

BUSINESS SUPPORT PROGRAMME

SMECA

Material szkoleniowy: **„Ochrona konsumenta”**

## Spis treści

	strona
I. Ogólny kontekst sytuacyjny.....	3
II. Acquis Communautaire.....	8
1. Reklama wprowadzająca w błąd.....	8
2. Umowy negocjowane poza lokalem przedsiębiorstwa .....	11
3. Kredyt konsumencki.....	13
4. Pakiety podróżne, urlopowe i wycieczkowe .....	15
5. Okresowe korzystanie z nieruchomości.....	18
6. Nieuczciwe warunki w umowach konsumenckich.....	19
7. Umowy zawierane na odległość.....	22
8. Oznaczanie cen.....	25
9. Interesy konsumentów.....	27
10. Odpowiedzialność za wadliwe produkty.....	28
11. Ogólne bezpieczeństwo produktów.....	31
12. Produkty podrabiane.....	35
13. Sprzedaż dóbr konsumpcyjnych i związane z nią gwarancje.....	35

## I. OGÓLNY KONTEKST SYTUACYJNY.

Ochrona konsumentów nie figuruje wśród początkowych celów określonych w Traktacie Rzymskim. Instytucje Europejskie zaczęły brać pod uwagę ochronę konsumentów dopiero na początku lat siedemdziesiątych. Traktat Rzymski (1957) nie przewidywał polityki konsumenckiej. Jakkolwiek niektóre artykuły takie jak 39 EEC<sup>1</sup> dotyczący rolnictwa i art. 86 EEC<sup>2</sup> dotyczący konkurencji zawierają bezpośrednie odniesienie do konsumentów i wyrażają życzenie ochrony interesów konsumentów. Bardziej ogólnie, preambuła Traktatu ustanawiającego Europejską Wspólnotę Gospodarczą wskazuje jako jeden z głównych celów Wspólnoty „stałą poprawę warunków życia i pracy” ludności tworzącej Wspólnotę.

Dopiero w połowie lat siedemdziesiątych Rada Ministrów przyjęła w rezolucji z 14 kwietnia 1975 r. pierwszy program Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej w zakresie ochrony konsumentów i polityki informacyjnej.<sup>3</sup> Był to pierwszy etap w rozwoju instrumentarium Wspólnoty na rzecz konsumentów. Zmierał on do stworzenia rzeczywistego kodu praw konsumentów we Wspólnocie. Program ten zdefiniował pięć podstawowych praw konsumentów:

- **Prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa.** Oznacza ono, że towary i usługi oferowane konsumentom w normalnych i możliwych do przewidzenia warunkach ich użycia nie mogą narażać zdrowia ani bezpieczeństwa konsumentów na ryzyko.
- **Prawo do ochrony interesu ekonomicznego.** Konsumentom powinni być chronieni przeciwko nadużyciu władzy przez sprzedawcę, a w szczególności przeciwko nadmiernie uproszczonym standardowym kontraktom, uciążliwym warunkom kredytów, agresywnym metodom sprzedaży oraz szkodom dla ich interesów ekonomicznych powodowanym przez wadliwe produkty i niesatysfakcjonujące usługi.

<sup>1</sup> Art.39,1° „Celem wspólnej polityki rolnej jest:

(...) (e) zapewnienie zaopatrzenia konsumentów po rozsądnych cenach . (...) „

<sup>2</sup> Art.86 „ Każde nadużycie przez jedno lub większą ilość przedsiębiorstw pozycji dominującej na wspólnym rynku lub jego istotnej części jest zabronione jako niemożliwe do pogodzenia ze wspólnym rynkiem o ile może mieć wpływ na stosunki handlowe między państwami członkowskimi.

Takie nadużycie może w szczególności polegać na: (...) (b) ograniczaniu produkcji, rynków lub rozwoju technicznego na szkodę konsumentów .

- **Prawo do odszkodowania.** Konsumentom należy się doradztwo i pomoc w odniesieniu do ich skarg oraz uszczerbku na zdrowiu lub szkód wynikłych z nabycia lub użycia wadliwych produktów albo nie satysfakcjonujących usług. Mają również prawo do odpowiedniego odszkodowania za taki uszczerbek na zdrowiu lub szkody, uzyskiwanego w drodze szybkich, efektywnych i niekosztownych procedur.
- **Prawo do informacji i edukacji.** Oznacza to, że nabywcom dóbr i usług powinna być udostępniona w wystarczającym zakresie informacja umożliwiająca im ocenę podstawowych cech dóbr i usług takich jak: rodzaj, jakość, i cena tak, aby wybór pomiędzy konkurującymi produktami lub usługami był racjonalny a korzystanie z nich bezpieczne. Dzieciom, młodzieży i dorosłym należy udostępnić środki edukacyjne w wyniku których winny one uzyskać zdolność do dokonywania świadomego wyboru dóbr i usług.
- **Prawo do reprezentacji** ( prawo do wysłuchania ). Należy konsultować się z konsumentami i umożliwić im wyrażanie opinii gdy przygotowywane są dotyczące ich decyzje, w szczególności poprzez organizacje zajmujące się ochroną i informowaniem konsumentów.

Ponadto Rada postanowiła w krótkim czasie podjąć działania w ramach obszernego katalogu bardzo zróżnicowanych propozycji. Jednakże ten pierwszy program nie przyniósł żadnych konkretnych rezultatów.

Rezolucją z dnia 19 maja 1981r. Rada przyjęła drugi program ochrony konsumentów i polityki informacyjnej na lata 1981-1986.<sup>4</sup>Był on pomyślany jako kontynuacja środków ochrony i informowania konsumentów rozpoczętych w ramach pierwszego, wstępnego programu oraz potwierdzenie jego celów i zasad. Ten program wzmocnił i uszczegółowił punkty orientacyjne ustanowione w programie z 1975 roku i zintensyfikował środki w tym obszarze. Proponował on także zwrócenie baczniejszej uwagi na interesy konsumentów w określaniu i realizacji polityki komunalnej. Na końcu program ten powtórzył pięć podstawowych praw konsumentów zdefiniowanych już w 1975r. : ochronę konsumentów przeciwko zagrożeniom zdrowia i bezpieczeństwa; ochronę interesów ekonomicznych

---

<sup>3</sup> O.J.,1975, C92,,25/4/1975.

<sup>4</sup> O.J., 1981, C133, 3/6/1981.

konsumenta; poprawę prawnej sytuacji konsumenta (pomoc, doradztwo, prawo do poszukiwania środków prawnych); poprawę informacji i edukacji konsumenckiej; stosowne konsultacje z konsumentami i reprezentacja ich interesów w ramach procesów podejmowania decyzji mających wpływ na ich interesy.

Program ten zdefiniował także szereg zasad wymienionych we wstępnym programie które były (i są) nadal ważne:

- Nabywcy dóbr i usług powinni być chronieni przeciwko pewnym, nieuczciwym praktykom handlowym, a w szczególności przeciwko standardowym umowom sprzedawców, wyłączeniu istotnych uprawnień w tych umowach, uciążliwym warunkom kredytowym, żądaniom zapłaty za nie zamawiane towary i agresywnym metodom sprzedaży;
- Konsument powinien być chroniony przeciwko szkodom dla jego interesów ekonomicznych powodowanym przez wadliwe produkty lub nie satysfakcjonujące usługi;
- Prezentacja i promocja dóbr i usług, włączając w to usługi finansowe, nie powinna być projektowana w zamiarze wprowadzania w błąd - bezpośrednio czy pośrednio- osoby której są one oferowane lub która zwróciła się o nie;
- Żadna forma reklamowy nie powinna wprowadzać w błąd potencjalnego nabywcy dóbr lub usług. Autor ogłoszeń reklamowych w jakimkolwiek medium musi być w stanie wykazać za pomocą właściwych środków zasadność swych twierdzeń.;
- Wszystkie informacje uwidaczniane na etykietkach w punktach sprzedaży lub w ogłoszeniach reklamowych muszą być dokładne;
- Konsument ma prawo do niezawodnej obsługi posprzedażnej na trwałe dobra konsumpcyjne, włączając w to dostarczanie części zamiennych potrzebnych do dokonywania napraw;
- Oferta dóbr dostępnych dla konsumentów powinna być na tyle szeroka aby umożliwić konsumentom dokonanie odpowiedniego wyboru.

Po roku 1985 Komisja stwierdziła, że przyjęcie kolejnych programów nie przyniosło oczekiwanych rezultatów. Z tego powodu Komisja przedstawiła Radzie nowy komunikat zawierający jasno określony kalendarz stanowczych działań. Kalendarz ten został zaaprobowany rezolucją z dnia 23 czerwca 1986r. o nowych impulsach dla polityki ochrony konsumentów.<sup>5</sup> W rezolucji tej Rada uznaje konieczność realizacji trzech głównych celów proponowanych przez Komisję.

1. wysoki poziom ochrony zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów,
2. umożliwienie konsumentom odnoszenia korzyści z rynku wspólnoty i
3. lepsze uwzględnienie interesów konsumentów w innych politykach wspólnoty.

Odnosnie pierwszego celu, Art.95 (ex 100 A) Traktatu stanowi jeden z najbardziej fundamentalnych przepisów wprowadzonych do Traktatu Rzymskiego przez *Acte Unique* w 1986r. Artykuł ten stanowi, że mając na widoku zbliżanie się narodowych przepisów w zakresie zdrowia, bezpieczeństwa, ochrony środowiska i ochrony konsumentów Komisja przyjmie jako podstawę swych propozycji „wysoki poziom ochrony”.

Traktat z Maastricht (luty 1992) o Unii Europejskiej stanowi jeden z najbardziej istotnych kroków na drodze do polityki konsumenckiej Wspólnoty. Traktat ten wyraźnie określa ochronę konsumentów jako jeden z celów polityki Wspólnoty. Artykuł 3 stwierdza, że „działania Wspólnoty będą uwzględniać ...przyczynianie się do wzmocnienia ochrony konsumentów.”<sup>6</sup>

Aby popierać interesy konsumentów i zapewnić wysoki poziom ich ochrony, Wspólnota będzie przyczyniać się do ochrony zdrowia, bezpieczeństwa i interesów ekonomicznych konsumentów, jak również popierać ich prawo do informacji, edukacji i organizowania się w celu ochrony własnych interesów.<sup>7</sup>

Cele te mają być osiągnięte poprzez:

---

<sup>5</sup> O.J., 1986, C 167.

<sup>6</sup> Art.3,1,t.

<sup>7</sup> Art. 153, 1 (ex Article 129a, 1).

- środki przyjęte stosownie do Art. 95 w kontekście doprowadzenia do końca tworzenia rynku wewnętrznego (środki harmonizacyjne);
- środki które wspierają, uzupełniają
- i monitorują politykę prowadzoną przez państwa członkowskie.<sup>8</sup>

Każde z państw członkowskich jest upoważnione do utrzymywania lub wprowadzenia ostrzejszych środków ochronnych. Muszą one jednak być zgodne z Traktatem a Komisja musi być o nich poinformowana.<sup>9</sup> Wymogi polityki ochrona konsumentów muszą być uwzględniane w trakcie formułowania i realizacji innych polityk i działań Wspólnoty.<sup>10</sup>

### **„ACQUIS COMMUNAUTAIRE ”. Krótki przegląd.**

Ustawodawstwo unijne w obszarze polityki konsumenckiej zmierza do przewyższenia niedomogów rynku i przeciwdziałania tendencji do niemal strukturalnego braku informacji poprzez zapewnienie obligatoryjnego charakteru zasadniczych informacji oraz dodatkowe reguły chroniące konsumenta. Podejście prawne w większości wypadków zgodne jest z zasadą minimalnej harmonizacji.

W obszarze zagadnień związanych z bezpieczeństwem w skład „acquis communautaire” wchodzi Dyrektywa o Ogólnym Bezpieczeństwie Produktów 92/59/EC. Dla krajów kandydackich wyzwaniem jest przejście od systemu kontroli na poziomie wytwarzania do bardziej kompleksowej kontroli rynku. Acquis obejmuje również Dyrektywę o odpowiedzialności za produkt (85/374/EEC) i o niebezpiecznym naśladownictwie (87/357/EEC)<sup>11</sup>

- Interesy ekonomiczne konsumentów w obszarze usług finansowych chronione są Dyrektywą o kredytach konsumenckich (87/102/EEC), (90/88/EEC), (98/7/EC).

<sup>8</sup> Art. 153,3.

<sup>9</sup> Art.153, 5.

<sup>10</sup> Art. 153, 2.

<sup>11</sup> Third Seminar on Consumer Policy for Candidate Countries, 22 November 2000.

Z przeglądem dyrektyw w zakresie ochrony konsumentów i polityki konsumenckiej w ogólności, można zapoznać się także na stronach internetowych DG Health and Consumer Protection: [http://europa.eu.int/comm/dgs/health\\_consumer/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_en.htm)

- Dyrektywy o oznaczaniu cen (98/6/EC), wprowadzającej w błąd reklamie (84/450/EEC) i reklamie porównawczej (97/55/EC) zajmują się aspektami konsumenckimi w obszarze reklamie i informacji.
- Praktyki handlowe objęte są Dyrektywą o sprzedaży obnośnej (87/557/EEC) i Dyrektywą o sprzedaży na odległość (97/7/EC) jak również Dyrektywą o nakazach w zakresie ochrony interesów konsumentów (98/27/EC) i Dyrektywą o niektórych aspektach sprzedaży dóbr konsumpcyjnych i związanych z nimi gwarancjach.(99/44/EC).
- Dyrektywa o nieuczciwych warunkach kontraktowych (93/13/EEC), Dyrektywa o dzieleniu czasu (97/47/EC) oraz Dyrektywa o pakietach podróży i wycieczkach wakacyjnych (90/314/EC) dotyczą umów konsumenckich.

## II. „ACQUIS COMMUNAUTAIRE”

### 1. Reklama wprowadzająca w błąd

Pierwszą ważną dyrektywą w obszarze prawa konsumenckiego była Dyrektywa Rady 84/450/EEC dotycząca wprowadzającej w błąd reklamy.<sup>12</sup> Została ona zmieniona Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 97/55/EC celem włączenia reklamy porównawczej.<sup>13</sup>

Celem tych dyrektyw jest ochrona nie tylko konsumentów lecz również wszystkich osób zajmujących się handlem lub prowadzących przedsiębiorstwo bądź trudniących się rzemiosłem czy uprawiających wolne zawody, oraz ochrona interesów publicznych w ogólności, przeciwko wprowadzającej w błąd reklamie i jej nieuczciwym konsekwencjom.

Celem ich jest również określenie warunków dopuszczalności reklamy porównawczej.

Dyrektywy posługują się szerokim pojęciem reklamy oznaczającym składanie zapewnień w dowolnej formie w związku z prowadzeniem handlu, przedsiębiorstwa, uprawianiem rzemiosła albo wolnego zawodu, w zamiarze promowania dostarczania dóbr i usług, włączając w to nieruchomości, prawa i zobowiązania.

<sup>12</sup> Council Directive 84/450/EEC of 10 September 1984 relating to the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning misleading advertising, O.J.,L250,19/9/1984.

<sup>13</sup> Directive 97/55/EC of Euroean Parliament and the Council of 6 October 1997 amending Directive 84/450/EEC concerning misleading advertising so as to include comparative advertising, O.J.,1997,L290, 23/10/1997: Corrigenda :O.J., 1998,L194, 10/7/1998; O.J., 1999, L151, 18/6/1999.

### Dyrektywa 84/450/EEC

„Wprowadzająca w błąd reklama” jest definiowana jako każda reklama która w jakikolwiek sposób, włączając w to jej prezentację, oszukuje lub stwarza prawdopodobieństwo oszukiwania osób do których jest adresowana lub do których dociera i która z powodu jej oszukańczego charakteru stwarza prawdopodobieństwo wpływania na ich zachowania ekonomiczne albo która z tych powodów wyrządza szkodę lub stwarza prawdopodobieństwo wyrządzenia szkody konkurentowi.

Aby ustalić czy reklama wprowadza w błąd należy wziąć pod uwagę następujące cechy:

- cechy charakteryzujące dobra lub usługi ( ma przykład ich dostępność, rodzaj, wykonanie, skład, metodę i datę wytworzenia lub wykonania, przydatność, zastosowania, ilość, dokładne określenie, pochodzenie geograficzne bądź handlowe, oczekiwane rezultaty ich użycia, rezultaty i istotne cechy testów lub kontroli przeprowadzonych w odniesieniu do dóbr lub usług);
- cenę lub sposób jej kalkulacji;
- warunki na których dobra są dostarczane lub wykonywane są usługi;
- charakter, właściwości i prawa autora reklamy.

Dla zapewnienia skutecznej kontroli nad wprowadzającą w błąd reklamą państwa członkowskie powinny zapewnić stosowne i skuteczne środki, takie jak stworzenie możliwości osobom lub organizacjom posiadającym uzasadniony interes:

- wnoszenia środków prawnych przeciwko wprowadzającej w błąd reklamie i/oraz
- stawiania skarg odnośnie wprowadzającej w błąd reklamy pod ocenę upoważnionych władz administracyjnych podejmujących decyzje co do istoty sprawy lub wszczęcia stosownego postępowania prawnego.

Państwa członkowskie powinny również przekazać sądom lub władzom administracyjnym odpowiednie kompetencje upoważniające je do:

- nakazania zaprzestania wprowadzającej w błąd reklamy albo wdrożenia w tym celu stosownej procedury prawnej ;

- ustanowienia zakazu w stosunku do wprowadzającej w błąd reklamy przewidywanej w najbliższym czasie do publikacji albo wdrożenia w tym celu stosownej procedury.

Środki te mogą być również stosowane w ramach przyspieszonej procedury o skutku tymczasowym lub ostatecznym. Dyrektywa powyższa nie wyklucza dobrowolnej kontroli nad wprowadzającą w błąd reklamą wykonywanej przez organy samorządowe jeśli procedury przed takimi organami stanowią uzupełnienie postępowania sądowego lub administracyjnego.

### **Dyrektywa 97/55/EC**

Celem tej dyrektywy jest określenie warunków pod którymi reklama porównawcza jest dopuszczalna. Reklama porównawcza definiowana jest jako każda reklama która sposobem wyraźnym lub dorozumianym identyfikuje konkurenta, towary lub usługi przez niego oferowane.

Reklama porównawcza jest dopuszczalna gdy spełnione są następujące warunki:

- nie wprowadza w błąd;
- porównuje dobra lub usługi zaspokajające te same potrzeby lub przeznaczone do tego samego celu;
- obiektywnie porównuje jedną lub więcej ważnych, istotnych z danego punktu widzenia, weryfikowalnych i reprezentatywnych cech dóbr i usług, włączając w to ewentualnie ceny;
- nie powoduje na rynku mylenia autora reklam i jego konkurenta, ich znaków handlowych, nazw handlowych albo innych wyróżniających ich marek, towarów lub usług;
- nie dyskredytuje ani nie deprecjonuje znaków handlowych, nazw handlowych, innych wyróżniających marek, dóbr, usług, działalności lub okoliczności związanych z konkurentem;
- w stosunku do produktów o oznaczonym pochodzeniu, w każdym przypadku odnosi się do produktów o tym samym pochodzeniu;
- nie wykorzystuje w sposób nieuczciwy dobrej reputacji znaków handlowych, nazwy handlowej lub innych wyróżniających marek konkurenta albo oznaczonego pochodzenia konkurencyjnych produktów;

- nie przedstawia dóbr lub usług jako imitacji dóbr lub usług posiadających chroniony prawem znak handlowy lub nazwę handlową;

Ponadto każde porównanie odnoszące się do specjalnej oferty powinno wskazywać w sposób jasny i niedwuznaczny datę zakończenia oferty albo tam gdzie to ma zastosowanie zaznaczenie, że oferta zależy od dostępności dóbr i usług, bądź w wypadku gdy specjalna oferta jeszcze się nie rozpoczęła – datę rozpoczęcia okresu podczas którego specjalna cena lub specjalne warunki będą stosowane.

Przepisy o kontroli nieuczciwej reklamy stosuje się także do zakazanej reklamy porównawczej.

## **2. Umowy negocjowane poza lokalem przedsiębiorstwa.<sup>14</sup>**

Celem dyrektywy jest ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi w związku z umowami negocjowanymi poza lokalem przedsiębiorstwa. Specjalną cechą umów negocjowanych poza lokalem przedsiębiorstwa handlowego jest to, że z reguły są one inicjowane przez handlowca, a konsument nie jest do nich przygotowany. Ponadto konsument często nie jest w stanie porównać ceny i jakości oferty z innymi ofertami. Jest także element zaskoczenia który generalnie występuje nie tylko w umowach zawieranych przy sprzedaży obnośnej ale także w innych formach umów zawieranych przez handlowca poza budynkiem przedsiębiorstwa.

Dyrektywa przyznaje konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy w terminie nie krótszym niż siedem dni, aby dać mu możliwość oceny zobowiązań wynikających z umowy. Konsument o przysługującym mu okresie na zastanowienie się powinien być poinformowany na piśmie. Ważne jest podkreślenie, że dyrektywa ma zastosowanie tylko do umów zawieranych z konsumentami, tj. osobami fizycznymi działającymi w celach nie związanych z ich rzemiosłem lub zawodem.

---

<sup>14</sup> Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the Consumer in respect of contracts negotiated away from business premises, O.J., 1985, L372, 31/12/1985.

Dyrektywa ma zastosowanie do:

- umów zawieranych pomiędzy handlowcem a konsumentem w czasie wycieczki zorganizowanej przez handlowca poza budynkiem jego przedsiębiorstwa;
- umów zawartych podczas wizyty handlowca w domu konsumenta lub innego konsumenta, albo w miejscu pracy konsumenta, jeśli wizyta nie następuje na wyraźne życzenie konsumenta;
- umów na dostarczenie dóbr lub usług innych niż te w związku z którymi konsument prosił o wizytę handlowca pod warunkiem, że w czasie w którym prosił o wizytę nie wiedział lub nie mógł rozsądnie przypuszczać, że dostarczanie tych innych dóbr lub usług stanowi część handlowej lub zawodowej działalności handlowca;
- umów w ramach których konsument składa umowną lub pozaumowną propozycję złożenia wizyty przez handlowca lub wzięcia udziału w wycieczce organizowanej przez handlowca.

Oznacza to, że dyrektywa ma zastosowanie m.in. do sprzedaży obnośnej, sprzedaży na targach itp. We wszystkich tych wypadkach wymaga się od handlowców aby w czasie zawierania umowy udzielali konsumentom pisemnej i opatrzonej datą informacji o prawie jej unieważnienia w czasie nie krótszym niż siedem dni, łącznie z podaniem nazwiska i adresu osoby w stosunku do której prawo to może być zrealizowane.

Dyrektywa ta nie ma zastosowania do :

- umów o roboty budowlane, sprzedaż lub dzierżawę nieruchomości lub umów dotyczących praw odnoszących się do nieruchomości;
- umów na dostarczanie żywności, napojów lub innych dóbr przeznaczonych na bieżącą konsumpcję w gospodarstwie domowym, dostarczanych okresowo przez re dostawców;
- umów na dostarczenie dóbr lub usług w wypadkach: a) gdy umowa jest zawarta na podstawie katalogu handlowego który konsument może czytać bez obecności handlowca, b) gdzie wyrażona została intencja kontynuowania kontaktów między handlowcem i konsumentem w odniesieniu do zawartej transakcji, c) gdzie zarówno katalog jak i kontrakt jasno informują konsumenta o jego prawie zwrócenia dóbr dostawcy w czasie nie

krótszym niż siedem dni od ich otrzymania , lub unieważnienia umowy w tym okresie w inny sposób, bez obowiązku innego niż rozsądna troska o dobra;

- umów ubezpieczeniowych;
- umów dotyczących papierów wartościowych.

### 3. Kredyt konsumencki <sup>15</sup>

Celem tej dyrektywy jest harmonizacja ogólnych warunków i reguł rządzących kredytem konsumenckim oraz ochrona konsumentów przeciwko nieuczciwym warunkom kredytu.

Nie ma ona zastosowania do:

- umów kredytowych w celu nabycia lub utrzymania praw własności do gruntów i budynków;
- umów kredytowych w celu renowacji lub podniesienia standardu budynku;
- umów najmu z wyjątkiem tych które przewidują ostateczne przejście tytułu własności na najemcę;
- kredytów nie oprocentowanych lub zwolnionych z innych opłat;
- umów o kredytach nie oprocentowanych, pod warunkiem ,że konsument zgadza się na zwrot kredytu pojedynczą płatnością;
- kredytu w formie zaliczek na rachunku bieżącym przyznanych przez instytucje kredytową lub finansową , innych niż na rachunkach kart kredytowych;
- umów kredytowych opiewających kwoty niższe niż 200 ECU lub wyższe niż 20000 ECU;

---

<sup>15</sup> - Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit, O.J., 1987, L42, 12/2/1987.

- Council Directive 90/88/EEC of 22 February 1990 amending Directive 87/102/EEC for the approximation of laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit, O.J., 1990, L61, 10/3/1990.

- Directive 98/7/EC of the European Parliament and the Council of 16 February 1998 amending Directive 87/102/EEC for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit, O.J., 1998, L101, 1/4/1998.

- umów kredytowych w ramach których od konsumenta wymaga się zwrotu kredytu w ciągu trzech miesięcy, lub poprzez maksymalną liczbę czterech płatności w okresie 12 miesięcy;
- Państwa Członkowskie mogą w porozumieniu Komisją wyłączyć niektóre typy kredytów udzielanych po stawkach opłat niższych niż rynkowe i które nie są oferowane ogólnie dla publiczności.

Nie naruszając Dyrektywy o wprowadzającej w błąd i nieuczciwej reklamie, każde ogłoszenie lub jakakolwiek inna oferta wystawiona w budynku w którym prowadzona jest działalność gospodarcza, w której osoba proponuje kredyt lub zawarcie umowy kredytowej i w której wskazane jest oprocentowanie lub inne liczby odnoszące się do kosztów kredytu, musi również zawierać informację o rocznej stopie procentowej opłat, za pomocą reprezentatywnego przykładu, jeśli inny sposób nie jest przydatny.

umowy kredytowe muszą mieć formę pisemną a konsument powinien otrzymać kopię porozumienia. Poza istotnymi warunkami umowy (takimi jak: opis dóbr, suma depozytu, kwota limitu kredytowego, opis żądanego zabezpieczenia...) umowa musi określać roczną, procentową stopę opłat i warunki w których może ona zostać zmieniona.

Jeśli kredyt udzielany jest w formie zaliczki na rachunku bieżącym innym niż rachunek kart kredytowych, konsument musi być poinformowany na piśmie, w czasie zawierania umowy lub przed jej zawarciem: o limicie kredytu, jeśli taki istnieje; o rocznej stopie oprocentowania; o zastosowanych opłatach m oraz o procedurze wypowiedzenia umowy. Ponadto, w okresie trwania umowy konsument powinien być informowany o wszelkich zmianach rocznych stóp oprocentowania lub odpowiednich opłat w czasie gdy są one dokonywane.

Jeśli kredyt udzielany jest na nabycie dóbr Państwa Członkowskie muszą zdefiniować warunki pod którymi może nastąpić zwrot posiadania dóbr, w szczególności jeśli konsument nie wyraził zgody. Ponadto muszą one zapewnić, że żadna ze stron nie zostanie bezpodstawnie wzbogacona. Konsument może zwolnić się ze swych zobowiązań wynikających z umowy kredytowej przed oznaczonym w niej terminem. W takim wypadku konsument powinien mieć prawo do odpowiedniej redukcji całkowitych kosztów kredytu.

Dyrektywy 90/88/EEC i 98/7/EC przedstawiają formułę matematyczną przeznaczoną do zastosowania przy kalkulacji rocznej stopy procentowej opłat oraz ustalania kosztów kredytu

#### 4. Pakiety podróże, urlopowe i wycieczkowe<sup>16</sup>

Celem tej dyrektywy jest zbliżenie ustaw, rozporządzeń i przepisów administracyjnych państw członkowskich odnoszących się do pakietów sprzedanych lub oferowanych do sprzedaży na terytorium Wspólnoty.

„Pakiet” oznacza przygotowaną z góry kombinację nie mniej niż dwóch z pośród wymienionych niżej komponentów, sprzedanych lub oferowanych do sprzedaży po łącznej cenie, gdy usługa obejmuje okres dłuższy niż 24 godziny albo obejmuje nocleg:

- a) transport,
- b) zakwaterowanie,
- c) inne usługi turystyczne nie związane z usługą transportową lub zakwaterowaniem i mające znaczący udział w pakiecie.

Wystawianie osobnych rachunków na różne komponenty tego samego pakietu nie ma znaczenia.

Materiały opisowe odnoszące się do pakietu i dostarczane przez organizatora lub sprzedawcę detalicznego do konsumenta, cena pakietu i jakiegokolwiek inne warunki mające zastosowanie do umowy muszą być prawdziwe. Oznacza to, że nie mogą zawierać żadnych wprowadzających w błąd informacji. Jakakolwiek broszura udostępniana konsumentowi musi przedstawiać w sposób czytelny, zrozumiały i dokładny zarówno cenę jak i stosowne informacje dotyczące:

- miejsce przeznaczenia, środki, cechy charakterystyczne i kategorie użytego transportu;
- rodzaj zakwaterowania, jego lokalizację, kategorię lub stopień komfortu i jego główne cechy, jego akceptację i klasyfikację turystyczną według reguł będącego gospodarzem Państwa członkowskiego o które chodzi;

---

<sup>16</sup> Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours O.J., 1990, L158, 23/6/1990.

- plan posiłków;
- trasę podróży;
- ogólną informację o wymaganiach paszportowych i wizowych w stosunku do obywateli Państw Członkowskich lub państw o które chodzi, oraz formalności zdrowotne wymagane na podróż i na pobyt;
- kwotę pieniężną lub procent ceny który musi być wpłacony na rachunek i harmonogram pozostałych płatności;
- czy wymagana jest minimalna liczba uczestników aby pakiet został zrealizowany, a jeśli tak jest – ostateczny termin poinformowania konsumentów w wypadku odwołania imprezy.

Informacja podana w broszurze jest wiążąca dla organizatora lub sprzedawcy detalicznego chyba, że:

- zmiany w zakresie poszczególnych punktów były zgłoszone konsumentowi przed podpisaniem umowy, o czym broszura powinna wyraźnie uprzedzać,
- zmiany dokonywane są później po porozumieniu stron umowy.

Przed podpisaniem umowy organizator i/lub sprzedawca detaliczny powinni dostarczyć konsumentowi pisemną informację ogólną o wymaganiach paszportowych i wizowych niezbędnych na podróż i pobyt. Organizator i/lub sprzedawca detaliczny muszą również przekazać na piśmie i z odpowiednim wyprzedzeniem przed rozpoczęciem podróży:

- czas i miejsce pośrednich przystanków na trasie, połączenia komunikacyjne oraz szczegóły odnośnie miejsca które ma być zajęte przez podróżnego, np. kabina lub łóżko na statku, przedział w wagonie sypialnym;
- nazwę, adres i numer telefonu organizatora i/lub lokalnego przedstawiciela sprzedawcy detalicznego, a wypadku jego braku - lokalne agencje o których pomoc konsument może się zwrócić w wypadku trudności, a wypadku ich braku - numer telefonu z którego można skorzystać w sytuacjach krytycznych;
- niektóre dodatkowe informacje w przypadku podróży z udziałem osób niepełnoletnich;

- informacje odnośnie możliwości dobrowolnego ubezpieczenia od kosztów rezygnacji przez konsumenta albo kosztów pomocy, włącznie z powrotem do kraju, w razie wypadku lub choroby.

Umowa musi mieć formę pisemną i powinna zawierać przynajmniej następujące elementy:

(jeśli mają zastosowanie w konkretnym pakiecie)

- miejsce(a) przeznaczenia podróży, a jeśli przewidziane są okresy pobytu wskazanie tych okresów i dat ;
- środki, cechy charakterystyczne i kategorie transportu który ma być użyty, daty, czasy i punkty odjazdów i powrotów;
- w przypadkach gdy pakiet przewiduje zakwaterowanie, jego lokalizację, kategorie turystyczną lub stopień komfortu, jego główne cechy, jego
- zgodność z przepisami Państwa Członkowskiego o które chodzi, będącego gospodarzem oraz plan posiłków ;
- zaznaczenie czy dla realizacji pakietu wymagana jest minimalna liczba uczestników , a jeśli tak, ostateczny termin poinformowania konsumenta; w wypadku odwołania imprezy;
- trasę podróży ;
- wizyty, wycieczki i inne usługi włączone w uzgodnioną, całkowitą cenę pakietu;
- nazwa i adres organizatora , sprzedawcy detalicznego oraz, gdy ma to zastosowanie, ubezpieczyciela;
- cenę pakietu, wskazanie możliwości rewizji ceny oraz i wskazanie wszelkich należności, podatków i wynagrodzeń pobieranych za niektóre usługi (ładowanie, wejście na statek i zejście ze statku w portach morskich i powietrznych, opłaty turystyczne) jeśli nie są one włączone w cenę pakietu;
- harmonogram i sposób dokonania płatności;
- specjalne życzenia które konsument zakomunikował organizatorowi lub sprzedawcy detalicznemu w czasie dokonywania rezerwacji i które zostały zaakceptowane przez obie strony;

- obowiązujące konsumenta terminy na wnoszenie skarg dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania umowy.

Ustalone w umowie ceny nie mogą ulec zmianie chyba, że umowa wyraźnie przewiduje możliwość rewizji cen w górę lub w dół. Konsument ma także prawo do przekazania swej rezerwacji innej osobie.

## 5. Okresowe korzystanie z nieruchomości<sup>17</sup>

Celem tej dyrektywy jest zbliżenie ustaw, rozporządzeń i przepisów administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących ochrony osób które nabywają prawo do okresowego korzystania z nieruchomości. Ma ona zastosowanie do „umów odnoszących się bezpośrednio lub pośrednio do nabywania praw do okresowego korzystania z jednej lub więcej nieruchomości”. Należy przez to rozumieć umowę lub pakiet umów zawartych na okres nie krótszy niż trzy lata, na mocy których bezpośrednio lub pośrednio i za zapłatą określonego wynagrodzenia ryczałtowego, ustanowione zostaje prawo do gruntu lub jakiegokolwiek inne prawo odnoszące się do korzystania z jednej lub więcej nieruchomości w ciągu określonego lub możliwego do określenia czasu na przestrzeni roku, nie krótszego niż jeden tydzień, bądź też prawo takie jest przenoszone albo jest przedmiotem zobowiązania do jego przeniesienia.

Większość małych i średnich przedsiębiorstw nie jest zaangażowanych w taką działalność. Ponieważ jednak dyrektywa jest częścią „acquis communautaire”, należy o niej pokrótce wspomnieć.

Dyrektywa obejmuje jedynie aspekty odnoszące się do:

- informacji o istotnych częściach składowych umowy i ustaleń dotyczących przekazywania tych informacji;
- procedur i ustaleń dotyczących unieważnienia umowy lub odstąpienia od niej;

Od każdego sprzedawcy wymaga się, aby każdej osobie zwracającej się o informację o nieruchomości lub nieruchomościach dostarczył dokument, który w uzupełnieniu do ogólnego opisu nieruchomości będzie przynajmniej pokrótce i dokładnie informował o niektórych szczegółach takich jak: tożsamość i miejsce zamieszkania stron, dokładny opis nieruchomości i jej lokalizacji, usługi (światło, woda) obiekty do wspólnego użytku itp., oraz o tym w jaki sposób można uzyskać dalsze informacje. Każde ogłoszenie odnoszące się do nieruchomości o której mowa powinno także wskazywać na możliwość uzyskania tego dokumentu i miejsce gdzie jest on dostępny.

Aby zapewnić nabywcy wysoki poziom ochrony i mając na uwadze szczególne cechy charakterystyczne systemów okresowego korzystania z nieruchomości, umowa musi zawierać niektóre pozycje traktowane jako minimum. Ponadto dyrektywa określa język w który umowa musi być sporządzona. Wszelkie płatności zaliczkowe nabywcy przed końcem okresu w ciągu którego może on wykonać swoje prawo odstąpienia od umowy (10 dni od podpisania umowy) są zakazane.

## **6. Nieuczciwe warunki w umowach konsumenckich .<sup>18</sup>**

Celem dyrektywy jest ustanowienie zakazu stosowania nieuczciwych warunków w umowach z konsumentami. Dyrektywa ta również ma zastosowanie tylko do umów konsumenckich, przez co rozumie się osoby fizyczne działające dla celów nie związanych z ich rzemiosłem, przedsiębiorstwem, zawodem.

Dyrektywa ta ma zastosowanie wyłącznie do „warunków które nie są indywidualnie negocjowane”. Warunek umowny które nie był indywidualnie negocjowany będzie uważany za nieuczciwy , jeśli wbrew zasadom dobrej wiary powoduje znaczną nierównowagę na niekorzyść konsumenta , w wynikających z umowy prawach i obowiązkach stron. Dla oceny nieuczciwego charakteru warunku umownego bierze się pod uwagę:

---

<sup>17</sup> Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable property on a timeshare basis, O.J., 1994, L280, 29/10/1994.

<sup>18</sup> Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on Unfair Terms in Consumer Contracts, O.J., 1993, L95, 21/4/1993.

- charakter dóbr i usług których dotyczy umowa;
- okoliczności towarzyszące sporządzeniu umowy;
- inne warunki określone w tej umowie lub w innej umowie do której się ona odnosi.

Warunek będzie zawsze uważany za nie negocjowany indywidualnie , jeśli został z góry sformułowany i z tego powodu konsument nie mógł mieć wpływu na jego istotną treść, w szczególności w kontekście używania gotowych umów standardowych. Fakt, że niektóre aspekty tego warunku, lub jakiś specyficzny warunek był indywidualnie negocjowany nie wyklucza zastosowania tych reguł do pozostałej części umowy jeśli mimo to ogólna jej ocena wskazuje, że jest to gotowa umowa standardowa. Jeśli strona profesjonalna utrzymuje, że standardowy warunek był indywidualnie negocjowany , ciężar przeprowadzenia dowodu w tym zakresie spoczywa na nim. W przypadku umów w których wszystkie lub niektóre warunki oferowane konsumentowi mają formę pisemną , muszą one być sformułowane w prostym, zrozumiałym języku. Jeśli powstają wątpliwości co do znaczenia jakiegoś warunku należy przychylić się do interpretacji najbardziej korzystnej dla konsumenta. Dyrektywa zawiera przykładową , nie-wyczerpującą listę warunków które mogą być uznane za nieuczciwe.

Warunki których celem lub skutkiem jest:

- wyłączenie lub ograniczenie odpowiedzialności prawnej sprzedawcy albo dostawcy w wypadku śmierci lub uszkodzenia ciała konsumenta będącego wynikiem działania albo zaniedbania sprzedawcy lub dostawcy;
- niewłaściwe wyłączenia lub ograniczenie ustawowych praw konsumenta w stosunku do sprzedawcy, dostawcy lub innego podmiotu w wypadku całkowitego lub częściowego niewykonania lub niewłaściwego wykonania przez sprzedawcę albo dostawcę jakiegokolwiek zobowiązania umownego, włączając w to opcję kompensaty długu należnego sprzedawcy albo dostawcy, z jakimkolwiek długiem który konsument może posiadać w stosunku do niego;
- nadanie mocy wiążącej umowie po stronie konsumenta , podczas gdy świadczenie usług przez sprzedawcę lub dostawcę zostało uzależnione od warunku którego spełnienie zależy wyłącznie od ich woli;

- zezwolenie sprzedawcy lub dostawcy zatrzymania sum zapłaconych przez konsumenta w wypadku gdy ten ostatni decyduje się nie podpisać albo nie wykonywać umowy, bez zagwarantowania konsumentowi otrzymania od sprzedawcy lub dostawcy rekompensaty w takiej samej kwocie, na wypadek gdy ta ostatnia strona odstępuje od umowy;
- żądanie od konsumenta który nie wywiązał się ze swego zobowiązania zapłaty nieproporcjonalnie wysokiej kwoty rekompensaty;
- upoważnienie sprzedawcy lub dostawcy do rozwiązania umowy według własnego uznania podczas gdy tej samej możliwości nie zagwarantowano konsumentowi, albo zezwolenie sprzedawcy lub dostawcy na zatrzymanie sum zapłaconych za usługi jeszcze przez nich nie dostarczone w wypadku gdy oni sami są stroną rozwiązującą umowę;
- umożliwienie sprzedawcy lub dostawcy wypowiedzenia umowy zawartej na czas nieokreślony bez rozsądnego powiadomienia, wyjąwszy sytuację gdy istnieją poważne powody by tak uczynić;
- nieodwołalne związanie konsumenta warunkami z którymi nie miał realnej możliwości zapoznania się przed zawarciem umowy;
- umożliwienie sprzedawcy lub dostawcy jednostronnej zmiany warunków umowy bez ważnego, określonego w umowie powodu;
- umożliwienie sprzedawcy lub dostawcy jednostronnej zmiany jakichkolwiek cech charakterystycznych produktu lub usługi będącej przedmiotem świadczenia, bez ważnego, określonego w umowie powodu ;
- ustalenie, że cena dóbr zostanie określona w czasie dostawy, lub zezwolenie sprzedawcy dóbr albo dostawcy usług na podniesienie ceny bez zagwarantowania konsumentowi w obu wypadkach prawa do odstąpienia od umowy jeśli ostateczna cena okaże się zbyt wysoka w stosunku do ceny uzgodnionej w czasie zawierania umowy;
- przyznanie sprzedawcy lub dostawcy prawa do określeni czy dostarczane dobra lub usługi są zgodne z umową albo przyznanie im wyłącznego prawa do interpretacji jakichkolwiek warunków umowy;
- ograniczenie obowiązku sprzedawcy lub dostawcy do respektowania zobowiązań podjętych przez ich agentów, albo też uzależnienie ich zobowiązań od zgodności ze szczególnymi wymogami formalnymi;

- zobowiązanie konsumenta do wypełnienia wszystkich jego zobowiązań w wypadku gdy sprzedawca lub dostawca nie wypełnia własnych;
- przyznanie sprzedawcy lub dostawcy możliwości przeniesienia swych praw i obowiązków wynikających z umowy w wypadkach gdy może to służyć ograniczeniu gwarancji dla konsumenta bez uzyskania jego zgody;
- wyłączenie lub utrudnianie realizacji prawa konsumenta do wniesienia powództwa lub korzystania z innego środka prawnego, w szczególności poprzez żądanie aby konsument kierował spory wyłącznie do arbitrażu nie uregulowanego przez przepisy prawne, niesłuszne ograniczanie dostępnych dla niego dowodów lub też przerzucanie na niego ciężaru dowodu, który zgodnie ze znajdującymi zastosowanie przepisami prawa powinien obciążać drugą stronę umowy.

## 7. Umowy zawierane na odległość.<sup>19</sup>

Celem tej dyrektywy jest zbliżenie ustaw, rozporządzeń i przepisów administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących umów zawieranych na odległość. między konsumentami i dostawcami, jak również nałożenie obowiązujących reguł odnoszących się do wysyłkowej sprzedaży nie zamówionych towarów oraz używanych przez dostawców technik komunikowania się na odległość.

„Umowa zawarta na odległość” definiowana jest jako każda umowa dotycząca dóbr lub usług, zawarta między dostawcą i konsumentem w ramach zorganizowanej sprzedaży na odległość lub systemu świadczenia usług prowadzonego przez sprzedawcę, który w celu zawierania umów posługuje się wyłącznie jednym lub większą ilością środków komunikowania się na odległość, aż do momentu i włączając w to moment w którym umowa zostaje zawarta. Element odległości oznacza, że dwie strony nie spotykają się twarzą w twarz i że nie występuje równoczesna fizyczna obecność dostawcy i konsumenta.

---

<sup>19</sup> Directive 97/7/EC of the European Parliament and the Council of 20 May 1997 on the Protection of Consumers in respect of Distance Contractw, O.J., 1997, L144, 4/6/1997.

Ta forma sprzedaży obejmuje szeroki zakres działalności handlowej przy użyciu katalogów i zamówień przesyłanych pocztą, reklam prasowych, osobistej sprzedaży bezpośredniej, internetu, telefaksu, poczty elektronicznej, automatycznej sprzedaży telefonicznej, itp..

Tym niemniej niektóre, wymienione niżej działania nie są objęte zakresem regulacji dyrektywy:

- usługi finansowe;
- automatyczne maszyny sprzedające albo zautomatyzowane obiekty handlowe;
- umowy zawierane z operatorami telekomunikacji przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych ;
- budowa i sprzedaż nieruchomości lub odnosząca się do innych praw związanych z nieruchomościami, z wyjątkiem najmu;
- aukcje.

Przed zawarciem jakiegokolwiek umowy na odległość muszą być przekazane następujące informacje:

- tożsamość dostawcy i w wypadku umów wymagających płatności z góry, jego adres;
- główne cechy charakterystyczne dóbr lub usług;
- cena dóbr lub usług z uwzględnieniem wszelkich podatków;
- koszty dostawy;
- ustalenia dotyczące płatności, dostawy lub wykonania;
- istnienie prawa do odstąpienia od umowy;
- okres ważności oferty lub ceny;
- minimalny okres trwania umowy, w wypadku umów na stałe lub okresowe dostawy produktów lub usług.

Konsument powinien otrzymać w formie pisemnej (lub za pomocą innego trwałego, dostępnego dla niego medium, np. poczta elektroniczna...) potwierdzenie dotyczące:

- warunków i procedur wykonania prawa do odstąpienia od umowy;

- adresu geograficznego siedziby dostawcy do którego konsument może zwracać się z reklamacjami ;
- informacji na temat posprzedażnej obsługi serwisowej i gwarancji;
- oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Konsument ma prawo do odstąpienia od każdej umowy zawartej na odległość w terminie nie krótszym niż siedem dni roboczych, bez opłat karnych i bez potrzeby podawania jakichkolwiek powodów. Jedyna opłata jaką można obciążyć konsumenta odnosi się do bezpośredniego kosztu zwrotu dóbr. Jeśli dostawca nie wypełnił swych obowiązków informacyjnych , termin ten ulega przedłużeniu do trzech miesięcy.

Konsument nie ma natomiast prawa do odstąpienia od umowy – chyba, że strony umówiły się inaczej – w następujących przypadkach:

- już rozpoczętego za zgodą konsumenta świadczenia usług - przed zakończeniem okresu siedmiu dni roboczych;
- dostawy dóbr lub usług których cena zależy od fluktuacji na rynku finansowym na który dostawca nie ma wpływu;
- dostawy dóbr lub usług zrealizowanej stosownie do specyfikacji konsumenta lub w sposób oczywisty dostosowanej do jego osobistych potrzeb, albo takiej która ze względu na jej charakter nie może być zwrócona bądź też narażona jest na pogorszenie lub szybko przemija;
- dostarczenia niezabezpieczonych przez konsumenta zapisów audio lub video albo oprogramowania komputerowego ;
- dostawy prasy, periodyków i magazynów;
- usług dotyczących gier i loterii.

Jeśli strony nie uzgodniły inaczej zamówienie powinno być wykonane w ciągu maksimum trzydziestu dnia. W przypadku gdy zamówione dobra lub usługi okażą się nieosiągalne, należy o tym poinformować konsumenta a wszelkie wpłacone przez niego sumy pieniężne powinny być zwrócone w ciągu trzydziestu dnia. Tym niemniej dostawca może dostarczyć konsumentowi towary lub usługi o takiej samej jakości i cenie , o ile o takiej możliwości

konsument został poinformowany w sposób jasny i zrozumiały przed lub podczas zawierania umowy. Koszt zwrotu dóbr w następstwie wykonania prawa do odstąpienia od umowy powinien w tym wypadku być poniesiony przez dostawcę, o czym konsument powinien zostać poinformowany. W przypadku dostawy dóbr nie zamówionych, nie udzielenie odpowiedzi przez konsumenta nie oznacza jego zgody.

Przepisów dotyczących wcześniejszej informacji, pisemnego ich potwierdzenia, prawa do odstąpienia od umowy i wykonania nie stosuje się do:

- umów na dostawę artykułów żywnościowych, napojów lub innych codziennego spożycia dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do domu konsumenta, jego miejsca zamieszkania lub pracy ;
- umów na dostarczanie usług w zakresie zakwaterowania, transportu, gastronomii, rozrywek, jeśli dostawca zobowiązuje się w czasie zawierania kontraktu do dostarczenia tych usług w oznaczonym dniu lub oznaczonym okresie.

## 8. Oznaczanie cen.<sup>20</sup>

Jest to jedna z ważniejszych dyrektyw dotyczących informowania konsumentów. Jest ona nadzwyczaj istotna dla handlu detalicznego. Celem jej jest ustalenie sposobu oznaczania ceny sprzedaży i ceny jednostki miarowej produktów oferowanych przez handlowców konsumentom, dla poprawy informacji konsumenckiej i ułatwienia porównywania cen.

Dyrektywa zawiera **dwie podstawowe reguły** oznaczania cen:

1)Cena sprzedaży i cena jednostkowa musi być oznaczona dla wszystkich produktów oferowanych przez handlowców konsumentom.

**2)Cena sprzedaży i cena jednostkowa musi być niedwuznaczna, łatwa do identyfikacji i prawidłowego odczytania.**

Dla zrozumienia tych dwóch reguł niezbędne jest wyjaśnienie następujących pojęć:

---

<sup>20</sup> Directive 98/6/EC of the European Parliament and the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the price of products offered to consumers; O.J., 1998, L80, 18/3/1998.

„Handlowiec” - oznacza każdą osobę fizyczną lub prawną sprzedającą lub oferującą do sprzedaży produkty wchodzące w zakres jego działalności handlowej lub zawodowej.

„Konsument” - oznacza każdą osobę fizyczną która kupuje produkty w celach nie związanych z jej działalnością handlową lub zawodową.

„Cena sprzedaży” - oznacza cenę ostateczną jednostki produktu lub jego określonej ilości łącznie z VATem i wszelkimi innymi podatkami.

„Cena jednostkowa” - oznacza cenę ostateczną łącznie z VATem i wszelkimi innymi podatkami dla jednego kilograma, jednego litra, jednego metra, jednego metra kwadratowego lub jednego metra sześciennego produktu, albo inną jednostką ilości która jest szeroko i zwyczajowo używana w Państwie Członkowskim o które chodzi, w marketingu poszczególnych produktów.

Od wyżej wymienionych dwóch reguł są niektóre wyjątki:

- Cena jednostkowa nie potrzebuje być oznaczona jeżeli jest identyczna z ceną sprzedaży;
- W przypadku produktów sprzedawanych luzem (tzn. produktów które nie zostały wcześniej zapakowane i odmierzone są w obecności konsumenta) musi być oznaczona tylko cena jednostkowa;
- Państwa Członkowskie mogą zdecydować o niestosowaniu pierwszego ze wspomnianych obowiązków w przypadku produktów dostarczanych w ramach świadczenia usług, sprzedaży aukcyjnej, sprzedaży dzieł sztuki i sprzedaży antyków;
- Państwa Członkowskie mogą uchylić zobowiązanie do oznaczania ceny jednostkowej produktów w przypadku których nie byłoby to użyteczne ze względu na charakter produktu lub jego przeznaczenie, lub mogłoby powodować dezorientację;
- Dyrektywa przewiduje okres przejściowy w ciągu którego małe przedsiębiorstwa sprzedaży detalicznej nie będą podlegały obowiązkowi oznaczania cen jednostkowych produktów innych niż sprzedawane luzem.

Państwa Członkowskie muszą przedsięwziąć odpowiednie środki dla poinformowania wszystkich zainteresowanych osób o krajowych ustawach w których dokonano transpozycji tej Dyrektywy. Muszą one również ustanowić kary za naruszenia krajowych przepisów

przyjętych w związku ze stosowaniem tej Dyrektywy, a także przedsięwziąć wszelkie niezbędne środki dla zapewnienia ich egzekwowania. Kary te powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstręczające.

## 9. Interesy konsumentów.<sup>21</sup>

Celem Dyrektywy jest zbliżenie ustaw, rozporządzeń i przepisów administracyjnych Państw Członkowskich odnoszących się do działań na rzecz nakazów zmierzających do ochrony zbiorowych interesów konsumentów objętych dyrektywami o ochronie konsumentów, mających na uwadze zapewnienie niezakłóconego funkcjonowania Rynku Wewnętrznego.

Państwa Członkowskie powinny wyznaczyć sądy lub władze administracyjne kompetentne do podejmowania decyzji w postępowaniu wszczętym przez upoważnione jednostki domagające się:

- wydania decyzji z należytą szybkością, tam gdzie jest to właściwe w postępowaniu uproszczonym, żądającej zaprzestania lub zakazania wszelkich naruszeń przepisów ;
- tam gdzie jest to stosowne, środków takich jak publikacja decyzji w całości bądź w części w formie uważanej za adekwatną i/lub publikacja korygującego oświadczenia zmierzającego do eliminacji trwałych skutków w naruszenia przepisów;
- o ile system prawny Państwa Członkowskiego na to zezwala, orzeczenia od przegrywającego pozwanego zapłacenia na rzecz skarbu publicznego lub innego beneficjenta wskazanego w ustawodawstwie krajowym, w przypadku niezastosowania się do decyzji w terminie określonym przez sąd lub władze administracyjne, ustalonej sumy za każdy dzień zwłoki , lub innej kwoty przewidzianej w ustawodawstwie krajowym , w zamiarze zapewnienia podporządkowania się decyzjom.

Pojęcie „upoważniona jednostka” do wniesienia powództwa, oznacza organ lub organizację która jako prawidłowo utworzona , zgodnie z prawem Państwa

---

<sup>21</sup> Dyrektywa 98/27/EC of the European Parliament and the Council of 19 May 1998 on injunctions for the protection of consumers' interests, O.J.,1998, L166.

Członkowskiego, ma słuszny interes w zapewnieniu przestrzegania przepisów dyrektywy o ochronie konsumenta, a w szczególności:

- jeden lub więcej niezależnych organów publicznych, ponoszących szczególną odpowiedzialność za ochronę interesów konsumentów w Państwach Członkowskich w których takie organy istnieją; i/lub
- organizacje których celem jest ochrona interesów konsumentów, zgodnie z kryteriami ustanowionymi przez ich prawo krajowe.

## **10. Odpowiedzialność za produkty wadliwe <sup>22</sup>.**

Celem tej dyrektywy jest zbliżenie ustawodawstwa Państw Członkowskich dotyczącego odpowiedzialności za produkty, dla zapewnienia wysokiego poziomu ochrony konsumentów przeciwko uszkodzeniom zdrowia lub majątku powodowanym przez produkty wadliwe, oraz ograniczenia nierównomierności które mogłyby zakłócić konkurencję i wpływać na swobodny przepływ towarów.

Zgodnie z dyrektywą producent jest odpowiedzialny za szkodę powstałą na skutek wady w jego produkcie. Dyrektywa ustanawia zasadę odpowiedzialności bez zaistnienia winy po stronie producenta w przypadku szkody powstałej na skutek wady w jego produkcie. Jeśli dwie lub więcej osób jest odpowiedzialnych za tę samą szkodę, ponoszą one odpowiedzialność solidarną.

Dyrektywa posługuje się bardzo szeroką definicją „producenta”:

- wytwórca produktu finalnego, producent jakiegokolwiek surowca lub wytwórca części składowej oraz jakakolwiek osoba która zamieszcza swoje nazwisko, znak towarowy lub inną wyróżniającą cechę na produkcie, przedstawia się jako jego producent;
- nie naruszając odpowiedzialności producenta, każda osoba importująca na obszar Wspólnoty produkt celem jego sprzedaży, wynajmu, leasingu lub jakiegokolwiek formy dystrybucji w zakresie prowadzonej przez nią działalności gospodarczej;
- jeśli wytwórcy produktu nie można ustalić, jako producent traktowany jest każdy dostawca produktu chyba, że w rozsądnym czasie poinformuje osobę która doznała

uszczerbku o osobie producenta lub osobie która dostarczyła mu produkt. To samo ma zastosowanie w przypadku produktu importowanego, jeśli osoba importera nie została oznaczona, nawet jeśli oznaczona jest nazwa producenta.

Dyrektywa ma zastosowanie do wszelkich ruchomości z wyjątkiem pierwotnych produktów rolniczych i zwierząt, nawet jeśli zostały one połączone z inną rzeczą ruchomą lub nieruchomą. Dotyczy to również elektryczności. Dyrektywa ta została zmieniona w 1999r<sup>23</sup> w celu włączenia także pierwotnych produktów rolniczych i dziczyzny i wyeliminowania wszelkiej możliwości spowodowania uszkodzenia

Osoba która poniosła szkodę musi udowodnić:

- szkodę;
- wadę produktu;
- związek przyczynowy między wadą i powstałą szkodą.

Jak wyżej wspomniano, dyrektywa ustanawia zasadę odpowiedzialności bez ponoszenia winy tak, że nie jest konieczne udowadnianie winy ani zaniedbania producenta. Zgodnie z dyrektywą wadliwy jest produkt nie zapewniający bezpieczeństwa jakiego można oczekiwać uwzględniając wszelkie okoliczności, włączając w to

- sposób przedstawienia produktu;
- zgodny z rozsądkiem sposób użycia;
- czas w którym produkt został wprowadzony do obrotu.

Fakt wprowadzenia następnie do obrotu lepszego produktu nie może być brany pod uwagę przy określaniu wadliwości produktu.

Producent jest zwolniony od wszelkiej odpowiedzialności jeśli udowodni:

- że nie wprowadził produktu do obrotu; lub

---

<sup>22</sup> Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products. O.J., 1985, L210, 7/8/1985. Corrigendum: O.J., 1988, L 307, 12/11/1988.

<sup>23</sup> Directive 1999/34/EC of the European Parliament and of the Council of 10 May 1999 amending Council Directive 85/374/EEC on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products O.J., 1999, L141, 4/6/1999.

- prawdopodobieństwo, że wada która spowodowała szkodę nie istniała w czasie wprowadzenia przez niego produktu do obrotu lub zaistniała później; lub
- że wada jest wynikiem zgodności produktu z obowiązującymi przepisami wydanymi przez władze publiczne; lub
- że stan wiedzy naukowej i technicznej w czasie wprowadzania produktu do obrotu nie stwarzał możliwości wykrycia wady; lub
- w przypadku wytwórcy części, że wadę należy przypisać projektowi produktu lub instrukcjom przekazanych przez wytwórcę produktu.

Odpowiedzialność producenta nie ulega zmniejszeniu jeśli szkoda jest spowodowana zarówno przez wadę produktu jak i zaniedbanie trzeciej strony. Jednakże jeśli osoba która doznała szkody ponosi winę odpowiedzialność producenta może być ograniczona.

Szkoda oznacza:

- szkodę spowodowaną przez śmierć lub uszkodzenie ciała;
- uszkodzenie lub zniszczenie majątku przeznaczonego do prywatnego użycia lub konsumpcji innego niż sam wadliwy produkt, o wartości co najmniej 500 Euro.

Odpowiedzialność producenta w stosunku do osoby która poniosła szkodę nie może być ograniczona ani wyłączona za przez klauzule umowne ograniczające lub wyłączające jego odpowiedzialność.

Państwa Członkowskie mogą ustanowić górny pułap całkowitej odpowiedzialności producenta za szkodę której skutkiem jest śmierć lub uszkodzenie ciała spowodowaną przez identyczne przedmioty posiadające taka sama wadę. Pułap ten nie może być niższy niż 70 milionów Euro.

## 11. Ogólne bezpieczeństwo produktów.<sup>24</sup>

Celem tej dyrektywy jest zapewnienie, że produkty wprowadzone na rynek są bezpieczne. Jest to tzw. „horyzontalna dyrektywa”, nakładająca ogólne zobowiązanie na podmioty gospodarcze sprzedawania tylko bezpiecznych produktów jako , że byłoby bardzo trudno przyjąć ustawodawstwo Wspólnoty dla każdego istniejącego lub możliwego do stworzenia produktu. Oznacza to również, że dyrektywa ta ma zastosowanie jeśli w ramach ustawodawstwa Wspólnoty nie istnieją bardziej szczegółowe przepisy bezpieczeństwa

Z zasady nałożonej przez tę dyrektywę na producentów wynika, że są oni obowiązani wprowadzać do obrotu tylko bezpieczne produkty. Dyrektywa ta, która posiada charakter wyraźnie prewencyjny, czyni Państwa Członkowskie odpowiedzialnymi za nadzór nad jej przestrzeganiem.

Dyrektywa ma głównie zastosowanie do produktów konsumpcyjnych . Nie ma natomiast zastosowania do produktów używanych, dostarczanych jako antyki, albo produkty wymagające przed użyciem naprawy lub remontu , pod warunkiem, że sprzedawca jasno informuje o tym osobę której dostarcza produkt.

Pod pojęciem „produkt bezpieczny” rozumie się każdy produkt , który w normalnych lub dających się rozsądnie przewidzieć warunkach użycia, włączając w to czas korzystania z produktu, nie przedstawia żadnego ryzyka , lub tylko minimalne ryzyko, możliwe do pogodzenia z korzystaniem z produktu, uważane za akceptowalne i zgodne z wysokim poziomem ochrony bezpieczeństwa i zdrowia osób, uwzględniając w szczególności:

- cechy charakterystyczne produktu, włączając w to jego skład , opakowanie, instrukcje montażu i konserwacji;
- wpływ na inne produkty, jeśli w sposób rozsądny można przewidywać, że będzie on używany łącznie z innymi produktami;

---

<sup>24</sup> Council Directive 92/59/EEC of 29 June 1992 on general product safety. O.J.,1992, L228,11/8/1992.

- sposób przedstawienia produktu, , oznakowanie, jakiegokolwiek instrukcje jego używania i pozbywania się , oraz jakiegokolwiek wskazówki i informacje dostarczane przez producenta.

W dyrektywie zamieszczono szczegółową definicję „producenta”. Jest nim :

- wytwórca produktu, jeśli ma on siedzibę na terenie Wspólnoty, oraz jakakolwiek osoba przedstawiająca się jako wytwórca poprzez umieszczenie na produkcie swojej nazwy, znaku towarowego , lub innego odróżniającego znaku, także osoba która dokonuje naprawy produktu;
- przedstawiciel wytwórcy, jeśli wytwórca nie ma swej siedziby na terenie Wspólnoty, bądź też jeśli nie ustanowiono przedstawiciela na terenie Wspólnoty - importer produktu;
- inne podmioty gospodarcze w łańcuchu zaopatrzenia, o ile ich działania mogą wpływać na właściwości bezpieczeństwa produktu wprowadzonego na rynek

*Domniemanie bezpieczeństwa:* Produkt uważany jest za bezpieczny jeśli zgodny jest ze szczegółowymi przepisami Wspólnoty regulującymi jego bezpieczeństwo. W braku takich przepisów produkt musi być zgodny ze szczegółowymi, krajowymi regulacjami w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa których zastosowanie warunkuje jego sprzedaż w Państwie Członkowskim na terytorium którego znajduje się on w obrocie. W braku regulacji Wspólnotowych i krajowych, zgodność produktu musi być oceniana w odniesieniu do:

- dobrowolnych norm krajowych wprowadzających normy europejskie;
- Wspólnotowych specyfikacji technicznych;
- norm sporządzonych w Państwie Członkowskim w którym produkt znajduje się w obrocie;
- kodeksów dobrej praktyki w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa w danym sektorze;
- stanu sztuki i technologii oraz bezpieczeństwa którego konsumenci mogą rozsądnie oczekiwać.

Commentaire :

### Inne obowiązki producentów i dystrybutorów.

Abstrahując od obowiązku wprowadzania na rynek tylko bezpiecznych produktów, mają oni w granicach prowadzonej przez nich działalności następujące obowiązki:

- dostarczania konsumentom właściwej informacji aby umożliwić im ocenę ryzyka związanego z produktem w normalnym, rozsądnie przewidywalnym okresie jego używania, jeśli takie ryzyka nie są bezpośrednio oczywiste bez odpowiedniego ostrzeżenia, oraz zastosowania w stosunku do tych ryzyk odpowiednich środków ostrożności;
- przyjęcia środków dostosowanych do charakterystyki dostarczanych przez nich produktów, dla umożliwienia zorientowania się w ryzykach które produkty te mogą przedstawiać oraz podjęcia odpowiednich działań, włączając w to – jeśli jest to konieczne - wycofanie produktu z rynku dla uniknięcia tych ryzyk.. Do środków tych można na przykład zaliczyć zastosowanie – zawsze jeśli jest to właściwe – oznaczania produktów lub partii produktów w sposób umożliwiający ich identyfikację, testowanie próbek sprzedawanych produktów, badanie składanych skarg i informowanie dystrybutorów o takim monitoringu.

Dystrybutorzy (przez co należy rozumieć podmioty gospodarcze w łańcuchu zaopatrzenia których działalność nie wpływa na właściwości bezpieczeństwa produktu) muszą dołożyć starań aby pomóc w zapewnieniu respektowania ogólnych wymogów bezpieczeństwa., w szczególności nie dostarczając produktów o których wiedzą lub powinni przypuszczać na podstawie posiadanych przez nich i wynikających z ich doświadczenia zawodowego informacji, że nie spełniają one tych wymogów. W szczególności, w granicach prowadzonej przez nich działalności powinni oni brać udział w monitoringu bezpieczeństwa produktów wprowadzonych na rynek, a zwłaszcza przekazując informacje o ryzykach związanych z produktem i współuczestnicząc w działaniach zmierzających do uniknięcia tych ryzyk..

Dyrektywa zawiera nie-zamkniętą listę środków które Państwa Członkowskie muszą być w stanie podjąć dla zapewnienia respektowania wymogu ogólnego bezpieczeństwa:

- organizowanie odpowiednich kontroli właściwości bezpieczeństwa produktów , także już po wprowadzeniu ich na rynek jako bezpieczne, w stosownej skali, aż do ostatniego etapu użycia lub konsumpcji;
- żądanie od zainteresowanych stron wszelkiej niezbędnej informacji;
- pobieranie próbek produktu lub grupy produktów i poddanie ich kontroli z punktu widzenia bezpieczeństwa;
- uzależnienie sprzedaży produktów od wcześniejszego spełnienia warunków zaprojektowanych dla zapewnienia bezpieczeństwa produktów oraz żądanie aby zostały umieszczone odpowiednie ostrzeżenia odnośnie ryzyk które produkt może przedstawiać;
- podejmowanie przedsięwzięć dla zapewnienia, że osoby które mogą być wystawione na ryzyko ze strony produktu zostaną poinformowane we właściwym czasie i w odpowiedni sposób o tym ryzyku , między innymi poprzez publikowanie specjalnych ostrzeżeń;
- czasowy zakaz - na okres niezbędny dla przeprowadzenia różnych kontroli – dostarczania, oferowania , wystawiania produktu lub partii produktów, jeśli istnieją precyzyjne i zgodne sygnały, że są one niebezpieczne;
- zakaz wprowadzania na rynek produktu lub partii produktów które okazały się niebezpieczne oraz ustanowienie środków towarzyszących niezbędnym dla zapewnienia przestrzegania zakazu;
- organizacja skutecznego i natychmiastowego wycofania z rynku niebezpiecznego produktu lub partii produktów a także jeśli to konieczne ich zniszczenie w odpowiednich warunkach.

Środki te mogą być adresowane zgodnie z właściwością do:

- producenta;
- dystrybutorów , w granicach prowadzonej przez nich działalności, a w szczególności podmioty odpowiedzialne za pierwszy stopień dystrybucji na rynku krajowym;
- innych osób, gdy jest to niezbędne.

## Perspektywy

Propozycja Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady z 15 czerwca 2000r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów <sup>25</sup> W ślad za raportem Komisji w sprawie doświadczeń związanych ze stosowaniem Dyrektywy 92/59/EEC, intencją tej propozycji jest jej zmiana.

Zakres dyrektywy został rozszerzony o niektóre usługi i produkty nie adresowane do konsumentów. Obowiązki wytwórców i dystrybutorów zostały rozszerzone i wyjaśnione. Ponadto m.in. następujące punkty zostały wyjaśnione: związek między Dyrektywą i sektorowym ustawodawstwem Wspólnotowym; przekazywanie, wymiana i poufność informacji; działania Wspólnoty w sytuacji bezpośredniego ryzyka.

## **12. Produkty podrabiane.**<sup>26</sup>

Dyrektywa ta zakazuje sprzedaży, importu, wytwarzania i eksportu produktów które ze względu na to, że mogą być mylone z żywnością, zagrażają zdrowiu lub bezpieczeństwu konsumentów. Celem tej dyrektywy jest zbliżenie ustawodawstwa Państw Członkowskich w tym obszarze.

Bardziej dokładnie, dyrektywa ta ma zastosowanie do produktów które chociaż nie są żywnością posiadają taki kształt, zapach, kolor, wygląd, opakowanie, oznaczenie, objętość lub rozmiar, że istnieje prawdopodobieństwo, że konsumenci, a zwłaszcza dzieci będą mylić je z żywnością i w konsekwencji wkładać do ust, ssać lub połykać, co może być niebezpieczne i spowodować na przykład uduszenie, otrucie albo perforację lub obstrukcję przewodu pokarmowego.

## **13. Sprzedaż dóbr konsumpcyjnych i związane z nią gwarancje.**<sup>27</sup>

Celem tej Dyrektywy jest zbliżenie ustaw, rozporządzeń i przepisów administracyjnych Państw Członkowskich w zakresie niektórych aspektów sprzedaży dóbr konsumpcyjnych i

<sup>25</sup> Nie publikowana w Dzienniku Urzędowym UE.

<sup>26</sup> Council Directive 87/357/EEC on the approximation of the laws of the Member States concerning products which, appearing to be other than they are, endanger the health or safety of consumers. O.J.,1987, L192,

<sup>27</sup> Directive 99/44/EC on certain aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees. O.J.,1999, L171, 7/7/1999.

związanych z nimi gwarancji, dla zapewnienia jednolitego, minimalnego poziomu ochrony konsumenta w kontekście rynku wewnętrznego, poprzez stworzenie wspólnego zespołu minimalnych regulacji prawa konsumenta, ważnego niezależnie od miejsca nabycia produktu na terenie Wspólnoty. Jako, że głównym źródłem sporów między konsumentami i sprzedawcami jest niezgodność dóbr z umową, intencją dyrektywy jest również zbliżenie w tym zakresie ustawodawstwa krajowego regulującego sprzedaż dóbr konsumpcyjnych.

Jak większość dyrektyw dotyczących ochrony konsumenta, znajduje ona zastosowanie jedynie do sprzedaży dóbr konsumpcyjnych konsumentowi, to znaczy osobie fizycznej działającej w celach nie związanych z jej rzemiosłem, biznesem lub zawodem. Dobra konsumpcyjne definiowane są jako wszelkie dobra materialne i ruchome, z wyjątkiem:

- dóbr sprzedawanych na drodze przymusowej licytacji lub ramach innej urzędowej procedury prawnej;
- wody i gazu jeśli nie są wystawiane na sprzedaż w ograniczonej objętości lub ustalonej ilości;
- elektryczności;
- Państwa Członkowskie mogą także wyłączyć dobra używane, sprzedawane na aukcjach publicznych w których konsumenci mogą brać udział w sprzedaży osobiście.

Także umowy na dostawę dóbr konsumpcyjnych które mają być wytworzone lub wyprodukowane wchodzą w zakres tej dyrektywy.

Zasada która została nałożona na sprzedawców przez tę dyrektywę brzmi, że są oni obowiązani do dostarczania konsumentowi dóbr które są zgodne z umową sprzedaży.

Domniemywa się, że dobra konsumpcyjne są zgodne z umową jeśli w chwili dostarczenia do konsumenta:

- są one zgodne z opisem przekazanym przez sprzedawcę i posiadają cechy jakościowe dóbr które sprzedawca przedstawił konsumentowi jako próbkę lub model;
- nadają się do konkretnego celu zgodnego z żądaniem konsumenta, o którym powiadomił on sprzedawcę w czasie zawierania umowy i który sprzedawca zaakceptował;
- nadają się do celów dla których dobra tego samego typu są normalnie używane;

- wykazują jakość i użyteczność praktyczną która jest normalna dla dóbr tego samego typu i których konsument może w sposób rozsądny oczekiwać ze względu na charakter dóbr, uwzględniając wszelkie oświadczenia publiczne na temat szczególnych cech charakterystycznych dóbr składanych przez sprzedawcę, producenta lub jego przedstawiciela, zwłaszcza poprzez ogłoszenia lub oznaczenia.

Sprzedawca nie jest związany oświadczeniami publicznymi producenta lub jego przedstawiciela jeśli:

- wykaże, że nie wiedział i nie mógł w sposób rozsądny wiedzieć o oświadczeniu o które chodzi;
- wykaże, że w czasie zawierania umowy, oświadczenie zostało skorygowane, albo
- wykaże, że decyzja o nabyciu dóbr konsumpcyjnych nie mogła zapaść pod wpływem oświadczenia.

Każdy brak zgodności wynikający z niewłaściwej instalacji dóbr konsumpcyjnych jest uważany za równoznaczny z brakiem zgodności dóbr jeśli instalacja stanowi część umowy sprzedaży dóbr, a dobra zostały zainstalowane przez sprzedawcę lub w ramach jego odpowiedzialności. Odnosi się to w równym stopniu do sytuacji w której produkt który miał być zainstalowany przez konsumenta, został przez niego zainstalowany, a niewłaściwa instalacja jest wynikiem niedostatków instrukcji instalacyjnych.

Sprzedawca jest odpowiedzialny za każdy brak zgodności który istnieje w czasie gdy dobra są dostarczane i który ujawni się w ciągu dwóch lat od dostawy dóbr chyba, że w chwili zawarcia umowy sprzedaży konsument wiedział lub nie mógł w sposób rozsądny nie wiedzieć o braku zgodności.

Jakikolwiek brak zgodności który ujawni się w ciągu sześciu miesięcy od dostarczenia dóbr będzie uważany za istniejący w czasie ich dostawy chyba, że:

- domniemanie to nie da się pogodzić z charakterem dóbr lub rodzajem braku zgodności;
- przeprowadzono dowód przeciwny.

Jak już wcześniej wspomniano, sprzedawca jest odpowiedzialny przed konsumentem za jakikolwiek brak zgodności który istniał w czasie dostarczenia dóbr. Gdy brak zgodności jest zgłaszany sprzedawcy, konsument może domagać się:

- doprowadzenia dóbr do zgodności bezpłatnie, poprzez naprawę lub wymianę w rozsądnym terminie i bez istotnej niedogodności dla konsumenta;
- jeśli naprawa lub wymiana byłaby niemożliwa lub niewspółmierna, albo sprzedawca nie usunął braku w rozsądnym terminie lub bez istotnej niedogodności dla konsumenta, wówczas może domagać się stosownego obniżenia ceny albo rozwiązania umowy.

Konsument nie może domagać się unieważnienia umowy jeśli brak zgodności jest nieistotny.

Państwa Członkowskie mogą również ustanowić, że konsument aby skorzystać z przysługujących mu praw musi powiadomić sprzedawcę o braku zgodności w terminie dwóch miesięcy od daty wykrycia przez niego braku zgodności. Jeśli sprzedawca finalny jest odpowiedzialny w stosunku do konsumenta z powodu braku zgodności wynikającego z działania lub zaniechania producenta, poprzedniego sprzedawcy w tym samym łańcuchu umów lub jakikolwiek innego pośrednika, sprzedawca finalny jest uprawniony do dochodzenia odszkodowania w stosunku do osoby lub osób ponoszących odpowiedzialność w łańcuchu umów, na warunkach określonych w prawie krajowym (prawo regresu).

Gwarancja handlowa jest prawnie wiążąca na warunkach określonych w oświadczeniu gwarancyjnym i towarzyszących ogłoszeniach.. Gwarancja powinna:

- stwierdzać, że konsument ma ustawowe prawa, wynikające z mającego zastosowanie ustawodawstwa krajowego regulującego sprzedaż dóbr konsumpcyjnych i wyjaśniać, że gwarancja nie ma wpływu na te uprawnienia,
- przedstawić prostym i zrozumiałym językiem treść gwarancji i istotne szczegóły niezbędne do zgłaszania żądań gwarancyjnych, poinformować o terminie i zakresie terytorialnym gwarancji jak również o nazwie i adresie gwaranta.

Na żądanie konsumenta gwarancja powinna być mu udostępniona na piśmie lub przedstawiona na innym trwałym nośniku osiągalnym i dostępnym dla niego. W granicach swego terytorium Państwa Członkowskie w których dobra konsumpcyjne są sprzedawane mogą ustanowić obowiązek sporządzania gwarancji w jednym lub kilku oficjalnych językach Wspólnoty.

\*\*\*