

# JAK DOSTOSOWAĆ STRONĘ INTERNETOWĄ DO NOWYCH PRZEPISÓW



## Rzetelny Regulamin

Dokument prezentuje przykłady i wyjaśnia jak dostosować stronę internetową sklepu lub serwisu internetowego do nowych wymogów wynikających z Ustawy o prawach konsumenta, która zacznie obowiązywać z dniem 25 grudnia 2014 r.

B2B CONSULTING SP. Z O.O.

UL. RATUSZOWA 11 LOK 148

03-450 WARSZAWA

## Spis treści

1.	O nas .....	3
1.1.	Gwarancja merytoryczna .....	3
1.2.	Izba Gospodarki Elektronicznej .....	4
1.3.	Profesjonalista w e-handlu .....	5
1.4.	Serwis edukacyjny .....	5
1.5.	Nasza oferta .....	5
1.	WSTĘP .....	6
1.1.	Oznaczenia w dokumencie .....	6
1.2.	Nowe definicje w ustawie .....	7
1.3.	Zestawienie najważniejszych zmian jakie należy wprowadzić .....	8
2.	OBOWIĄZKI INFORMACYJNE .....	9
	OBOWIĄZEK NR 1 – CECHY ŚWIADCZENIA .....	10
	OBOWIĄZEK NR 2 – DANE IDENTYFIKACYJNE .....	14
	OBOWIĄZEK NR 3 – ADRES FIRMY .....	16
	OBOWIĄZEK NR 4 – ADRES REKLAMACJI .....	18
	OBOWIĄZEK NR 5 – WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA .....	19
	OBOWIĄZEK NR 6 – KOSZTY POROZUMIEWANIA SIĘ .....	22
	OBOWIĄZEK NR 7 – ZAPŁATA .....	23
	OBOWIĄZEK NR 8 –DOSTAWA .....	25
	OBOWIĄZEK NR 9 – ODSZTĄPIENIE OD UMOWY .....	28
	OBOWIĄZEK NR 10 – KOSZTY ZWROTU .....	31
	OBOWIĄZEK NR 11 – POKRYCIE KOSZTÓW .....	33
	OBOWIĄZEK NR 12 – BRAK ODSZTĄPIENIA .....	34
	OBOWIĄZEK NR 13 – RZECZ BEZ WAD .....	37
	OBOWIĄZEK NR 14 – GWARANCJA .....	38
	OBOWIĄZEK NR 15 – KODEKS DOBRYCH PRAKTYK .....	39
	OBOWIĄZEK NR 16 – CZAS TRWANIA UMOWY .....	40
	OBOWIĄZEK NR 17 – CZAS TRWANIA ZOBOWIĄZAŃ .....	41
	OBOWIĄZEK NR 18 – KAUCJA .....	42
	OBOWIĄZEK NR 19 – FUNKcjONALNOŚĆ TREŚCI .....	43
	OBOWIĄZEK NR 20 – INTEROPERACYJNOŚĆ TREŚCI .....	45



---

OBOWIĄZEK NR 21 – ADR .....	47
3. PRZYPISANIE OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH.....	48
4. PRZYCISK ZAMÓWIENIA .....	49
5. POTWIERDZENIE OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH .....	51
6. INNE OBOWIĄZKI.....	53

## 1. O nas

Firma **B2B Consulting Sp. z o.o.** funkcjonuje na rynku od 2007 r., wspierając przedsiębiorców prowadzących zarówno sklepy internetowe jak i serwisy branżowe. Bazując na naszym bogatym doświadczeniu, zarówno w obszarze biznesowych modeli działania stron internetowych, barier, z jakimi spotykają się przedsiębiorcy w zakresie prawa oraz w zakresie budowania marki Strony Internetowej w tym Sklepu Internetowego wśród Konsumentów, zaprojektowaliśmy i uruchomiliśmy platformę Certyfikacji Regulaminów.



### 1.1. Gwarancja merytoryczna

W zakresie merytorycznym każdy regulamin jest przygotowany i jest pod stałą opieką prawników jednej z czołowych kancelarii prawniczych w Polsce, tj. kancelarii "Prof. Marek Wierzbowski i Partnerzy - Adwokaci i Radcowie Prawni" z Warszawy. Kancelaria posiada bardzo duży i bogaty dorobek w zakresie prawa konsumenckiego oraz doświadczenie w zakresie działań z UOKiK. Głównym obszarem naszej współpracy jest opieka oraz nadzór merytoryczny nad **wszystkimi** certyfikowanymi dokumentami.



Kancelaria w **międzynarodowym rankingu „Legal 500”** jest rekomendowana w pierwszej trójce w kategorii „Competition/antitrust”, czyli z zakresu działań podlegających pod obszar kompetencji Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (**UOKiK**).

## 1.2. Izba Gospodarki Elektronicznej



**e-COMMERCE POLSKA**  
IZBA GOSPODARKI ELEKTRONICZNEJ

Nasza firma jako jedna ze 100 firm jest współzałożycielem e-Izby – Izby Gospodarki Elektronicznej. Zadaniem e-Izby jest rozwijanie rodzimego rynku

e-commerce. Aktywnie udzielmy się w ramach dwóch grup merytorycznych tj.

- **e-legislacja** – w ramach grupy bierzemy aktywny udział w opiniowaniu projektów prawnych, interpretacjach zapisów, wnioskowaniu zmian w zakresie obowiązujących przepisów;
- **e-edukacja** – w ramach grupy bierzemy aktywny udział w zakresie szczyrzenia wiedzy prawnej zarówno wśród członków e-Izby jak i sklepów.

Inicjatorami pomysłu utworzenia e-Izby są czołowe firmy działające na rynku e-commerce w Polsce, zaczynając od największych sklepów internetowych, poprzez serwisy usługowe po firmy wspierające branżę od strony technologii i marketingu.

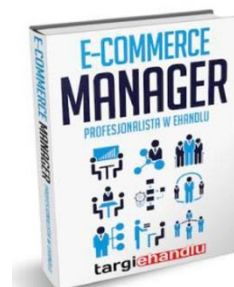
<https://www.ecommercepolska.pl/pl/czlonkowie>

### 1.3. Profesjonalista w e-handlu



Współtworzymy program edukacyjny wraz z Fundacją Polak 2.0, którego celem jest podnoszenie i sprawdzanie kompetencji osób zajmujących się e-commerce. Jesteśmy współautorem książki, której premiera odbędzie się 22 października, adresowanej do managerów

branży e-commerce.



### 1.4. Serwis edukacyjny

Firma nasza prowadzi edukacyjny serwis internetowy poświęcony dziedzinie prawa konsumenckiego i nowej ustawie o



PRAWO  
KONSUMENCKIE

prawach konsumenta, która zacznie obowiązywać od 25 grudnia 2014 r. Użytkownicy mogą znaleźć tam szereg cennych informacji i oraz praktycznych wskazówek i wyjaśnień w zakresie stosowania nowego prawa konsumenckiego.

[www.prawokonsumenckie.pl](http://www.prawokonsumenckie.pl)

### 1.5. Nasza oferta

Jeżeli potrzebują Państwo wsparcia w zakresie obsługi prawnej sklepu internetowego zapraszamy do zapoznania się z naszą ofertą oraz zapraszamy do współpracy.

Propozycja współpracy

## 1. WSTĘP

Niniejszy dokument ma za zadanie ułatwić firmie prowadzącej sklep lub serwis internetowy wprowadzenie na stronach internetowych konieczne zmiany ze względu na nowelizację prawa konsumenckiego.

**Zmiany powinny zostać wprowadzone do końca  
24 grudnia 2014 roku.**

**Z dniem 25 grudnia 2014 r. wchodzi w życie nowa  
Ustawa o prawach konsumentach.**

Podstawową zmianą, która będzie miała wpływ na kształt jaki powinny przyjąć strony internetowe jest zakres obowiązków informacyjnych wynikający z nowych przepisów. Jest on zdecydowanie szerszy niż dotychczasowy i będzie się wiązać z koniecznością wprowadzenia licznych zmian, tak by poinformować konsumentów korzystających ze sklepów lub serwisów o wszystkich kwestiach wskazanych w nowej ustawie.

### 1.1. Oznaczenia w dokumencie

W celu wyróżnienia przekazywanych w niniejszym dokumencie informacji stosowane są następujące oznaczenia.



**Informacja lub komentarz na który warto zwrócić uwagę.**



**Wyjaśnienie, w którym miejscu należy lub można spełnić  
obowiązek informacyjny**



**Przykład zastosowania przepisu prawa w praktyce.**



**Opis konsekwencji jakie ponosi przedsiębiorca w przypadku niespełnienia obowiązku informacyjnego lub ostrzeżenie przed możliwością konsekwencji.**

W dokumencie po najechaniu kursorem na ikonę wyświetli się dodatkowo przypomnienie jej znaczenia.

## 1.2. Nowe definicje w ustawie



**trwały nośnik** – materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci;



**treść cyfrowa** – dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej;



### 1.3. Zestawienie najważniejszych zmian jakie należy wprowadzić

Poniżej przedstawione zostało zestawienie najważniejszych zmiany jakie należy wdrożyć na stronie internetowej, tak aby przedsiębiorca działał zgodnie z nowymi przepisami. Zmiany zostały szczegółowo omówione w dalszej części dokumentu:

- przycisk o określonej nazwie za pośrednictwem, którego składa się zamówienie;
- uzupełnienie kart produktów o informację o gwarancji wraz z treścią gwarancji, jeżeli oferowane towary mają gwarancję producenta lub dystrybutora, zgodnie z Obowiązkiem NR 14;
- dostosowanie nazw towarów zgodnie z Obowiązkiem NR 1
- uzupełnienie stron informacyjnych zgodnie z opisanymi obowiązkami informacyjnymi;
- w przypadku sprzedaży usług lub treści cyfrowych konieczność wprowadzenia dodatkowych zgód (checkboxów) oraz e-maila z potwierdzeniem od konsumenta;
- w przypadku zamówień przez telefon konieczność zmiany procesu sprzedaży, który musi być uzupełniony o uzyskanie od konsumenta potwierdzenia warunków umowy na trwałym nośniku;
- potwierdzenie konsumentowi wszystkich obowiązków informacyjnych na trwałym nośniku;
- dostosowanie regulaminu do nowej ustawy;

Powyższe zestawienie zawiera jedynie najważniejsze zmiany jakie należy wprowadzić. Szczegółowo zostały omówione poniżej.

## 2. OBOWIĄZKI INFORMACYJNE

### Ustawa o prawach konsumenta

#### Art. 12

**Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o:**

Co oznacza w praktyce treść tego artykułu:

- Określenie „**w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość**” oznacza chwilę, gdy konsument składa zamówienie.
- Słowo „**najpóźniej**” oznacza, że obowiązki można spełnić wcześniej niż w ostatnim kroku składania zamówienia.



Warto zaznaczyć, że są 4 wyjątki, gdzie spełnienie obowiązków informacyjnych musi odbyć się w formularzu, za pośrednictwem którego konsument składa zamówienie na towar lub usługę. W dalszej części zostaną one wyraźnie wyróżnione.

Istotne jest to, by przedsiębiorca przedstawiał konsumentowi wymagane informacje w sposób jasny i zrozumiały tj. niebudzący wątpliwości – tak by przeciętny człowiek bez fachowej wiedzy mógł je odczytać i zrozumieć.



Nieprecyzyjne czy niezrozumiałe przekazanie informacji może być poczytane jako niedopełnienie obowiązków ustawowych, co grozi potencjalnymi konsekwencjami w postaci grzywny oraz unieważnienia zawartej umowy sprzedaży lub umowy na świadczenie usług, a więc wymiernymi stratami dla sprzedawcy lub usługodawcy.

## OBOWIĄZEK NR 1 – CECHY ŚWIADCZENIA

**... poinformować o głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;**

Informacje o głównych cechach świadczenia powinny obejmować wszystkie informacje potrzebne konsumentowi do dokonania wyboru produktu lub usługi. Powinny one jednoznacznie precyzować jaki towar/usługa będzie przedmiotem zakupu i jakie są ich charakterystyczne cechy.



Obowiązek ten sprowadza się również do odpowiedniego określenia nazwy towaru, z której będzie jednoznacznie wynikać, co jest przedmiotem umowy sprzedaży.



Jest to pierwszy z wyjątków w zakresie miejsca spełnienia obowiązków informacyjnych, który bezwzględnie należy spełnić w formularzu za pośrednictwem, którego konsument składa zamówienie tuż przed jego wysłaniem.

W wypadku sprzedaży ubrań, sprzedawca powinien zamieścić informacje takie jak rozmiar, kolor, rodzaj odzieży, nazwę własną marki lub modelu, czy informacje dotyczące materiału z jakiego produkt jest zrobiony.



**Poprawna nazwa towaru:**

Satynowa suknia balowa BELLA 38 niebieska

**Błędna nazwa towaru:**

Niebieska sukienka

W wypadku sprzedaży urządzenia elektronicznego sprzedawca powinien zamieścić informacje opisujące charakterystykę tego urządzenia.



**Poprawna nazwa towaru:**

*Ultrabook 15,6" HP Envy 15 x360-u000ew i5-4210U/4GB/1000/Win8.1*

**Błędna nazwa towaru:**

*Ultrabook 15,6" HP Envy 15 x360-u000ew*

W wypadku świadczenia usług odpłatnych, gdzie przedmiotem usługi jest abonament.



**Poprawna nazwa usługi:**

*Abonament 12 m-c w wariancie Premium.*

**Błędna nazwa usługi:**

*Abonament 12 m-c.*

Porównując podane wyżej przykłady widać, że z poprawnej wersji nazwy towaru lub usługi wynika jednoznacznie jakie główne cechy posiada kupowany towar lub usługa. Błędne nazwy towarów lub usług zawierają natomiast wiele niedoprecyzowanych informacji, albo nie zawierają ich wcale.

Zakres informacji jest każdorazowo różny w zależności od produktu. Dopuszczalne jest, aby bezpośrednio pod nazwą towaru w koszyku znalazł się komentarz pod samą nazwą, który uzupełni informacje wynikające z nazwy. Dzięki temu klient będzie miał przy składaniu zamówienia towaru pełną informację dotyczącą tego co kupuje.

Przykład możliwości zastosowania dodatkowej informacji uzupełniającej nazwę produktu:

**Nazwa towaru**

**Ultrabook 15,6" HP**

Envy 15 x360-u000ew i5-4210U/4GB/1000/Win8.1

## Jak przedsiębiorca będzie się kontaktował z konsumentem?

Drugim obowiązkiem wynikającym z tego punktu jest konieczność zamieszczenia informacji dotyczących sposobu porozumiewania się z konsumentem. W tym celu sprzedawca powinien poinformować klienta za pośrednictwem jakich środków będą przekazywane kolejne informacje dotyczące realizacji zamówienia, a więc jak przedsiębiorca będzie komunikował się z konsumentem.

Informacje te można zamieścić w dowolnej zakładce jak np. „Kontakt” lub wpisać do regulaminu.

W praktyce w podsumowaniu zamówienia należy zamieścić komunikat, z którego będzie wynikało jak przedsiębiorca będzie komunikował się z konsumentem.



Po złożeniu zamówienia otrzymają Państwo (otrzymasz) na wskazany adres e-mail wiadomość o kolejnych etapach realizacji zamówienia. Dodatkowo może zdarzyć się również, że zadzwonimy do Państwa (do Ciebie) ustalając szczegóły realizacji zamówienia.

W zależności od formy komunikacji jak jest przyjęta w komunikacji z klientem należy zastosować mniej formalną lub bardziej formalną treść zgodnie ze wskazanym wyżej przykładem.

## OBOWIĄZEK NR 2 – DANE IDENTYFIKACYJNE

**... poinformować o swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany;**

Każdy konsument powinien mieć świadomość tego z kim zawiera umowę sprzedaży. W tym celu ustawodawca nałożył na przedsiębiorców obowiązek podawania pełnych ich danych rejestrowych, tak by kupujący nie miał co do tego żadnych wątpliwości.



Dane mogą zostać wskazane na odpowiedniej stronie informacyjnej, np. „Kontakt”. Obowiązkowo powinny się znaleźć również w **regulaminie**, w definicji Sprzedawcy lub Usługodawcy.

### Przykłady realizacji obowiązku informacyjnego

#### Dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą:



PPHU Jan Kowalski

ul. Prosta 2 lok 8

00-230 Warszawa

NIP: 123-456-78-90

REGON: 0123456789

Firma wpisana do rejestru Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej prowadzonego przez Ministra Gospodarki

### Dla spółek cywilnych:

NAZWA S.C. Jan Kowalski, Anna Nowak  
ul. Prosta 2 lok 8  
00-230 Warszawa  
NIP: 123-456-78-90  
REGON: 0123456789



Dane wspólników zgodnie z  
CEIDG: Jan Kowalski  
Adres  
NIP  
REGON

### Dla spółek kapitałowych:

NAZWA Sp. z o.o.  
ul. Prosta 2 lok 8  
00-230 Warszawa  
NIP: 123-456-78-90  
REGON: 0123456789



Firma wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000123456, o kapitale zakładowym w wysokości 50.000 złotych.



### OBOWIĄZEK NR 3 – ADRES FIRMY

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

Punkt wskazuje konieczność podania pełnego adresu przedsiębiorcy, adresu email oraz opcjonalnie telefonu lub faksu. W przypadku, gdy przedsiębiorca prowadzi swoją działalność pod tym samym adresem, pod którym firma jest zarejestrowana, nie ma konieczności podawania raz jeszcze danych adresowych do kontaktu z klientem, przy założeniu, że dane te zostały podane zgodnie z wymogami obowiązku nr 2.



Dane mogą zostać wskazane na odpowiedniej stronie informacyjnej, przykładowo „**Kontakt**” oraz w **regulaminie**.



Przedsiębiorca ma obowiązek wskazać konsumentowi adres e-mail, pod którym można się z nim kontaktować. Telefon jest opcjonalny i nie ma konieczności jego podawania.

Równocześnie ustawa zaznacza, że podane sposoby kontaktu muszą zapewnić konsumentowi szybką i efektywną możliwość skontaktowania się z przedsiębiorcą. Ustawa nie wskazuje wymaganego od przedsiębiorcy czasu reakcji na dzwoniący telefon lub czasu na odpowiedź na wysłany przez klienta email. Czas ten nie powinien być jednak zbyt długi. Dobrą praktyką jest udzielanie odpowiedzi na wiadomości e-mail nie później niż w ciągu 1 dnia roboczego.



Nie odbieranie telefonu lub nie odpisywanie na e-maile, zwłaszcza, gdy doszło już do zawarcia umowy sprzedaży lub świadczenia usług, może mieć negatywne skutki.

Jednym z niekorzystnych skutków braku kontaktu z klientem jest aspekt budowania negatywnego wizerunku danego przedsiębiorcy w oczach konsumenta, który bez wątplenia drugi raz nie zdecyduje się na ponowne złożenie zamówienia w danych sklepie lub serwisie.

Kolejnym skutkiem, bardziej dotkliwym, może być posądzenie o stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, naruszającej dobre obyczaje i zbiorowe interesy konsumentów, co może wiązać się takimi konsekwencjami, jak postępowanie przed sądem powszechnym wszczęte przez UOKiK.

## OBOWIĄZEK NR 4 – ADRES REKLAMACJI

**... poinformować o adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, jeżeli jest inny niż adres, o którym mowa w pkt 3;**

W przypadku, gdy przedsiębiorca obsługuje reklamacje pod innym adresem niż adres kontaktowy wskazany w poprzednim obowiązku informacyjnym, musi wskazać ten adres konsumentowi.



Na rynku funkcjonuje wiele modeli obsługi reklamacji, zaczynając od obsługi reklamacji w siedzibie firmy albo w dedykowanym punkcie serwisowym prowadzonym przez sprzedawcę działającego pod innym adresem niż prowadzona sprzedaż albo zewnętrzną sieć punktów serwisowych, z którymi współpracuje sprzedawca albo model, gdzie konsument wysyła reklamowany towar bezpośrednio do producenta lub dystrybutora mimo, że składa reklamacje do sprzedawcy.



Dane mogą zostać wskazane na odpowiedniej stronie informacyjnej, przykładowo „**Kontakt**” lub „**Reklamacje**” oraz **regulamin**. Mogą również znaleźć się w regulaminie w części opisowej procesu składania reklamacji.



### **Adres do obsługi reklamacji:**

PPHU Jan Kowalski  
ul. Reklamacyjna 2 lok 5  
30-200 Kraków

## OBOWIĄZEK NR 5 – WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA

**... o łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości – sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności;**

Ten rozbudowany obowiązek informacyjny podkreśla konieczność podawania konsumentowi pełnej i ostatecznej ceny kupowanego przez niego towaru lub usługi, wraz ze wszystkim elementami składowymi.



Jest to kolejny wyjątek w zakresie miejsca spełnienia obowiązków informacyjnych, który bezwzględnie należy spełnić w formularzu, za pośrednictwem którego, konsument składa zamówienie tuż przed jego wysłaniem. Cena powinna zostać więc wskazana bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia.



Istotne jest, aby konsument przed złożeniem zamówienia był świadomy wszystkich kosztów jakie będzie musiał ponieść w związku z zawieraną umową.

Prezentowana cena za towar powinna zawierać w sobie wszelkie podatki. Ustawodawca wskazuje, że w ramach udzielanych informacji powinny być podane również koszty transportu jakie jest zobowiązany pokryć konsument.



Jeżeli sprzedawca nie jest w stanie z różnych względów obliczyć kosztów dostawy, powinien wskazać w podsumowaniu zamówienia, że taki koszt będzie doliczony oraz powinien wskazać sposób liczenia tych kosztów, tak aby konsument był w stanie samodzielnie je wyliczyć, aby był świadomy z jakimi kosztami powinien się liczyć.

Możliwość zamieszczenia odwołania do cennika dostaw może być dużym ułatwieniem dla sklepów internetowych oferujących towary niestandardowe pod względem gabarytów i masy, w wypadku których ciężko jest w pełni zautomatyzować proces wyliczania kosztów dostawy przez funkcjonalności strony internetowej. Wówczas w podsumowaniu zamówienia należy zamieścić treść:



Do zamówienia będzie doliczony koszt dostawy zgodnie z [cennikiem dostaw](#).

Dodatkowo jeżeli konsument będzie musiał ponieść inne koszty, przedsiębiorca ma obowiązek również je podać lub wskazać, że mogą wystąpić.



Przykładem innych kosztów mogą być koszty związane z wybraną przez konsumenta formą płatności.

Ustawodawca wyraźnie wskazał też, że w wypadku umów obejmujących prenumeratę, a więc cykliczne dostarczanie towaru do klienta w określonych odstępach czasowych w zamian za okresowo uiszczane zapłaty, konsument powinien być poinformowany o pełnej płatności za pełen okres rozliczeniowy, a jeśli stawka za każdy okres jest stała, także o tym ile wynosi każda poszczególna płatność okresowa.



Przykładowo, jeśli konsument zawarł umowę na roczną prenumeratę miesięcznika, gdzie jedno wydanie kosztuje 10 zł, powinien być poinformowany o tym, że całkowity koszt zawarcia umowy wyniesie 120 zł, a opłata miesięczna 10 złotych.

## OBOWIĄZEK NR 6 – KOSZTY POROZUMIEWANIA SIĘ

**... poinformować o kosztach korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka porozumiewania się;**

Jeśli zawarcie umowy wiąże się z konkretnym sposobem porozumiewania się z przedsiębiorcą i równocześnie wynikają z tego dodatkowe koszty, konsument powinien zostać o tym poinformowany.



Przykładowo, jeśli do przedsiębiorcy należy dzwonić na numer telefonu, gdzie zamiast normalnej opłaty za minutę, naliczana jest opłata pięciokrotnie wyższa, konsument powinien być tego świadomy.



Informacja powinna zostać wskazana na stronie internetowej w ramach odpowiedniej strony informacyjnej, w miejscu gdzie prezentowana jest określona forma kontaktu np. „**Kontakt**”.



Jeżeli na stronie internetowej zostanie np. podany zwykły numer telefonu warto pod nim zamieścić informację typu: „*Opłata jak za połączenie lokalne.*”



Każdy podwyższony koszt komunikacji jaki konsument musi ponieść w toku składania zamówienia, powinien być konsumentowi wyraźnie przedstawiony, wraz z informacją ile taki koszt wynosi.

## OBOWIĄZEK NR 7 – ZAPŁATA

... poinformować o sposobie i terminie zapłaty;

Punkt wskazuje na konieczność poinformowania konsumenta o sposobie zapłaty jaki ma obowiązywać w zawieranej przez niego umowie oraz o terminie w jakim zapłatę jest zobowiązany uiścić.



Zapis o możliwych do wyboru formach płatności powinien znaleźć się w regulaminie.



Zgodnie z art. 18 ustawy o prawach konsumenta należy wskazać ograniczenia w zakresie akceptowanych sposobów płatności.

W praktyce oznacza to konieczność poinformowania konsumenta o tym, jaki biznesowy model płatności przyjął przedsiębiorca.

Przykładowo w danym sklepie może funkcjonować model, gdzie zamówienia powyżej 500 zł są realizowane tylko przelewem, bez możliwości realizacji płatności za pobraniem. Może to być również model, gdzie przedsiębiorca zawsze żąda płatności z góry lub ogranicza określone formy płatności w zależności od towarów, które wchodzi w skład zamówienia. Przykładem może być również sytuacja gdzie zamówienia indywidualne zawsze realizowane są przy płatności z góry.



W zależności o tego jaki jest przyjęty przez przedsiębiorcę model, obowiązek informacyjny można spełnić poprzez odpowiednie zapisy w **regulaminie**, albo w **karcie produktu**.



## Termin zapłaty

Odnosnie terminu zapłaty informacja taka może znaleźć się w regulaminie, jeśli dla wszystkich produktów i form płatności w danym sklepie termin zapłaty jest niezmienny. Jeśli natomiast termin jest zmienny w zależności od towaru czy formy płatności, należy podać go albo w ramach karty produktu albo bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia.



W przypadku wyboru formy płatności przelewem, płatność powinna być dokonana w ciągu 3 dni roboczych na konto bankowe wskazane w wiadomości e-mail potwierdzającej złożone zamówienie.

## OBOWIĄZEK NR 8 – DOSTAWA

**... poinformować o sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji;**

Konsument musi zostać poinformowany w jakim terminie i w jaki sposób zostanie spełnione świadczenie. Oznacza to, że przedsiębiorca powinien udostępnić informację o tym ile czasu od zawarcia umowy zabierze jej realizacja, a więc wykonanie usługi lub dostarczenie towaru.



### Termin spełnienia świadczenia

Ważne jest, aby wskazane przez przedsiębiorcę terminy dostawy były możliwe do dotrzymania. Termin realizacji dostawy jest elementem umowy, a jego niespełnienie oznacza nienależyte wykonanie umowy i potencjalne prawo klienta do odstąpienia od zawartej umowy.



W razie opóźnienia sprzedawcy kupujący może wyznaczyć dodatkowy termin do wydania rzeczy, a po jego bezskutecznym upływie może od umowy odstąpić.

W praktyce oznacza to, że konsument może odstąpić od umowy sprzedaży, jeżeli przedsiębiorca nie dotrzyma terminu realizacji zamówienia. W przypadku gdy termin realizacji umowy nie zostanie sprecyzowany, zastosowanie ma ogólny przepis wskazujący, że jeśli strony nie postanowią inaczej, na wydanie rzeczy sprzedawca ma 30 dni kalendarzowych.



Informacja na temat terminu realizacji może zostać zamieszczona w ramach **karty produktu**, co ułatwi konsumentowi dokonanie wyboru w toku składania zamówienia. Informacja może również zostać powtórzona w ramach koszyka, tak by przed złożeniem zamówienia konsument jeszcze raz otrzymał wiadomość w jakim terminie umowa zostanie wykonana. W przypadku, gdy przedmiotem umowy sprzedaży jest wiele towarów czas realizacji zamówienia może być określony według towaru, który ma ten czas najdłuższy.

Możliwe jest zastrzeżenie w wypadku umów, które zakładają konieczność dokonania przedpłaty przez klienta, że termin realizacji będzie liczony dopiero od momentu, w którym konsument dokona zapłaty.



Towar zostanie dostarczony w terminie do 5 dni roboczych od dnia zawarcia umowy.

Usługa zostanie wykonana w terminie 14 dni od momentu dokonania przez konsumenta płatności.

### Sposób spełnienia świadczenia

W zakresie sposobu spełnienia świadczenia, należy poinformować konsumenta o tym jak sprzedawca dostarcza towar, a w przypadku usług jak usługa jest realizowana. W praktyce oznacza to konieczność określenia formy dostawy, nawet jeżeli sprzedawca oferuje tylko jedną możliwość. Konsument powinien być każdorazowo świadomy w jaki sposób będzie realizowana dostawa.

Dodatkowo przepisy wymagają, aby w sposób wyraźny, najpóźniej na początku składania zamówienia, przekazać w sposób jasny i czytelny informacje o wszelkich ograniczeniach dotyczących dostarczania towaru.



W celu spełnienia tego obowiązku należy odpowiednio oznaczyć formy dostawy w **koszyku** oraz w **regulaminie**.



Kurier – dostawa tylko na terenie Polski.

Poczta Polska – dostawa na terenie UE.

### Procedura reklamacyjna

Nowe przepisy konsumenckie wprowadzają możliwość ustalenia przez sprzedawcę procedury rozpatrywania reklamacji. Przy określaniu tej procedury należy pamiętać o konieczności zachowania i opisanie uprawnień konsumenta wynikających z ustawy. Przykładowo, jeśli sprzedawca chce zaznaczyć, że towar nie powinien być przez klienta odsyłany na jego adres, ale zostanie odebrany bezpośrednio od klienta z pomocą transportu własnego sprzedawcy – ma możliwość opisanie właśnie takiej procedury.



Ze względu na istotność kwestii procedury reklamacji, powinna być ona opisana w regulaminie sklepu i ewentualnie streszczona w ramach strony informacyjnej jak np. „Reklamacje” lub „Zwroty i reklamacje”.

## OBOWIĄZEK NR 9 – ODSTĄPIENIE OD UMOWY

**... o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartym w załączniku nr 2 do ustawy;**

Przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania konsumenta o tym, że ma on prawo odstąpić od umowy. Dodatkowo konsument powinien zostać poinformowany także o tym, w jakim terminie może od umowy odstąpić oraz o sposobie w jaki może tego dokonać.



Informacja powinna zostać wskazana na stronie internetowej w ramach strony informacyjnej jak np. „Zwroty” oraz w **regulaminie**.



Konsument może w terminie 14 dni kalendarzowych liczonych od dnia dostawy towaru, odstąpić od umowy bez podawania przyczyny, składając Sprzedawcy stosowne oświadczenie. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Oświadczenie można złożyć na formularzu, którego wzór stanowi załącznik do ustawy o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r.



Jeżeli konsument nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie do odstąpienia od umowy termin na odstąpienie wydłuża się aż do 12 miesięcy.

Ustawa ujednocila formularz odstąpienia od umowy, nakładając na przedsiębiorców obowiązek informowania konsumentów o obowiązującym wzorze. Należy jednak pamiętać, że konsument może ale nie musi skorzystać z formularza, natomiast przedsiębiorca ma obowiązek taki formularz udostępnić.



Wzór formularza odstąpienia należy zamieścić w ramach odpowiedniej strony informacyjnej jak np. „Zwroty” lub zamieszczając odwołanie do dokumentu w treści regulaminu. Dobrym rozwiązaniem jest umożliwienie konsumentowi pobrania formularza w wersji elektronicznej ze strony internetowej sklepu.

## Usługi

Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest usługa realizowana drogą elektroniczną lub na odległość, wówczas należy uzyskać od konsumenta zgodę na rozpoczęcie spełniania świadczenia tej usługi, przed upływem terminu 14 dni, w trakcie których konsument ma możliwość odstąpienia od umowy.

Przykładem usługi realizowanej drogą elektroniczną może być sprzedawanie za pośrednictwem strony internetowej abonamentu na dostęp do treści lub funkcji serwisu internetowego.

Przykładem usługi realizowanej na odległość może być zlecenie naprawy lub kalibracji urządzenia albo wykonanie tłumaczenia, składane poprzez stronę internetową sklepu.



Jeżeli wykonywanie usługi ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, przedsiębiorca powinien uzyskać od konsumenta wyraźne oświadczenie zawierające takie żądanie.



W praktyce uzyskanie takiej zgody powinno odbyć się na zasadzie dodania checkboxa w formularzu zamówienia, który konsument musi zaznaczyć. Pole takie powinno być wymagane do złożenia zamówienia. Nie może być domyślnie zaznaczone ani połączone z innymi zgodami.



Wyrażam zgodę na rozpoczęcie świadczenia usługi przed upływem 14 dni na odstąpienie od umowy i przyjmuję do wiadomości brak możliwości odstąpienia od umowy, gdy usługa zostanie w pełni wykonana.

### Treści cyfrowe

Jeżeli przedmiotem umowy sprzedaży jest treść cyfrowa, wówczas przedsiębiorca ma obowiązek potwierdzić konsumentowi na trwałym nośniku otrzymanie od niego zgody na dostarczanie treści cyfrowych, jeśli konsument nie będzie miał w tym przypadku prawa do odstąpienia od umowy.



W praktyce uzyskanie takiej zgody powinno odbyć się na zasadzie dodania checkboxa w formularzu zamówienia, który konsument musi zaznaczyć. Pole takie powinno być wymagane do złożenia zamówienia. Nie może być domyślnie zaznaczone, ani połączone z innymi zgodami. Przed udostępnieniem treści cyfrowej należy przekazać konsumentowi na trwałym nośniku informację o uzyskanej zgodzie.



Wyrażam zgodę na dostarczenie treści cyfrowych i przyjmuję do wiadomości, że wraz z ich dostarczeniem utracę prawo odstąpienia od umowy.

## OBOWIĄZEK NR 10 – KOSZTY ZWROTU

**... o 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;**

Nowa ustawa nakłada na sprzedawcę obowiązek poinformowania konsumenta o konieczności poniesienia przez niego kosztów odesłania rzeczy w wypadku skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy.



Informacja powinna zostać wskazana na stronie internetowej w ramach strony informacyjnej „Zwroty” oraz w **regulaminie**.



W przypadku odstąpienia od umowy koszt dostarczenia zwracanego towaru ponosi Klient.



Jeżeli konsument nie zostanie poinformowany przez przedsiębiorcę o tym, że w przypadku odstąpienia od umowy ponosi koszty odesłania towaru do przedsiębiorcy, wówczas koszty odesłania towaru ponosi przedsiębiorca.



## Charakter towaru

Jeżeli ze względu na swój charakter, towar nie może zostać odesłany w zwykłym trybie, konsument powinien zostać poinformowany o tym fakcie przed zawarciem umowy.

Przez charakter towaru należy rozumieć rozmiar, ciężar czy niestandardowy rodzaj produktu. Przykładem tego typu towaru może być np. pralka, której nie można odesłać do sprzedawcy zwykłą przesyłką pocztową.



Informacja o braku możliwości odesłania towaru w zwykłym trybie, pocztą może zostać wskazana w ramach strony informacyjnej jak np. „Zwroty”, gdzie ogólnie można odnieść się do kategorii określonych towarów, których odesłanie normalną przesyłką pocztową nie jest możliwe. Obowiązek ustawy można również spełnić poprzez informację w samej karcie towaru.



W przypadku odstąpienia od umowy, towary typu:

TV, pralki, lodówki, zmywarki, okapy, piecyki gazowe i elektryczne

nie mogą być one odesłane zwykłą przesyłką pocztową ze względu na duże gabaryty. W związku z tym koszt odesłania towaru będzie wyższy niż zwykła przesyłka pocztowa.

## OBOWIĄZEK NR 11 - POKRYCIE KOSZTÓW

**... o obowiązku zapłaty przez konsumenta poniesionych przez przedsiębiorcę uzasadnionych kosztów zgodnie z art. 35, jeżeli konsument odstąpi od umowy po zgłoszeniu żądania zgodnie z art. 15 ust. 3 i art. 21 ust. 2;**

Obowiązek informacyjny dotyczy umów na usługi. Nowe przepisy umożliwiają konsumentowi odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia, przy założeniu, że usługa nie została w pełni zrealizowana.



W sytuacji, gdy do chwili skorzystania przez konsumenta z prawa do odstąpienia, sprzedawca poniósł już uzasadnione koszty w związku z tym, że zaczął wykonywać umowę, konsument jest zobowiązany do pokrycia tych kosztów.



Pamiętać należy o tym, że zwrot kosztów będzie możliwy jedynie w sytuacji, gdy świadczenie usługi zostało rozpoczęte za wyraźną zgodą konsumenta.



Informacja powinna zostać wskazana w regulaminie. Dodatkowo może być wskazana w ramach strony informacyjnej jak np. „Zwroty” oraz w **regulaminie**.

## OBOWIĄZEK NR 12 – BRAK ODSTĄPIENIA

**... o braku prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 38 lub okolicznościach, w których konsument traci prawo odstąpienia od umowy;**

Ustawa o prawach konsumenta w art. 38 wskazuje w jakich sytuacjach konsument nie ma uprawnienia do odstąpienia od umowy. Lista wyjątków została w stosunku do aktualnie obowiązującej ustawy rozszerzona do 13 punktów. Poszczególne wyjątki odnoszą się zarówno do charakter towaru jak i okoliczności w jakich konsument traci uprawnienie do odstąpienia od umowy.



Informacja powinna zostać wskazana w regulaminie oraz opcjonalnie może być zawarta w ramach strony informacyjnej „Zwroty” oraz w regulaminie.

Informacja o braku prawa do odstąpienia może przykładowo brzmieć:

- W przypadku, gdy towarem są np. kosmetyki albo gdy konsument zakupi leki z apteki internetowej:



Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje klientowi w przypadku, gdy przedmiotem umowy sprzedaży jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

- W przypadku, gdy towarem są np.:
  - meble wykonywane na zamówienie klienta;
  - obrazy drukowane ze zdjęć dostarczonych przez klienta;
  - buty wykonane na zamówienie klienta;



Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje klientowi w przypadku, gdy przedmiotem umowy sprzedaży są rzeczy nieprefabrykowane, wyprodukowane według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb.

Wyjątek dotyczy również towarów, które są dostosowywane do klienta np. materiał docięty na wymiar, niestandardowy kolor, format towaru, wykonanie nadruków, naszyć, grawerów określonych przez klienta:

- W przypadku, gdy towarem jest np. płyta CD, DVD z nagraniem treści:



Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje klientowi w przypadku, gdy przedmiotem umowy sprzedaży są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zabezpieczonym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

- W przypadku, gdy towarem jest np. towar dostarczony luzem tj. ziemia, beton, które w momencie dostarczenia zostają połączone z innymi rzeczami:



Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje klientowi w przypadku, gdy przedmiotem umowy sprzedaży są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami.

- W przypadku, gdy towarem są produkty spożywcze szybko psujące się lub z krótkim terminem na spożycie:



Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje klientowi w przypadku, gdy przedmiotem umowy sprzedaży są rzeczy ulegające szybkiemu zepsuciu lub mające krótki termin przydatności do użycia.

- W przypadku usług realizowanych zarówno na odległość jak i świadczonych drogą elektroniczną;



Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje klientowi w przypadku, gdy przedmiotem umowy jest wykonanie usługi i została ona w pełni wykonana.

## OBOWIĄZEK NR 13 – RZECZ BEZ WAD

### ... o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad;

Przedsiębiorca jest każdorazowo zobowiązany by poinformować klienta o tym, że rzecz którą sprzedaje jest wolna od wad. Zapis ten oprócz obowiązku dostarczania rzeczy bez wad fizycznych czy prawnych wskazuje również na odpowiedzialność sprzedawcy za dostawę.



Poprzez „wadę” należy rozumieć zarówno wadę fizyczną jak i prawną.



Jeżeli sprzedawca, który sprzedaje towar posiadający wadę, poinformuje konsumenta o istnieniu tej wady wówczas istnienie tej wady nie wpływa na niespełnienie tego obowiązku.



Informacja o obowiązku dostarczenia rzeczy bez wad powinna zostać wskazana w **regulaminie**. Informacja na temat wad w konkretnych sprzedawanych produktach, powinna znaleźć się w kartach poszczególnych produktów.

Warto zaznaczyć, że ustawodawca wyraźnie używa pojęcia „dostarczenie rzeczy bez wad”. Oznacza to, że rzecz powinna zostać dostarczona w stanie pozbawionym wad, a nie tylko być ich pozbawiona w momencie przekazywania jej dostawcy celem wysyłki. Tym samym sprzedawca jest odpowiedzialny również za należyte dostarczenie zamówionego towaru. Podkreślenie tego faktu jest prawdopodobnie uzasadnione spotykana czasem niedozwoloną praktyką sprzedawców polegającą na informowaniu klientów o tym, że sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za uszkodzenia powstałe w trakcie transportu.

**OBOWIĄZEK NR 14 – GWARANCJA****... o istnieniu i treści gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposobie ich realizacji;**

Jeśli towary sprzedawane przez sprzedawcę są objęte jakąkolwiek dodatkową gwarancją, wykraczającą poza uprawnienia z tytułu rękojmi wskazane w ustawie, wówczas klient powinien być o tym fakcie poinformowany.



Jeżeli sprzedawca oferuje towary objęte gwarancją wówczas powinien albo w **karcie danego produktu** albo na stronie informacyjnej jak np. „**Reklamacje i gwarancje**” zamieścić informację o czasie trwania gwarancji oraz powinien zamieścić treść tej gwarancji. Treść może być zamieszczona przykładowo w formie pliku PDF do pobrania. Jeżeli wszystkie towary oferowane przez sprzedawcę są objęte jednakową gwarancją można zamieścić jedną informację na stronie informacyjnej jak np. „Reklamacje i gwarancje”.

Przykładowo, jeśli sprzedawany rower jest objęty 5 letnią gwarancją producenta, a producent wymaga by przesłać do niego towar celem naprawy– konsument powinien być poinformowany o tym kto udziela gwarancji, na jaki okres, jak może z niej skorzystać i jak odnaleźć punkty serwisowe, do których rower należy przesłać. Przykładem usług posprzedażnych może być możliwość legalnego pobierania z Internetu, w formacie mp3, nagrań z płyty CD, którą konsument kupił.



Nie poinformowanie klienta o zakresie istniejących gwarancji czy usług posprzedażnych będzie istotnym niedopełnieniem obowiązków informacyjnych, ponieważ konsument nie otrzyma informacji odnośnie tego jakie uprawnienia łączą się z zakupieniem przez niego towaru. Grozi za to co najmniej kara grzywny.

## OBOWIĄZEK NR 15 – KODEKS DOBRYCH PRAKTYK

**... o kodeksie dobrych praktyk, o którym mowa w art. 2 pkt 5 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz sposobie zapoznania się z nim;**

W ramach poszczególnych branż mogą funkcjonować dokumenty zwane „Kodeksami dobrych praktyk”. Ich definicję wskazuje ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.



Kodeks dobrych praktyk to:

„zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania w odniesieniu do jednej lub większej liczby praktyk rynkowych.”

Jeśli przedsiębiorca jest związany kodeksem dobrych praktyk powinien poinformować o tym fakcie konsumenta, który zawiera z nim umowę.

Informacja o kodeksie i jego treści powinna być zamieszczona na stronie internetowej tak, by każdy klient lub użytkownik mógł się z nią zapoznać. Może to być strona informacyjna pod nazwą np. „Kodeks” lub „Kodeks dobrych praktyk”.



## OBOWIĄZEK NR 16 – CZAS TRWANIA UMOWY

**... o czasie trwania umowy lub o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;**

Konsument powinien każdorazowo przed zawarciem umowy otrzymać informację przez jaki czas będzie umową związany. Przedsiębiorca powinien wyraźnie poinformować klienta, czy umowa jest zawarta na czas nieoznaczony, czy też oznaczony, a w drugim wypadku także na jaki okres jest zawierana.



Jest to kolejny wyjątek w zakresie miejsca spełnienia obowiązków informacyjnych, który bezwzględnie należy spełnić w formularzu, za pośrednictwem którego, konsument składa zamówienie tuż przed jego wysłaniem.



Dodatkowo, konsument powinien zostać poinformowany o sposobie w jaki może wypowiedzieć umowę zawartą z przedsiębiorcą na czas nieoznaczony, a więc na przykład w jakim terminie powinno nastąpić wypowiedzenie.



Konsument powinien zostać wyraźnie poinformowany jeśli zawierana przez niego umowa ma ulec automatycznemu przedłużeniu, tj. na przykład w sytuacji, gdy zawarta na jeden rok umowa ulega przedłużeniu, jeśli strony nie wypowiedzą jej we wskazanym terminie.

**OBOWIĄZEK NR 17 – CZAS TRWANIA ZOBOWIĄZAŃ****... o minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy;**

Przedsiębiorca jest zobowiązany poinformować konsumentów jeśli zawierana z nimi umowa nie może zostać rozwiązana przez określony czas lub jeśli jej zawarcie wiąże się dla konsumentów z trwającymi przez pewien okres czasu zobowiązaniami.



Przykładem może być sytuacja, gdy umowa jest zawarta na oznaczony czas jednego miesiąca i nie ma możliwości jej wypowiedzenia.



Jest to kolejny wyjątek w zakresie miejsca spełnienia obowiązków informacyjnych, który bezwzględnie należy spełnić w formularzu, za pośrednictwem którego, konsument składa zamówienie tuż przed jego wysłaniem.



Informacja na ten temat może znaleźć się podsumowaniu zamówienia.



Minimalny czas trwania zobowiązań wynikających z umowy wynosi 12 miesięcy.

Warto zaznaczyć, że potencjalna niemożność wypowiedzenia umowy na czas oznaczony nie wyłącza uprawnienia do odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w terminie 14 dni, za wyjątkiem sytuacji opisanych w ustawie.

## OBOWIĄZEK NR 18 – KAUCJA

**... o wysokości i sposobie złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument jest zobowiązany spełnić na żądanie przedsiębiorcy;**

Jeżeli w ramach oferowanych usług przedsiębiorca nakłada na konsumenta jakiegokolwiek dodatkowe obciążenia w rodzaju konieczności wpłacenia kaucji czy innych gwarancji finansowych, konsument powinien zostać każdorazowo poinformowany o wysokości i sposobie złożenia takich zabezpieczeń.



Informacja na ten temat może znaleźć się w **regulaminie**, jeśli kaucja/gwarancja są stałe dla wszystkich towarów/usług lub w odpowiednich **kartach produktów**, jeżeli wymagania odnośnie zabezpieczeń finansowych są różne w zależności od towaru/usługi.



Przykładem może być sytuacja, gdy konsument ma możliwość dokonania rezerwacji i wypożyczenia np. łódki, a samo wypożyczenie łączy się z koniecznością wpłacenia zwrotnej kaucji w wysokości 100 zł. Taka informacja powinna być przekazana konsumentowi jeszcze zanim zdecyduje się na zawarcie umowy.

## OBOWIĄZEK NR 19 – FUNKcjONALNOŚĆ TREŚCI

### ... o funkcjonalności treści cyfrowych oraz technicznych środkach ich ochrony;

W wypadku, gdy przedmiotem zamówienia są treści cyfrowe, a więc wszelkiego rodzaju oprogramowanie komputerowe, czy też pliki elektroniczne, konsument powinien zostać poinformowany o wszystkich funkcjonalności danych treści cyfrowych.



Przykładem funkcjonalności w przypadku oprogramowania może być informacja, że jest to edytor tekstów, program do grafiki wektorowej, program do obróbki zdjęć. Chodzi o wskazanie celu w jakim konsument może wykorzystać daną treść cyfrową. Nie ma konieczności wymieniania całej listy poszczególnych funkcji jakie udostępnia dany program – wystarczy wskazanie ogólnej funkcjonalności danego oprogramowania.



Informacja na temat funkcjonalności treści cyfrowych powinna znaleźć się w ramach **kart poszczególnych produktów**, tak by konsument miał możliwość zapoznać się z tymi informacjami przed złożeniem zamówienia na konkretną treść cyfrową.

## Środki ochrony

Jeśli treści cyfrowe są w jakikolwiek sposób chronione, konsument powinien być świadomy trybu w jakim powinny być one użytkowane.



Przykładem może być zabezpieczenie DRM lub konieczność autoryzacji kopii programu za pośrednictwem internetu, przy każdorazowym jego uruchomieniu.



Informacja na temat zabezpieczeń treści cyfrowych powinna znaleźć się w ramach **kart poszczególnych produktów**, tak by konsument miał możliwość zapoznać się z tymi informacjami przed złożeniem zamówienia na konkretną treść cyfrową.

## OBOWIĄZEK NR 20 – INTEROPERACYJNOŚĆ TREŚCI

**... o mających znaczenie interoperacyjnościach treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć;**

Konsumenci powinni być informowani, jeśli specyfika treści cyfrowych dostarczanych przez sprzedawcę powoduje, że mają one istotny wpływ na działanie oprogramowania lub sprzętu elektronicznego posiadanego przez konsumenta.



Podstawową informacją w tym zakresie będą wszelkiego rodzaju wymagania techniczne, tak by konsument był świadomy jaki sprzęt elektroniczny lub oprogramowanie powinien posiadać aby mógł skorzystać z treści cyfrowych.



Przykładem może być program antywirusowy, który może nie funkcjonować poprawnie jeśli na sprzęcie, z którego korzysta konsument będzie zainstalowany inny program tego typu.



Informacja na temat interoperacyjności treści cyfrowych powinna znaleźć się w ramach **kart poszczególnych produktów**, tak by konsument miał możliwość zapoznać się z tymi informacjami przed złożeniem zamówienia na konkretne oprogramowanie.

Należy dodać, że ustawodawca wyraźnie wskazuje, że obowiązek informacyjny istnieje nie tylko wtedy, gdy przedsiębiorca wie o pewnych cechach treści cyfrowych, ale także w sytuacji, gdy powinien o nich wiedzieć.



Zapis jednoznacznie wskazuje, że to przedsiębiorca jest odpowiedzialny za orientowanie się w kwestiach technicznych dostarczanych treści cyfrowych na poziomie, który umożliwi udzielenie konsumentowi informacji niezbędnych do prawidłowego z nich korzystania.

## OBOWIĄZEK NR 21 - ADR

**... o możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur.**

Konsument ma możliwość dochodzenia swoich roszczeń nie tylko przed sądem powszechnym, ale także za pomocą tzw. „Alternatywnych metod rozstrzygania sporów” (ADR).



Dotyczy to niezależnych od przedsiębiorcy i konsumenta podmiotów, które rozstrzygają spór między stronami. Strona trzecia, którą jest mediator lub arbiter pomaga w osiągnięciu porozumienia bez konieczności angażowania wymiaru sprawiedliwości. Metody te są często tańsze, szybsze i nie wymagają zatrudnienia wyspecjalizowanego prawnika.



Informacja powinna zostać wskazana na stronie internetowej w ramach strony informacyjnej „**Reklamacje**” oraz w **regulaminie**.



W przypadku, gdy Klient sklepu będzie chciał wdać się w spór z naszą firmą w związku z obsługą reklamacji towaru ma możliwość skorzystania z pozasądowych metod rozstrzygania sporów. Wszelkie spory wynikające z umowy sprzedaży mogą być rozwiązywane w trybie mediacji przez mediatorów Centrum Mediacji Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie, stosownie do regulaminu tego Sądu, obowiązującego w dniu skierowania wniosku o mediację.



### 3. PRZYPISANIE OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH

Obowiązki oznaczone w kolorze zielonym, można spełnić przed wejściem w życie ustawy – nie będą one w sprzeczności z obowiązującymi przepisami do 24 grudnia 2014 r.

Obowiązki informacyjne		Strony Informacyjne						
Nr	Nazwa obowiązku	Kontakt	Regulamin	Reklamacje	Zwroty	Kodeks	Karta produktu	Koszyk
1	<a href="#">CECHY ŚWIADCZENIA</a>							X
2	<a href="#">DANE IDENTYFIKACYJNE</a>	X	X					
3	<a href="#">ADRES FIRMY</a>	X	X					
4	<a href="#">ADRES REKLAMACJI</a>	X	X	X				
5	<a href="#">WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA</a>							X
6	<a href="#">KOSZTY POROZUMIEWANIA SIĘ</a>	X						
7	<a href="#">ZAPŁATA</a>		X				X	
8	<a href="#">DOSTAWA</a>		X					
9	<a href="#">ODSTĄPIENIE OD UMOWY</a>		X		X			
10	<a href="#">KOSZTY ZWROTU</a>		X		X			
11	<a href="#">POKRYCIE KOSZTÓW</a>		X		X			
12	<a href="#">BRAK ODSTĄPIENIA</a>		X		X			
13	<a href="#">RZECZ BEZ WAD</a>		X					
14	<a href="#">GWARANCJA</a>			X			X	
15	<a href="#">KODEKS DOBRYCH PRAKTYK</a>					X		
16	<a href="#">CZAS TRWANIA UMOWY</a>							X
17	<a href="#">CZAS TRWANIA ZOBOWIĄZAŃ</a>							X
18	<a href="#">KAUCJA</a>		X				X	
19	<a href="#">FUNCKJE TREŚCI</a>						X	
20	<a href="#">INTEROPERACYJNOŚĆ TREŚCI</a>						X	
21	<a href="#">ADR</a>		X	X				

#### 4. PRZYCISK ZAMÓWIENIA

Ustawa określa konkretne wymagania odnośnie przycisku, za pośrednictwem, którego składane jest zamówienie. Dotyczy to zamówienia zarówno towarów jak i usług.

##### Art. 17

##### Ustawy o prawach konsumenta



3. 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.

Powyżej wskazany przepis określa nazwę przycisku za pośrednictwem którego dochodzi do złożenia zamówienia, co wiąże się z obowiązkiem dokonania płatności przez konsumenta. Sformułowanie użyte w kontekście sklepów internetowych wydaje się dość kuriozalne, ale jego zastosowanie bez wątpienia ujednolici komunikację z konsumentem w wielu sklepach internetowych i pomoże uniknąć sytuacji, gdzie klient nie ma świadomości kiedy składa zamówienie.



Ustawa dopuszcza stosowanie innych równoważnych i jednoznacznych sformułowań. Przykładem takiej komunikacji może być sformułowanie „**Zamawiam i płacę**”, z którego wynikają obie przesłanki tj. złożenia zamówienia i obowiązek zapłaty.

Nowe przepisy z punktu widzenia konsumenta są istotne zwłaszcza przy serwisach internetowych, gdzie dochodziło do wielu naruszeń, gdy konsument np. zakładał bezpłatne testowe konto, które po okresie 14 dni przy braku wypowiedzenia umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną stawało się kontem płatnym. Dzięki nowym przepisom praktyki takie będą nieskuteczne.



Nie jest dopuszczalny model, gdzie przycisk będzie miał nazwę np. „Zamówienie”, a pod nim znajdzie się zapis „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty”.

Ustawa wprost wskazuje na to, że jeżeli przycisk służy do złożenia zamówienia, to ma mieć on konkretną nazwę.



Jeżeli przedsiębiorca nie spełnia wymagań określonych w ust. 3, umowa nie zostaje zawarta.

W praktyce oznacza to, że jeżeli zabraknie przycisku o wskazanej nazwie konsument może wystąpić o zwrot płatności, której dokonał, a sama umowa sprzedaży lub świadczenia usług okaże się nieważna.

## 5. POTWIERDZENIE OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH

### Art. 21

**Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje:**

- 1) informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy;**
- 2) informację o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy**



W praktyce, aby dobrze wykonać ten obowiązek należy po złożonym zamówieniu, a przed dostarczeniem towaru, wysłać do konsumenta email, który będzie zawierał wszystkie informacje wynikające z obowiązków informacyjnych. W wiadomości e-mail może być załączony na przykład plik w formacie PDF zawierający niezbędne treści.



Na przedsiębiorcy ciąży obowiązek dowodowy wywiązania się z obowiązków informacyjnych.



Brak potwierdzenia obowiązków informacyjnych na trwałym nośniku może skutkować karą grzywny.



Brak potwierdzenia obowiązków informacyjnych na trwałym nośniku skutkuje m. in. możliwością odstąpienia przez konsumenta od umowy w ciągu 12 miesięcy i brakiem odpowiedzialności konsumenta, za ubytek wartości zwracanego towaru.



Brak potwierdzenia obowiązków informacyjnych na trwałym nośniku skutkuje również możliwością odstąpienia konsumenta od umowy, której przedmiotem jest treść cyfrowa. W praktyce oznacza to, że konsument będzie w posiadaniu np. pliku video, mp3, a przedsiębiorca będzie musiał dokonać zwrotu płatności.

## 6. INNE OBOWIĄZKI

### Karta produktu

Jeżeli kupującym jest konsument, sprzedawca jest obowiązany udzielić mu przed zawarciem umowy jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji w języku polskim, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania z rzeczy sprzedanej.

W szczególności należy podać:



- rodzaj rzeczy,
- określenie jej producenta lub importera,
- znak bezpieczeństwa i znak zgodności wymagane przez odrębne przepisy,
- informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej oraz, stosownie do rodzaju rzeczy,
- określenie jego energochłonności
- inne dane wskazane w odrębnych przepisach.



W praktyce informacje te powinny znaleźć się w karcie produktu.

## Zamówienia telefoniczne



Jeżeli przedsiębiorca proponuje konsumentowi zawarcie umowy przez telefon, ma obowiązek potwierdzić treść proponowanej umowy utrwaloną na papierze lub innym trwałym nośniku. Oświadczenie konsumenta o zawarciu umowy jest skuteczne, jeżeli zostało utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy.



W praktyce po każdym złożonym przez telefon zamówieniu sprzedawca powinien na trwałym nośniku, np. za pośrednictwem e-maila wysłać do konsumenta informacje określone w obowiązkach informacyjnych. Zwrotnie konsument powinien odesłać również na trwałym nośniku, np. poprzez e-mail, informację że zgadza się oraz potwierdza ustalone i przedstawione warunki umowy sprzedaży.



Jeżeli konsument nie potwierdzi warunków umowy na trwałym nośniku, wówczas umowę uważa się za nieważną. Skutkować to może koniecznością przyjęcia zwróconego przez konsumenta towaru, nawet po upływie terminu na odstąpienie od umowy oraz obowiązkiem zwrotu przez sprzedawcę płatności jakiej dokonał konsument.



SKLEP INTERNETOWY



SERWIS INTERNETOWY



OCHRONA DANYCH  
OSOBOWYCH (GIODO)



PROGRAM PARTNERSKI  
I LOJALNOŚCIOWY



KONKURS



PROMOCJA

# Rzetelny regulamin

**Bezpiecznie**

**Odpowiedzialnie**

**Kompleksowo**

