

KONSUMENT CZYTA UMOWY OBOWIĄZKI INFORMACYJNE PRZEDSIĘBIORCY

Ustawodawca narzucił na przedsiębiorcę szereg **obowiązków informacyjnych**, które muszą być skierowane do konsumenta jeszcze przed zawarciem umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa by znacznie wzmocnić bezpieczeństwo słabszej strony kontraktu.

Brak jakiegokolwiek prawem wymaganej informacji jest wykroczeniem, a przedsiębiorca może być ukarany karą grzywny, nawet za jednostkowe naruszenie tego obowiązku. Ciężar wykazania, że zostały spełnione obowiązki informacyjne spoczywa na przedsiębiorcy.

Umowy zawierane na odległość to takie, kiedy obie strony przyszłej umowy nie są obecne fizycznie w jednym miejscu, kiedy dochodzi do jej zawarcia. Konsument kupuje np. towar nie mając możliwości jego dotknięcia, czy też sprawdzenia jego wszystkich funkcji. Kupujemy przy użyciu np. komputera, telefonu, katalogu. Tu łatwo o błąd w oświadczeniu woli konsumenta.

Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorcy to takie, kiedy wprawdzie obie strony przyszłego kontraktu są obecne w jednym pomieszczeniu, a miejsce zawierania umowy jest nietypowe np.: w hotelu, sanatorium, szkole, mieszkaniu klienta, na wycieczce zorganizowanej przez przedsiębiorcę. Konsumentowi przedstawia się zazwyczaj jeden towar. Nie ma możliwości wyboru z pośród wielu tego samego typu jak w sklepie i jest często narażony na ostry marketing, czyli „kup, bo przegapisz jedyną okazję”, występuje ponadto element zaskoczenia nie pozwalający podjąć racjonalną decyzję.

Po doświadczeniach wielu lat poprzednich ustawodawca chciał konsumentom zawierającym tego rodzaju umowy zapewnić wzmocnioną ochronę, dlatego powiększył ilość informacji, które mają być do nich kierowane z siedmiu do dwudziestu jeden.

Zmienił sposób zawierania umowy dodając obowiązek potwierdzania konsumentowi jej zawarcia. Na piśmie – jeżeli umowa została zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa, chyba że klient wyrazi zgodę, że zostanie ona potwierdzona na innym trwałym nośniku (by nikt nie mógł zmienić jej treści).

W przypadku umów zawieranych na odległość potwierdzenie jej zawarcia musi być przekazane konsumentowi na trwałym nośniku (by nikt później nie mógł zmienić jej treści) najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub rozpoczęcia świadczenia usługi.

Ustawodawca przedłużył także termin do odstąpienia od w/w umów z 10 do 14 dni bez konieczności podawania przyczyn, określając jednocześnie sankcję za brak informacji o tym konsumenckim prawie.

Jeżeli przedsiębiorca nie poinformuje klienta o prawie i terminie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa **TERMIN TEN WYDŁUŻA SIĘ DO 12 MIESIĘCY**. Jeżeli jednak w tym okresie przedsiębiorca naprawi swój błąd i przekaże konsumentowi wymaganą informację, termin ponownie skraca się do 14 dni liczony od dnia jej uzyskania.

Kolejnym obowiązkiem przedsiębiorcy z określoną ustawowo sankcją jest poinformowanie klienta o wszelkich, jakichkolwiek opłatach dodatkowych lub innych kosztach (np. zwrotu towaru) mających wpływ na ostateczną cenę lub końcowe wynagrodzenie. W przypadku braku tych informacji **KONSUMENT ZWOLNIONY JEST Z OBOWIĄZKU ICH ZAPŁATY**.

Przedsiębiorca przed zawarciem umowy zawieranej przy użyciu środków komunikacji elektronicznej ma zapewnić konsumentowi takie warunki by mógł z pełną świadomością złożyć zamówienie, które wiąże się z obowiązkiem zapłaty. Dlatego przycisk lub funkcja przy pomocy, której składa się zamówienie (zawiera umowę) musi być w sposób czytelny oznaczona komunikatem „zamówienie

z obowiązkiem zapłaty” lub innym równoważnym. Jeżeli przedsiębiorca nie zapewni takich warunków podczas zawierania umowy **UWAŻA SIĘ JĄ ZA NIEZAWARTĄ**.

Wszelkie wymagane prawem informacje kierowane do konsumenta powinny być wyrażane w sposób jasny, zrozumiały, czytelny (odpada nieczytelny druk), nie wprowadzający w błąd, w języku polskim o istotnych elementach proponowanej umowy. Przedsiębiorca musi także wyjaśnić znaczenie poszczególnych jej postanowień.

21 koniecznych informacji, które musi uzyskać konsument najpóźniej w chwili wyrażenia zgody na zawarcie umowy:

1. O głównych cechach świadczenia: przedmiot świadczenia i sposób, w jaki przedsiębiorca będzie kontaktował się z klientem
2. O swoich danych identyfikacyjnych: np. rejestr działalności
3. Adres geograficzny, poczta elektroniczna, nr telefonu lub fax
4. Adresie do składania reklamacji i procedurze jej rozpatrywania
5. O łącznej cenie i wynagrodzeniu lub sposobie jego obliczania z uwzględnieniem wszystkich kosztów
6. O kosztach korzystania ze środka porozumienia się na odległość
7. O sposobie i terminie zapłaty
8. O sposobie i terminie realizacji umowy
9. O sposobie i terminie realizacji prawa odstąpienia od umowy, o wzorze formularza do odstąpienia
10. O kosztach zwrotu towaru
11. O obowiązku zwrotu przedsiębiorcy kosztów związanych z odstąpieniem konsumenta od umowy
12. O tym, kiedy nie przysługuje prawo do odstąpienia (wyjątkowo)
13. O obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia towaru bez wad
14. O istnieniu, treści i sposobie realizacji gwarancji
15. O kodeksie dobrych praktyk i sposobie zapoznania się z nimi
16. O czasie trwania umowy lub sposobie i przesłankach jej wypowiedzenia, jeśli jest zawarta na czas nieokreślony lub ma ulegać automatycznemu przedłużeniu
17. O minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta (np. comiesięczne płatności)
18. O wysokości i sposobie złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, jeżeli to wynika z umowy
19. O funkcjonalności treści cyfrowych
20. O mających znaczenie interoperacyjnościach treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem
21. O możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz o zasadach dostępu do tych procedur.

Poradnik niestety nie wyczerpuje wszystkich problemów związanych z zawieraniem w/w umów.

Opracowała: Izabella Leśniewska-Drwięga, Główny Specjalista ds. Ochrony Praw i Interesów Konsumentów