od rzeczywistego zużycia materiałów, należy podać cenę za kilogram/litr/metr bieżący.

4. Zasady dotyczące **płatności, dostawy, wykonania umowy, terminu**, w jakim zobowiązujesz się dostarczyć towar lub wykonać usługę, a także zasady rozpatrywania reklamacji.

Przykład: informujesz konsumenta, że towar jest dostarczany za pośrednictwem konkretnego przewoźnika w ciągu 15 dni. Poinformuj go również o tym, jak złożyć ewentualną reklamację.

5. Informacja o **ustawowej odpowiedzialności** za zgodności towarów, usługach posprzedażnych oraz gwarancji komercyjnej.
Zgodnie z prawem UE należy rozróżnić gwarancję prawną (lub ustawową) od gwarancji komercyjnej.
Gwarancja ustawowa jest obowiązkowa z mocy

prawa – Dyrektywy 1999/44/EC w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (implementowanej w poszczególnych krajach UE). Gwarancja prawna obowiązuje przez okres co najmniej dwóch lat i przewiduje bezpłatne środki naprawcze w przypadku wad towaru, które istniały już w momencie jego dostawy. **Gwarancja komercyjna** stanowi uzupełnienie gwarancji prawnej i jest udzielana dobrowolnie np. przez sprzedawcę lub producenta.

Przykład: gwarancja komercyjna na żelazko może obowiązywać przez 5 lat, zapewniając w tym czasie nieodpłatne naprawy. To dłużej niż ustawowy okres 2 lat, wiążący sprzedawcę. Przedsiębiorca ma obowiązek uwidocznienie i warunki gwarancji prawnej.

W przypadku, gdy oferujesz usługę posprzedażową, musisz poinformować konsumenta o jej istnieniu i zasadach świadczenia. Należy przy tym pamiętać, że zgodnie z dyrektywą o prawach konsumenta koszty obsługi telefonicznej klienta nigdy nie mogą być wyższe niż koszty rozmowy lokalnej, jeśli rozmowa dotyczy istniejącej umowy.

Nowe przepisy dyrektywy o treściach cyfrowych

Nowa Dyrektywa o treściach cyfrowych¹³ wprowadza gwarancję ustawową dla treści cyfrowych i usług cyfrowych (zobacz Moduł 3 – Odpowiedzialność za produkt). Tym samym przedsiębiorcy muszą informować swoich konsumentów o prawnej (ustawowej) gwarancji zgodności treści cyfrowych lub usługi cyfrowej przed zawarciem umowy.

6. **Termin obowiązywania umowy.** Jeżeli umowa przewiduje minimalny czas obowiązywania, należy

¹³ [Directive \(EU\) 2019/770](#) w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych.

wcześniej poinformować konsumenta o długości tego okresu.

Przykład: musisz poinformować o minimalnej liczbie miesięcy, przez jaką konsument musi pozostać członkiem klubu siłowni, aby mógł skorzystać z oferowanej ceny za roczne abonamenty.

Lub

Musisz wskazać, czy umowa abonamentowa jest zawierana na czas określony czy nieokreślony, a także czy jest automatycznie przedłużana. Na przykład, jeśli wymagasz od konsumenta wcześniejszego wypowiedzenia umowy (np. 30 dni przed końcem umowy), taka informacja musi być podana przed zawarciem umowy.

7. **Funkcjonalność treści cyfrowych**, w tym również mające zastosowanie techniczne środki ich ochrony. Musisz wyjaśnić konsumentowi, jak w praktyce działają treści cyfrowe. W szczególności dotyczy to obecności lub braku jakichkolwiek ograniczeń technicznych.

Przykład: wskaż, czy dane oprogramowanie komputerowe, które sprzedajesz w swoim sklepie, może być używane w trybie offline i/lub online; wskaż, czy korzystanie z oprogramowania jest ograniczone tylko do jednego kraju.

8. **Interoperacyjność treści cyfrowych** (ze sprzętem i oprogramowaniem).

Przykład: poinformuj konsumentów, że sprzedawane przez Ciebie oprogramowanie może być użyte wyłącznie w środowisku systemowym Apple.

Spełnienie obowiązku informacyjnego nie jest konieczne, jeżeli dana informacja wynika już z okoliczności (np. adres sklepu, gdzie zakupu dokonuje się w lokalu).

Nowe zasady od 28 maja 2022 r.

Jeśli sprzedajesz towary z elementami cyfrowymi (np. program obsługujący), treściami cyfrowymi lub usługami, będziesz musiał poinformować konsumenta o ich funkcjonalności, kompatybilności i współdziałaniu ze sprzętem i oprogramowaniem.

Między innymi z tego powodu, że większość umów zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa ma charakter krajowy, dyrektywa w sprawie praw konsumentów umożliwi wszystkim państwom członkowskim UE wprowadzenie, zgodnie z prawem krajowym, dodatkowych wymagań przed zawarciem umowy do powyższej listy. Jeśli planujesz otworzyć sklep stacjonarny w innym państwie członkowskim, zapoznaj się z ewentualnymi dodatkowymi wymogami informacyjnymi, które mają tam zastosowanie.

W załączniku (Annex 1) znajduje się przegląd dodatkowych regulacji obowiązujących w państwach członkowskich¹⁴

Dodatkowe wymagania dotyczące przekazywania informacji przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych w lokalu na mocy prawa krajowego.

Niektóre państwa członkowskie wprowadziły dodatkowe wymogi informacyjne. Ponadto niektóre państwa członkowskie zwolniły tzw. drobne transakcje z obowiązku dostarczania powyższego wykazu informacji¹⁵.

¹⁴ Ewentualnie możecie Państwo skorzystać także z faktycznych zgłoszeń przekazanych przez państwa członkowskie w sprawie wyborów regulacyjnych dokonanych na podstawie art. 29 Dyrektywy 2011/83/WE w sprawie praw konsumentów. Zobacz:

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

¹⁵ Zgodnie z art. 5(3) CRD.

W Polsce nie trzeba stosować wymogów informacyjnych do drobnych umów życia codziennego wykonywanych natychmiast po ich zawarciu.

Ponadto art. 546(1) Kodeksu cywilnego uszczegóławia obowiązki informacyjne. M.in. sprzedawca jest obowiązany zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru rzeczy sprzedanej i sprawdzenie jej jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów.

Jakie wymogi informacyjne dotyczą umów konsumenckich zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa?

Dyrektywa w sprawie praw konsumentów **w pełni ujednoliciła** wykaz informacji przekazywanych przed zawarciem umowy, które należy przekazać konsumentom przy zawieraniu umowy na odległość (np. przez internet lub telefon) lub poza lokalem przedsiębiorstwa (np. w domu konsumenta). W przypadkach tych umów państwa członkowskie nie mogą wprowadzać dodatkowych wymogów przedkontraktowych do wykazu zawartego w dyrektywie.

Lista z Dyrektywy CRD uwzględnia informacje bazowe (osiem kluczowych informacji obowiązujących sklepy tradycyjne) oraz dodatkowe, związane ze specyfiką tych szczególnych rodzajów umów. Część informacji trzeba podawać, gdy ma to zastosowanie, w zależności od charakteru danej transakcji oraz faktu, że w przypadku (większości) umów zawieranych na odległość i zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa

konsumentów mają w całej UE 14-dniowe prawo do odstąpienia od umów¹⁶.

Oto lista dodatkowych wymogów informacyjnych:

1. Poza wskazaniem swoich danych identyfikacyjnych oraz adresu prowadzenia działalności, należy podać numer telefonu i adres e-mail, aby umożliwić konsumentowi szybką i skuteczną komunikację z Twoim przedsiębiorstwem. Jeśli działasz w imieniu innego przedsiębiorcy, musisz podać również jego adres geograficzny i tożsamość.
 2. Należy podać adres, w tym adres przedsiębiorcy, w którego imieniu działasz, pod którym konsument może zgłaszać ewentualne reklamacje, jeżeli różni się on od miejsca prowadzenia działalności.
 3. Należy poinformować konsumentów o kosztach środków komunikacji na odległość w celu zawarcia umowy, jeżeli różnią się one od kosztów lokalnych rozmów telefonicznych (stawki podstawowej). Gdy umowa zostanie zawarta, należy pamiętać, że zgodnie z Dyrektywą o prawach konsumentów, koszt infolinii udzielającej odpowiedzi na pytania konsumentów dotyczące zawartych przez nich umów nie może nigdy przekroczyć stawki podstawowej.
 4. Jeśli stosujesz się do postanowień kodeksu dobrych praktyk (własnego lub zewnętrznego, np. organizacji do której należysz), poinformuj o jego istnieniu i treści.
- Przykład:** poinformuj, że jesteś członkiem Izby Gospodarki Elektronicznej i stosujesz jej Kodeks dobrych praktyk, zamieszczony na stronie Izby.
5. Poinformuj konsumenta o warunkach i sposobach wpłaty kaucji lub innego zabezpieczenia, jeżeli w

¹⁶ Zobacz Moduł 2 dotyczący prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem.

umowie wymagasz takiego instrumentu (np. kaucja za akumulator).

Przykład: musisz z wyprzedzeniem poinformować swoich klientów o konieczności wpłaty zaliczki za zarezerwowany u Ciebie hotel, a także o zasadach na jakich mogą ją odzyskać.

6. W stosownych przypadkach należy również poinformować konsumentów o możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń w celu rozstrzygnięcia sporu, jaki może się pojawić przy wykonywaniu umowy. Można to zrobić np. dzięki platformie internetowego rozstrzygnięcia sporów (ODR), która jest narzędziem wspierającym konsumentów przy składaniu skargi do konkretnego podmiotu alternatywnego rozstrzygnięcia sporów (ADR)¹⁷.

7. Jeżeli ma to zastosowanie, poinformuj konsumenta o ograniczeniach lub wyjątkach od prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Przede wszystkim jednak, jeżeli takich wyłączeń nie ma, poinformuj konsumenta o:

- warunkach, terminach i procedurach wykonania takiego prawa zgodnie z określonym prawem wzorem formularza¹⁸;
- 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.

Przykład: jeżeli konsument kupuje lodówkę lub pralkę (produkty te są z reguły dostarczane do

domu konsumenta kurierem, a nie nadawane na pocztę), należy wskazać konsumentowi jednego przewoźnika (na przykład tego wyznaczonego do dostawy towarów) oraz jedną cenę za zwrot towarów lub przynajmniej rozsądne oszacowanie maksymalnego kosztu, jeżeli to możliwe na podstawie kosztu¹⁹;

oraz

- konieczności poniesienia przez konsumenta kosztu korzystania z usługi, jeśli rozpoczęto jej świadczenie na podstawie wyraźnego żądania konsumenta (dotyczy wartości świadczenia do momentu odstąpienia od umowy)

Przykład: jeśli konsument zawrze z przedsiębiorcą umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, należy go poinformować, że jeżeli wyraźnie zażąda natychmiastowego uruchomienia usługi, ale następnie, np. 10 dni po zawarciu, podejmie decyzję o odstąpieniu, będzie musiał zapłacić jedną trzecią miesięcznego abonamentu powiększonego o cenę dodatkowych usług otrzymanych w tym czasie.

Nowe zasady obowiązujące od 28 maja 2022 r.

Zgodnie z nowymi przepisami państwa członkowskie będą miały możliwość wydłużenia okresu obowiązywania prawa do odstąpienia od 14 do 30 dni w przypadku dwóch rodzajów umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa:

- niezamówionych wizyt przedsiębiorcy w domu konsumenta,
- wycieczek organizowanych przez przedsiębiorcę w celu promocji lub sprzedaży produktów potencjalnym konsumentom.

¹⁷ Więcej szczegółów w Module 5.

¹⁸ Więcej szczegółów w Module 2.

¹⁹ Zobacz [DG JUST Guidance on the Consumer Rights Directive](#), rozdział 6.2.

Ta opcja ma na celu zapewnienie konsumentom dodatkowej ochrony w odniesieniu do tych konkretnych praktyk i/lub kanałów sprzedaży.

Jako przedsiębiorca będziesz zobowiązany do poinformowania konsumentów przed zawarciem umowy o długości terminu na odstąpienie. Jeśli jesteś zainteresowany sprzedażą w tym zakresie, sprawdź, czy państwo (państwa) członkowskie, w którym prowadzisz działalność, skorzystało z opcji wydłużenia terminu.

Ważne – w niektórych sytuacjach obowiązek informacyjny został uproszczony.

Komunikacja na odległość niekiedy posiada ograniczenia w zakresie ilości miejsca na informacje lub czasu na ich przekazanie. W takich przypadkach przed zawarciem umowy musisz podać najważniejsze informacje, tj.:

1. tożsamość,
2. główne cechy oferowanego produktu,
3. pełna cena,
4. informację o sposobie skorzystania z prawa odstąpienia od umowy,
5. czas trwania umowy lub, jeżeli jest nieoznaczony, warunki jej rozwiązania.

Wszystkie pozostałe informacje muszą być przekazane np. przy dostawie lub z umową wysłaną w wiadomości e-mail, np. w pliku pdf.

Jeżeli umowa zawierana jest przez internet, zanim konsument złoży zamówienie i zaakceptuje płatność, przedsiębiorca musi w widoczny sposób, bezpośrednio przed złożeniem zamówienia przez konsumenta, poinformować konsumenta o:

1. głównych cechach świadczenia (dokładny opis produktu lub usługi);
2. łącznej cenie, zwłaszcza uwzględniającej podatki;

3. czasie trwania umowy lub, jeżeli umowa zawarta jest na czas nieokreślony, warunkach jej rozwiązania;
4. długości minimalnego czasu trwania umowy, gdy taki przewidziano.

Przedsiębiorca musi upewnić się, że konsument w momencie składania zamówienia **wyraźnie potwierdził**, że wie, że 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 innego równoważnego jednoznacznego sformułowania.

Uwaga! Polskie przepisy wprowadziły dodatkowe zastrzeżenie, zgodnie z którym niespełnienie wymagań w zakresie potwierdzenia i przycisku, pociąga za sobą skutek w postaci braku zawarcia umowy.

Specjalne zasady dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa:

Zwróć uwagę, że w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa należy dostarczyć konsumentom kopię zawartej umowy. Wymagane informacje musisz dostarczyć konsumentowi przed zawarciem umowy wraz z egzemplarzem umowy w formie papierowej lub, jeśli konsument wyrazi na to zgodę, na innym trwałym nośniku.

Istnieją również uproszczenia dotyczące pewnego rodzaju umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, gdzie:

- konsument wyraźnie żąda świadczenia usługi naprawy lub konserwacji oraz,
- przedsiębiorca i konsument niezwłocznie wywiązują się ze swoich zobowiązań umownych (zwykle usługa naprawy i płatność) oraz,
- wpłata do uiszczenia nie przekracza 200 EUR (w Polsce 600,00 PLN).

W takich przypadkach należy poinformować na papierze lub, jeśli konsument wyrazi na to zgodę, na innym trwałym nośniku informacji o :

- tożsamości przedsiębiorcy, adresie (miejscu prowadzenia działalności), numerze telefonu i adresie e-mail;
- cenie lub sposobie obliczenia ceny wraz z oszacowaniem ceny całkowitej.

Jeśli konsument wyrazi zgodę informacje o głównych cechach usługi oraz prawie do odstąpienia, można przekazać ustnie.

Irlandia, Litwa, Holandia, Portugalia, Słowenia, Słowacja i Hiszpania nie stosują wyżej opisanych uproszczeń w odniesieniu do umów o naprawę lub konserwację, realizowanych bezpośrednio poza lokalem przedsiębiorstwa.

Nowe zasady obowiązujące od 28 maja 2022 r.

a) Szczegółowe wymagania dotyczące informacji przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych na internetowych platformach handlowych ²⁰.

Zanim konsument zostanie związany umową na odległość, operator internetowej platformy handlowej będzie musiał przekazać konsumentowi następujące informacje w **jasny, odpowiedni i zrozumiały sposób**:

(1) ogólne informacje, udostępnione w specjalnej części interfejsu internetowego, która jest bezpośrednio i łatwo dostępna ze strony, na której oferty są prezentowane, dotyczące głównych parametrów decydujących o plasowaniu, w rozumieniu art. 2 akapit pierwszy lit. m) dyrektywy 2005/29/WE, ofert przedstawionych konsumentowi w wyniku wyszukiwania oraz względnego znaczenia tych parametrów w porównaniu

z innymi parametrami; o dostępna ze strony, na której prezentowane są oferty

(2) informację o tym, czy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe jest przedsiębiorcą, na podstawie oświadczenia tej osoby trzeciej złożonego dostawcy internetowej platformy handlowej;

(3) w przypadku gdy osoba trzecia oferująca towary, usługi lub treści cyfrowe nie jest przedsiębiorcą – informację o tym, że prawa konsumentów wynikające z unijnego prawa ochrony konsumentów nie mają zastosowania do tej umowy;

(4) o sposobie, w jaki obowiązki związane z umową są podzielone między osobę trzecią oferującą towary, usługi lub treści cyfrowe a dostawcę internetowej platformy handlowej (w przypadku gdy ma to zastosowanie); informacje te pozostają bez uszczerbku dla odpowiedzialności, jaką dostawca internetowej platformy handlowej lub przedsiębiorca będący osobą trzecią ponoszą w związku z umową na mocy prawa Unii lub prawa krajowego.

b) Dodatkowe wymagania dotyczące informacji przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa

- Pamiętaj, że jesteś zobowiązany do poinformowania konsumentów o swoim numerze telefonu i adresie e-mail. Możesz udostępnić inne środki komunikacji online, które pozwolą zachować treść i datę/godzinę korespondencji z Tobą. Poza tym możesz również skorzystać z innych kanałów komunikacji, aby dotrzeć do swoich klientów, takich jak czaty itp.

- W stosownych przypadkach, jako przedsiębiorca, będziesz musiał informować konsumentów o personalizacji cen w oparciu o zautomatyzowane podejmowanie decyzji. W praktyce oznacza to, że w stosownych przypadkach musisz poinformować swoich

strony internetowej lub aplikacji, obsługiwanego przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, która umożliwia konsumentom zawieranie umów na odległość z innymi przedsiębiorcami lub konsumentami”.

²⁰ Zaktualizowana dyrektywa w sprawie praw konsumentów będzie zawierała definicję internetowej platformy handlowej: „usługa korzystająca z oprogramowania, w tym strony internetowej, części

konsumentów z wyprzedzeniem, że przedstawiona im cena została ustalona przez zautomatyzowany system decyzyjny gromadzący dane konsumentów²¹.

W jaki sposób należy przedstawić informacje przedumowne i umowne?

Tekst zawierający wymagane informacje powinien być zawsze łatwy do przeczytania (kontrast, kolor kartki), z zastosowanie prostego przekazu. Podane informacje muszą być podane w sposób jasny, czytelny i zrozumiały dla przeciętnego konsumenta.

Co to oznacza w praktyce?

Ocenę, czy informacje zostały przekazane w prawidłowy sposób, należy zawsze przeprowadzać indywidualnie

dla każdego przypadku. Oto kilka praktycznych wskazówek, które pomogą Ci spełnić wymagania:

- użyj powszechnie stosowanej czcionki w przeciętnym, niezbyt małym rozmiarze (np. wielkość czcionki porównywalna z czcionką 12 Arial),
- upewnij się, że litery są wyraźnie widoczne na tle koloru (np. czarne na białym; np. nie jasnożółte na białym),
- zachowaj odpowiednie odstępy i akapity,
- zredaguj tekst zrozumiale, wystrzegaj się specjalistycznych sformułowań i długich zdań.

Wskazówka

Jeśli masz jakiegokolwiek wątpliwości co do zrozumiałości twoich informacji, zapytaj kogoś z Twojego otoczenia (rodziny, przyjaciół, współpracowników), jak rozumieją Twój przekaz.

Niedozwolone	Dozwolone
„Okres gwarancji prawnej wynosi dwa lata” ²²	„Nasz adres: Athens Road 21, 1000 Limassol, Cypr”
„W razie sporu zastosowanie ma francuskie prawo” ²³	„Masz 14 (czternaście) dni od momentu otrzymania produktu na odstąpienie od umowy bez podawania przyczyn”
youmayaddressthecomplainttocomplaints@mail.es	„Każdy zakupiony u nas produkt podlega dwuletniej ustawowej gwarancji, w trakcie której przysługuje

²¹ Ten obowiązek informacyjny pozostaje bez uszczerbku dla rozporządzenia (UE) 2016/679 „RODO”, które przewiduje w szczególności prawo jednostki do niepodlegania zautomatyzowanemu indywidualnemu podejmowaniu decyzji, w tym profilowaniu.

²² Ta informacja powinna jasno wskazywać na istniejącą odpowiedzialność z tytułu ustawowej gwarancji.

²³ Sformułowane w ten sposób stwierdzenie nie zawsze jest poprawne, zwłaszcza w przypadku sprzedaży transgranicznej.

Zasadniczo, jeśli kierujesz reklamy do konsumentów w innym państwie członkowskim UE niż Twoje, zastosowanie ma prawo miejsca zamieszkania konsumenta. Jednak na mocy umowy strony mogą zdecydować się na zastosowanie innego prawa. W takim przypadku wybór prawa nie może pozbawić zagranicznego konsumenta ochrony, jaką dają bezwzględnie obowiązujące przepisy jego kraju zamieszkania.

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

Państwu szereg środków prawnych, na wypadek gdyby produkt okazał się niezgodny z umową”

W jakim języku należy przedstawić przedumowne i umowne informacje?

Każde państwo członkowskie może zdecydować o określeniu języka, w jakim informacje mają być przekazane konsumentowi. Jak wskazano w załączniku (Annex 1), ponad połowa państw członkowskich skorzystała z tej możliwości (Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Republika Czeska, Dania, Estonia, Francja, Włochy, Litwa, Malta, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowenia, Hiszpania) W większości przypadków jest to język(i) urzędowy(e) państwa członkowskiego. 🇵🇱

Ważne! Jeśli podasz informacje w innym języku niż wymagany, uważa się, że informacje nie zostały w ogóle dostarczone. W załączniku (Annex 1) zamieszczamy wykaz właściwych języków.

Czy w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wystarczy przekazać konsumentowi ustnie?

W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, ustne przekazanie informacji konsumentowi nie jest wystarczające. Informacje należy podać w formie papierowej.

Informacje mogą być również przekazana na innym trwałym nośniku, o ile konsument wyraził na to zgodę. Jeśli konsument wyraża zgodę na przekazanie informacji na trwałym nośniku innym niż papier, wymagaj pisemnego potwierdzenia tej zgody. Inne trwałe nośniki obejmują na przykład wiadomość e-mail, pamięć USB lub zdjęcie, tj. nośniki, których zawartość nie może być jednostronnie zmieniona przez przedsiębiorcę i które konsument może przechowywać. Ważne jest, aby przekazać informacje na trwałym nośniku, aby konsument mógł uzyskać do nich dostęp w przyszłości.



Brak udzielenia informacji w sposób wymagany przez prawo będzie miał takie same skutki, jak gdyby w ogóle tych informacji nie podano²⁴.

²⁴ Zobacz rozdział „Jakie są konsekwencje niespełnienia wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy?”.

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

Prawo UE wymaga zachowania należytej staranności zawodowej oraz szczególnej troski przy prezentacji produktów i usług grupom konsumentów, których może charakteryzować szczególna wrażliwość ze względu na ich wiek lub niepełnosprawność.

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

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

Niestosowanie odpowiedniego poziomu należytej staranności zawodowej w kontaktach z tego typu szczególnymi konsumentami może zostać potraktowane jako nieuczciwa praktyka rynkowa.²⁵

Co się dzieje w przypadku sprzedaży transgranicznej?

Specjalne traktowanie sprzedaży kierowanej do konsumentów zagranicznych

²⁵ Więcej na ten temat: Moduł 4, Nieuczciwe praktyki rynkowe i niedozwolone postanowienia umowne

Zgodnie z prawem UE ²⁶, w przypadku kierowania działalności gospodarczej do konsumentów z krajów UE innych niż własny kraj przedsiębiorcy, do umowy z zagranicznym konsumentem zazwyczaj zastosowanie ma prawo kraju konsumenta. Jeżeli obydwie strony wybiorą inne prawo, wybór taki nie może pozbawiać zagranicznego konsumenta ochrony wynikającej z przepisów obowiązujących w kraju jego zamieszkania..

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

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

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

²⁶ Zwłaszcza tzw. Rozporządzenie 593/2008 "Rzym I".

państwie członkowskim, w którym przedsiębiorcę utworzono.²⁷

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

Co to oznacza w praktyce?

Jakie prawo ma zastosowanie do umów transgranicznych?

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

1. Przepisy UE zawierają, jak opisujemy w modułach Consumer Law Ready, wiele zharmonizowanych przepisów o ochronie konsumentów. Zasady te mają zastosowanie w całej Unii Europejskiej.
2. Nawet w przypadku pewnych różnic pomiędzy państwami członkowskimi, nie oznacza to, że wolno zawierać umowy z konsumentami według własnego systemu prawnego. Jak wyjaśniono powyżej, istnieje możliwość uzgodnienia z konsumentem stosowania innego prawa, w którym to przypadku należy przestrzegać jedynie obowiązkowego prawa konsumenckiego państwa zamieszkania konsumenta.
3. W praktyce bezwzględnie obowiązujące przepisy konsumenckie innego państwa członkowskiego będą miały zastosowanie jedynie wtedy, gdy przewidziane w nich zasady gwarantują większy stopień ochrony niż system prawny przedsiębiorcy

lub prawo uzgodnione przez przedsiębiorcę z konsumentem. Sytuacja taka może mieć miejsce, gdy na przykład okres gwarancji ustawowej wynikający z prawa konsumenta jest dłuższy niż ten wynikający z prawa przedsiębiorcy.

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

W niniejszym module podkreśliliśmy kilka punktów, w których państwa członkowskie przyjęły zasady różniące się od tych określonych w Dyrektywie o prawach konsumentów dotyczących informacji udzielanych przed zawarciem umowy. Informacje takie przedstawiono w załączniku oraz na stronie internetowej Komisji Europejskiej²⁸. Aby sprawdzić, w jaki sposób poszczególne kraje UE przetransponowały Dyrektywę o prawach konsumentów, można skorzystać z nowo otwartej przez Komisję Europejską [Bazy danych prawa konsumenckiego](#)²⁹.

Któremu sądowi podlegają spory z umowy transgranicznej?

W przypadku kierowania działalności do konsumentów w innych krajach UE oraz wystąpienia sporu z jednym z konsumentów z innego kraju UE należy pamiętać, że sądem właściwym dla takiego sporu zgodnie z unijnym prawem będzie zawsze sąd w kraju zamieszkania konsumenta. Nie można pozwać konsumenta przed

²⁷ Więcej informacji zobacz połączone sprawy C 585/08 i C 144/09 Peter Pammer i Hotel Alpenhof GesmbH the Court

²⁸ Notyfikacje Państw Członkowskich: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en;

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

²⁹ Zobacz „Baza danych prawa konsumenckiego”: https://e-justice.europa.eu/591/EN/consumer_law_database

sądem innego kraju, a umieszczenie tego typu możliwości w warunkach przedsiębiorcy może grozić poważnymi sankcjami, nawet finansowymi. Konsument ma natomiast możliwość pozwania Cię również przed własnym sądem krajowym. W przypadku spraw transgranicznych, aby ułatwić rozwiązywanie sporów, UE utworzyła platformę ODR, która umożliwia współpracę między systemami ADR w różnych państwach członkowskich³⁰.

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

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

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

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

Po drugie, samo prawo przewiduje szereg istotnych natychmiastowych konsekwencji za nieprzestrzeganie pewnych wymagań dotyczących udzielania informacji przed zawarciem umowy. Na przykład, jeżeli przedsiębiorca nie poinformuje konsumentów o przysługującym im 14-dniowym terminie na odstąpienie, prawo to automatycznie podlega przedłużeniu o 12 miesięcy.

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

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

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


Nowe zasady od 28 maja 2022 r.

Skuteczniejsze kary za naruszenia transgraniczne

Zaktualizowana dyrektywa CRD zapewni większe możliwości krajowym organom ochrony konsumentów w zakresie zajmowania się naruszeniami dotyczącymi większych grup konsumentów w całej UE. Obecnie, gdy przedsiębiorca narusza zasady ochrony konsumentów, kary różnią się znacznie w zależności od kraju i często są bardzo niskie, nawet w przypadku bardzo poważnych naruszeń. Nowe przepisy zapewnią organom krajowym uprawnienia do nakładania w skoordynowany sposób skutecznych, proporcjonalnych i odstraszących sankcji podczas wspólnej pracy nad naruszeniami transgranicznymi, które mają wpływ na konsumentów w kilku państwach członkowskich UE.

Organy krajowe będą miały prawo nałożyć grzywnę w wysokości do 4% obrotu przedsiębiorcy lub do 2 mln EUR w przypadku braku informacji o obrocie. Państwa

³⁰ Zobacz: Moduł 5.

członkowskie mogą utrzymać lub wprowadzić wyższe maksymalne grzywny. 

Od 25 czerwca 2021 r. konsumenci będą mogli dochodzić praw określonych w CRD także w postępowaniu zbiorowym na nowych zasadach określonych w dyrektywie (EU) 2020/1828³¹ w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów (RAD)³².

³¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828 z dnia 25 listopada 2020 r. w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów

³² Zobacz Moduł 5.

Załącznik

Załącznik (Annex 1) – Zastosowanie opcji regulacyjnych z Dyrektywy CRD przez państwa członkowskie

Mimo że omawiana dyrektywa przewiduje pełną harmonizację, dopuszczono kilka możliwości dokonania wyboru opcji regulacyjnych, dostępnych państwom członkowskim w związku z jej wdrożeniem, zgodnie z zasadami pomocniczości i z dopuszczeniem pewnej elastyczności.

Poniżej wymieniono przepisy CRD dopuszczające wybór opcji regulacyjnych:

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

Poniższe tabele prezentują opcje prawne przyjęte przez państwa członkowskie³³.

Od 28 maja 2022 r. zaktualizowana dyrektywa w sprawie praw konsumentów wprowadzi następujące nowe opcje regulacyjne dla państw członkowskich:

- Artykuł 6(a) – nałożenie dodatkowych wymogów informacyjnych na dostawców internetowych platform handlowych.
- Artykuł 9 ust. 1a – wydłużenie okresu odstąpienia od prawa odstąpienia z 14 do 30 dni w przypadku sprzedaży obwoźnej i wycieczek komercyjnych.
- Artykuł 16 ust. 2 – odstąpienie od kilku wyjątków od prawa do odstąpienia od umowy w kontekście sprzedaży obwoźnej i wycieczek komercyjnych.
- Artykuł 16 ust. 3 – zapewnienie, że w przypadku umów o świadczenie usług, które nakładają na konsumenta obowiązek zapłaty, w przypadku gdy konsument wyraźnie zażądał wizyty przedsiębiorcy w celu dokonania naprawy, konsument traci prawo odstąpienia od umowy po całkowitym wykonaniu usługi, pod warunkiem, że spełnianie świadczenia rozpoczęło się za uprzednią wyraźną zgodą konsumenta.

³³ Badanie zastosowania Dyrektywy o prawach konsumentów - 2011/83/EU – Raport końcowy, http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44637

Państwo	Art. 3(4)	Art. 6(7)	Art. 6(8)	Art. 7(4)	Art. 8(6)	Art. 9(3)
Austria (AT)	Tak, limit 50 EUR	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak, wyłącznie w umowach o usługi	Nie zastosowano
Belgia (BE)	Tak, 50 EUR wyłącznie w odniesieniu do umów w celach humanitarnych	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Możliwość zachowana, ale jeszcze niewykorzystana ²⁵	Możliwość zachowana, ale jeszcze niewykorzystana ³⁴	Tak, 7 dni, ale nie dotyczy umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa na pokazach, targach i wystawach
Bułgaria (BG)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Chorwacja (HR)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Cypr (CY)	Tak, limit €20	Tak	Tak	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Czechy (CZ)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Dania (DK)	Tak, limit 350 DKK (46 EUR)	Tak, Duński, jeśli marketing odbywa się w języku duńskim.	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Estonia (EE)	Tak, limit €20	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak. Artykuł ma zastosowanie tylko wtedy, gdy profesjonalista dzwoni do konsumenta.	Nie zastosowano

³⁴ W nieoficjalnym tłumaczeniu zaznaczono, że Belgia skorzystała z tej możliwości, ale to Król ma możliwość wprowadzenia zredukowanego sposobu udzielania informacji. Podobnie, zgodnie z art. 8, to Król ma możliwość wyznaczenia sektorów, do których ten wymóg będzie miał zastosowanie. Nie ma pewności, czy był używany.

Państwo	Art. 3(4)	Art. 6(7)	Art. 6(8)	Art. 7(4)	Art. 8(6)	Art. 9(3)
Finlandia (FI)	Tak ³⁵	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Francja (FR)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak. Artykuł ma zastosowanie tylko wtedy, gdy profesjonalista dzwoni do konsumenta ³⁶ Nie zastosowano, ale istniał wcześniejszy wymóg prawny tego rodzaju dla niektórych sektorów	Tak -7 days
Niemcy (DE)	Tak, limit €40	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Grecja (EL)	Tak, limit €30	Nie zastosowano	Nie zastosowano ³⁷	Nie zastosowano	Tak	Tak – przed wygaśnięciem prawa do odstąpienia
Węgry (HU)	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak ³⁸	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Irlandia (IE)	Tak, limit €50	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Włochy (IT)	Tak, limit €50	Tak, jeśli konsument tego żąda	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie. Brak weksła własnego z terminem krótszym niż 15 dni po dostawie towarów.
Łotwa (LV)	Tak, limit €35	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano
Litwa (LT)	Tak, mniej niż 100 LTL (ok. €29)	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak	Nie zastosowano
Luxemburg (LU)	Tak, limit €50	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Malta (MT)	Tak, limit 30 €	Tak, wymagany jest jeden z języków urzędowych	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Tak, wyłącznie możliwość przyjęcia kaucji 14 dni po zawarciu umowy.

³⁵ Zgodnie z posiadanymi informacjami jest to 30 €.

³⁶ Sekcja 5, art. L221-16 francuskiego kodeksu konsumenckiego stanowi, że zawieranie umowy za pośrednictwem nieznanego numeru telefonu (numer zablokowany) jest niezgodne z prawem – art. L221-17.

³⁷ Grecja dokonała transpozycji tekstu art. 6 ust. 8 dyrektywy (prawie słowo po słowie) w formie art. 3 ust. 7 swojej ustawy nr 2251/1994 (z późniejszymi zmianami), ale nie wprowadziły żadnych konkretnych dodatkowych wymagań w zakresie informacji. Weryfikacje potwierdziły, że nie podjęto żadnych rzeczywistych działań w tym obszarze.

³⁸ Ustanowiła dodatkowe wymagania dotyczące przekazywania informacji o poręczeniach i gwarancjach, prawa do pojednania oraz informacji o korespondencji elektronicznej. Nieoficjalne tłumaczenie jest dostępne pod adresem: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/hu_reg_choices_art_29_en_version.pdf

Państwo	Art. 3(4)	Art. 6(7)	Art. 6(8)	Art. 7(4)	Art. 8(6)	Art. 9(3)
Niderlandy (NL)	Tak, limit €50	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Tak (ograniczone zastosowanie) Tak. Artykuł obowiązuje tylko w przypadku sprzedaży, gdy profesjonalista dzwoni do konsumenta	Nie zastosowano
Polska (PL)	Tak, limit 50 PLN. [approx. €11]	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak. Artykuł ma zastosowanie tylko wtedy, gdy dzwoni przedsiębiorca	Nie zastosowano
Portugalia (PT)	Tak, ale tylko do subskrypcji artykułów okresowych, limit 40 €	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak. Artykuł ma zastosowanie tylko wtedy, gdy dzwoni przedsiębiorca	Nie zastosowano
Rumunia (RO)	Tak, limit €10	Tak	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano
Słowacja (SK)	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Tak	Tak	Tak – do końca terminu na odstąpienie
Słowenia (SI)	Tak, limit €20	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak	Nie zastosowano
Hiszpania (ES)	Nie zastosowano	Tak	Nie zastosowano	Tak	Tak. Artykuł ma zastosowanie tylko wtedy, gdy dzwoni przedsiębiorca	Nie zastosowano
Szwecja (SE)	Tak, limit €43 ³⁹	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano	Nie zastosowano

³⁹ Kwota wynosi 400SEK.



Consumer Law Ready Training for European SMEs

2022

