

BIULETYN K

Nr 2 (24) LIPIEC 2007

Wydawnictwo Stowarzyszenia Konsumentów Polskich

ORZECZNICTWO:

- ✓ Sprzedaż konsumencka
- ✓ Kredyt konsumencki



**Ustawa o przeciwdziałaniu
nieuczciwym praktykom rynkowym**

Liberalizacja rynku energii

- 1-3** *Nowe przepisy prawne*
Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym
- 4-9** *Konsument w Europie*
DOLCETA - Konsumentcki portal edukacyjny
Telewizja bez granic
Komunikat Komisji Europejskiej dotyczący wykonania dyrektywy 1999/44/WE
- 10-11** *Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów*
Problemy z kablówkami
Pensjonat? Hotel? Sprawdź, gdzie jedziesz
- 12-14** *Konsumenci na rynkach regulowanych – energetyka*
W kierunku Europejskiej Karty Praw Odbiorców Energii
Pełne otwarcie rynku energii i gazu z dniem 1 lipca 2007 r.
- 15-24** *Orzecznictwo sądów powszechnych*
Odstąpienie od umowy sprzedaży konsumenckiej
Zastosowanie art. 8 ust. 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej
- 24-25** *Orzecznictwo Arbitra Bankowego*
Oprocentowanie i ubezpieczenie kredytu odnawialnego z karty kredytowej
- 26-28** *Dobre praktyki na rynku finansowym*
Nadchodzi w Polsce Era Dobrych Praktyk
- 29-31** *Bazy danych o dłużnikach*
Biuro Informacji Kredytowej
Serwis Ochrony Konsumenta – Krajowy Rejestr Długów
- 32-III** *Infolinia Konsumentka*
Nowe inicjatywy Stowarzyszenia Konsumentów Polskich
Aktualne statystyki z działalności Infolinii Konsumentckiej

Biuletyn wydaje
Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
Prezes Grażyna Rokicka
g.rokicka@skp.pl
01-249 Warszawa,
ul. Gizów 6
tel. 0-22 634 0668
fax. 0-22 634 0667
www.skp.pl

redagują:
Sybilla Graczyk
prawnik@skp.pl
Tomasz Odziemczyk
t.odziemczyk@skp.pl



Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

W dniu 14 czerwca 2007 roku Sejm RP uchwalił ustawę o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Tekst ustawy w dniu 15 czerwca 2007 roku przekazany został do Senatu, zgodnie z art. 52 regulaminu Sejmu, a także do Prezydenta RP. Ustawa dokonuje w zakresie swojej regulacji wdrożenia dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE, 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz. Urz. UE L 149 z 11.06.2005, str. 22). Ustawą zmienia się ustawy: z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, z dnia 22 maja 2003 r. o nadzorze ubezpieczeniowym i emerytalnym oraz Rzeczniku Ubezpieczonych i z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stosownie do treści art. 1, ustawa określa nieuczciwe praktyki rynkowe w działalności zarobkowej oraz zasady przeciwdziałania tym praktykom **w interesie konsumentów i w interesie publicznym**. Stąd wniosek, że celem ustawy jest nie tylko ochrona interesu indywidualnego (konsumenta), ale także interesu publicznego. Ustawa zawiera kilka definicji, m. in. definiuje pojęcie praktyki rynkowej oraz przeciętnego konsumenta. Przez **praktyki rynkowe** rozumie się nie tylko działanie, ale i zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Ustawa ma zastosowanie do tzw. **przeciętnego konsumenta**, przez co rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Stąd wniosek, iż miernikiem nieuczciwych zachowań jest wypracowany w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości konsument modelowy, czyli ostrożny, uważny i dostatecznie dobrze poinformowany.

Ustawa oparta jest na klauzuli generalnej zakazującej stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych – stosownie do treści art. 3 ustawy, **zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych**. Art. 4 definiuje

pojęcie nieuczciwej praktyki rynkowej, stanowiąc, iż praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności **praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową**, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, w sytuacji, gdy działania te spełniają przesłanki ogólne nieuczciwej praktyki rynkowej. Ponadto, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się prowadzenie działalności w formie systemu konsorcyjnego lub organizowanie grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym, praktyki te są zakazane jako takie i nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w samej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej.

Art. 5 ustawy definiuje **praktykę wprowadzającą w błąd, polegającą na działaniu**. Stosownie do tego przepisu, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W szczególności, działaniem wprowadzającym w błąd może być:

- 1) rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji,
- 2) rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd,
- 3) działanie związane z wprowadzeniem produktu na rynek, które może wprowadzać w błąd w zakresie produktów lub ich opakowań, znaków towarowych, nazw handlowych lub innych oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorcę lub jego produkty, w szczególności reklama porównawcza w rozumieniu art. 16 ust. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503, z późn. zm.),
- 4) nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk.

Ustawa stanowi, iż przy ocenie czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Natomiast **zaniechaniem wprowadzającym w błąd** (art. 6 ustawy) jest takie zaniechanie, które polega na pomijaniu istotnych informacji potrzebnych przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, co powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której

inaczej by nie podjął. W razie wątpliwości za istotne informacje, o których mowa powyżej, uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów. Ustawa wskazuje następujące przykładowe praktyki będące zaniechaniem wprowadzającym w błąd:

1) zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu,

2) nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Przy ocenie czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez zaniechanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Ustawa wprowadza **czarną listę wprowadzających w błąd praktyk rynkowych** – katalog nieuczciwych praktyk rynkowych, które są uważane za wprowadzające błąd w każdych okolicznościach:

1) podawanie przez przedsiębiorcę informacji, że zobowiązał się on do przestrzegania kodeksu dobrych praktyk, jeżeli jest to niezgodne z prawdą;

2) posługiwanie się certyfikatem, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem, nie mając do tego uprawnienia,

3) twierdzenie, że kodeks dobrych praktyk został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, jeżeli jest to niezgodne z prawdą,

4) twierdzenie, że:

a) przedsiębiorca uzyskał stosowne uprawnienie od organu publicznego lub podmiotu prywatnego,

b) praktyki rynkowe lub produkt zostały zatwierdzone, zaaprobowane lub uzyskały inne stosowne uprawnienie od organu publicznego lub podmiotu prywatnego – przy jednoczesnym niespełnieniu warunków zatwierdzenia, aprobaty lub warunków niezbędnych do uzyskania innego stosownego uprawnienia,

5) reklama „przynęta”, która polega na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, bez ujawniania, że przedsiębiorca może mieć uzasadnione podstawy, aby sądzić, że nie będzie w stanie dostarczyć lub zamówić u innego przedsiębiorcy dostawy tych lub równorzędnych produktów po takiej cenie, przez taki okres i w takich ilościach, jakie są uzasadnione, biorąc pod uwagę produkt, zakres reklamy produktu i oferowaną cenę,

6) reklama „przynęta i zamiana”, która polega na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, a następnie odmowie pokazania konsumentom reklamowanego produktu lub odmowie przyjęcia zamówień na produkt lub dostarczenia go w racjonalnym terminie lub demonstrowaniu wadliwej próbki produktu, z zamiarem promowania innego produktu,

7) twierdzenie, że produkt będzie dostępny jedynie przez ograniczony czas lub że będzie on dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas, jeżeli jest to niezgodne z prawdą, w celu nakłonienia konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia go możliwości świadomego wyboru produktu,

8) zobowiązanie się do zapewnienia usług serwisowych konsumentom, z którymi przedsiębiorca przed zawarciem umowy komunikował się w języku niebędącym językiem urzędowym państwa członkowskiego, na którego terytorium przedsiębiorca ma swoją siedzibę, a następnie udostępnienie takich usług jedynie w innym języku, bez wyraźnego poinformowania o tym konsumenta przed zawarciem przez niego umowy,

9) twierdzenie lub wywoływanie wrażenia, że sprzedaż produktu jest zgodna z prawem, jeżeli jest to niezgodne z prawdą,

10) prezentowanie uprawnień przysługujących konsumentom z mocy prawa, jako cechy wyróżniającej ofertę przedsiębiorcy,

11) kryptoreklama, która polega na wykorzystywaniu treści publicystycznych w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu w sytuacji gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta,

12) przedstawianie nierzetelnych informacji dotyczących rodzaju i stopnia ryzyka, na jakie będzie narażone bezpieczeństwo osobiste konsumenta lub jego rodziny, w przypadku gdy nie nabędzie produktu,

13) reklamowanie produktu podobnego do produktu innego przedsiębiorcy w sposób celowo sugerujący konsumentowi, że produkt ten został wykonany przez tego samego przedsiębiorcę, jeżeli jest to niezgodne z prawdą,

14) zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów,

15) twierdzenie, że przedsiębiorca wkrótce zakończy działalność lub zmieni siedzibę, jeżeli jest to niezgodne z prawdą,

16) twierdzenie, że nabycie produktu jest w stanie zwiększyć szanse na wygraną w grach losowych;

17) twierdzenie, że produkt jest w stanie leczyć choroby, zaburzenia lub wady rozwojowe, jeżeli jest to niezgodne z prawdą,

18) przekazywanie nierzetelnych informacji dotyczących warunków rynkowych lub dostępności produktu, z zamiarem nakłonienia konsumenta do zakupu produktu na warunkach mniej korzystnych niż warunki rynkowe,

19) twierdzenie, w ramach praktyki rynkowej, że organizowany jest konkurs lub promocja z nagrodami, a następnie nieprzyznanie opisanych nagród lub ich odpowiedniego ekwiwalentu,

20) prezentowanie produktu jako „gratis”, „darmowy”, „bezpłatny” lub w podobny sposób, jeżeli konsument musi uiścić jakąkolwiek należność, z wyjątkiem bezpośrednich kosztów związanych z odpowiedzią na praktykę rynkową, odbiorem lub dostarczeniem produktu,

21) umieszczanie w materiałach marketingowych faktury lub podobnego dokumentu, sugerującego obowiązek zapłaty, który wywołuje u konsumenta wrażenie, że już zamówił reklamowany produkt, mimo że tego nie zrobił,

22) twierdzenie lub stwarzanie wrażenia, że sprzedawca nie działa w celu związanym z jego działalnością zarobkową lub podawanie się za konsumenta, jeżeli jest to niezgodne z prawdą,

23) wywoływanie u konsumenta wrażenia, że usługi serwisowe dotyczące danego produktu są dostępne w państwie członkowskim innym niż państwo członkowskie, w którym produkt ten został sprzedany, jeżeli jest to niezgodne z prawdą.

Praktykę rynkową uznaje się, stosownie do art. 8 ustawy, za **agresywną**, jeżeli przez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu, i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Za niedopuszczalny nacisk uważa się każdy rodzaj wykorzystania przewagi wobec konsumenta, w szczególności użycie lub groźbę użycia przymusu fizycznego lub psychicznego, w sposób znacznie ograniczający zdolność przeciętnego konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy. Przy ocenie czy praktyka rynkowa jest agresywna, należy uwzględnić wszystkie jej cechy i okoliczności wprowadzenia produktu na rynek a w szczególności:

- 1) czas, miejsce, rodzaj lub uciążliwość danej praktyki,
- 2) celowe wykorzystanie przez przedsiębiorcę przymusowego położenia konsumenta lub innych okoliczności na tyle poważnych, że ograniczają one zdolność konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy,
- 3) uciążliwe lub niewspółmierne bariery pozaumowne, które przedsiębiorca wykorzystuje, aby przeszkodzić konsumentowi w wykonaniu jego praw umownych, w tym prawa do odstąpienia i wypowiedzenia umowy lub do rezygnacji na rzecz innego produktu lub przedsiębiorcy,
- 4) groźby podjęcia działania niezgodnego z prawem lub użycie obraźliwych sformułowań bądź sposobów zachowania.

Czarna lista nieuczciwych agresywnych praktyk rynkowych, uważanych za takie w każdym okolicznościach, jest następująca:

- 1) wywoływanie wrażenia, że konsument nie może opuścić pomieszczeń przedsiębiorcy bez zawarcia umowy,
- 2) składanie wizyt w miejscu zamieszkania konsumenta, nawet jeżeli nie przebywa on tam z zamiarem stałego pobytu, ignorując prośbę konsumenta o jego opuszczenie lub zaprzestanie takich wizyt, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy,
- 3) uciążliwe i niewywołane działaniem albo zaniechaniem konsumenta nakłanianie do nabycia produktów przez telefon, faks, pocztę elektroniczną lub inne środki porozumiewania się na odległość, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy,
- 4) żądanie od konsumenta zgłaszającego roszczenie, w związku z umową ubezpieczenia, przedstawienia dokumentów, których w sposób racjonalny nie można uznać za istotne dla ustalenia zasadności roszczenia,

lub nieudzielanie odpowiedzi na stosowną korespondencję, w celu nakłonienia konsumenta do odstąpienia od zamiaru wykonania jego praw wynikających z umowy ubezpieczenia,

5) umieszczanie w reklamie bezpośredniego wezwania dzieci do nabycia reklamowanych produktów lub do nakłonienia rodziców lub innych osób dorosłych do kupienia im reklamowanych produktów,

6) żądanie natychmiastowej lub odroczonej zapłaty za produkty bądź zwrotu lub przechowania produktów, które zostały dostarczone przez przedsiębiorcę, ale nie zostały zamówione przez konsumenta, z wyjątkiem sytuacji, gdy produkt jest produktem zastępczym dostarczonym zgodnie z art. 12 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, z późn. zm.),

7) informowanie konsumenta o tym, że jeżeli nie nabyte produktu, przedsiębiorcy może grozić utrata pracy lub środków do życia,

8) wywoływanie wrażenia, że konsument już uzyskał, uzyska bezwarunkowo lub po wykonaniu określonej czynności nagrodę lub inną porównywalną korzyść, gdy w rzeczywistości nagroda lub inna porównywalna korzyść nie istnieje lub uzyskanie nagrody lub innej porównywalnej korzyści uzależnione jest od wpłacenia przez konsumenta określonej kwoty lub poniesienia innych kosztów.

W razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej przedsiębiorca ponosi **odpowiedzialność cywilną, jak i karną**. Różnicę, w stosunku do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji stanowi fakt, iż przeciwko przedsiębiorcy z pozwem może wystąpić sam konsument. Stosownie do przepisu art. 12 ustawy, konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony przez dopuszczenie się takiej praktyki przez przedsiębiorcę, może żądać:

- 1) zaniechania tej praktyki,
- 2) usunięcia skutków tej praktyki,
- 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie,
- 4) naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądania unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu,
- 5) zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Z roszczeniami, o których mowa w pkt 1, 3 i 5, może wystąpić również, m. in. krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.

Niezwykle istotne udogodnienie dla konsumenta dochodzącego swoich praw stanowi art. 13, który w sposób odmienny od zasad procedury cywilnej reguluje ciężar dowodu. Stosownie do tego przepisu, ciężar dowodu, że dana praktyka rynkowa nie stanowi nieuczciwej praktyki wprowadzającej w błąd spoczywa na przedsiębiorcy, któremu zarzuca się stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej. ■

DOLCETA – KONSUMENCKI PORTAL EDUKACYJNY



Projekt edukacyjny **DOLCETA** (*Development of Online Consumer Education Tools for Adults* – opracowanie internetowego, konsumenckiego narzędzia edukacyjnego dla dorosłych) powstał w ramach współpracy wszystkich państw członkowskich UE, przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej.

W ramach projektu stworzono stronę internetową **www.dolceta.eu** zawierającą informacje o prawach konsumentów i sposobach ich egzekwowania. Informacje teoretyczne zostały rozszerzone o przykłady i formy ćwiczeń, które mają pomóc czytelnikowi w lepszym zrozumieniu tekstu.

Obecnie strona składa się z dwóch modułów:

Moduł 1: prawa konsumenta, w skład którego wchodzi następujące sekcje: Umowa sprzedaży, Oznaczanie cen, Sprzedaż na odległość, Reklama, Bezpieczeństwo produktów i usług, Rozstrzygnięcie sporów, Wspólny Rynek

Moduł 2: usługi finansowe, w skład którego wchodzi następujące sekcje: Budżet domowy, Kredyt konsumencki, Kredyt hipoteczny, Rachunek bieżący, Płatności gotówkowe, Inwestycje.

Informacje w każdym z modułów zostały podzielone według 3 szczebli trudności:

- Poziom 1** Informacje podstawowe.
- Poziom 2** Informacje szczegółowe.
- Poziom 3** Informacje specjalistyczne.

Na stronie zamieszczony został ponadto podręcznik edukacyjny dla nauczycieli i szkoleniowców, stanowiący uzupełnienie modułów internetowych i pomocny w przygotowaniu zajęć dydaktycznych z zakresu edukacji konsumenckiej.

W przygotowaniu znajdują się kolejne dwa moduły, pierwszy poświęcony bezpieczeństwu produktów, drugi szkoleniu trenerów prowadzących edukację konsumencką na różnych poziomach. W pracach tych aktywnie uczestniczy Stowarzyszenie Konsumentów Polskich.

Strona DOLCETA opracowana została w językach wszystkich państw członkowskich UE. Polska wersja językowa znajduje się pod adresem <http://www.dolceta.eu/polska/index.php>

TELEWIZJA BEZ GRANIC



W maju br. Komisja Kultury Parlamentu Europejskiego przyjęła ujednolicony tekst dyrektywy „Telewizja bez granic” (*Television Without Frontiers – TWF*), będącej nowelizacją przepisów Dyrektywy Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej.

Nowelizacja taka była konieczna głównie ze względu na ogromny postęp techniczny, jaki stał się udziałem mediów w ciągu ostatnich 18 lat. Dyrektywa obejmie zatem nowe środki przekazu, o których nie było mowy we wcześniejszych regulacjach, takie jak media audiowizualne w Internecie, telefonach komórkowych oraz tzw. telewizję na żądanie (inaczej interaktywną, dającą internaucie możliwość wyboru co i kiedy będzie oglądał oraz pozwalającą na zatrzymywanie i przewijanie programu w dowolnym momencie).

Nowa dyrektywa pozwala na stosowanie tzw. plasowania produktu (*product placement*), ustala czas trwania bloków reklamowych oraz reguluje możliwość przerywania emitowanych programów spotami reklamowymi.

Projekt dyrektywy skomentowała Europejska Organizacja Konsumentów (BEUC), odnosząc się głównie do trzech zagadnień:

- promocji tzw. niezdrowej żywności kierowanej do dzieci,
- plasowania produktów oraz
- emisji reklam.

Reklamy niezdrowego jedzenia kierowane do dzieci

W związku z postępującym problemem otyłości wśród dzieci, BEUC krytykuje decyzję o niewprowadzeniu ograniczeń dotyczących reklamowania produktów zawierających nadmierną ilość tłuszczu, soli czy cukru w czasie programów dla najmłodszych widzów. Zdaniem organizacji konsumenckich, promowanie niezdrowej żywności w mediach tylko potęguje zjawisko nadwagi wśród najmłodszych.

Plasowanie produktu

W trakcie prac nad projektem dyrektywy Parlament Europejski zgodził się na tzw. plasowanie (lokowanie) produktu oraz ustalił zasady umożliwiające tego typu marketing. Fakt, że takie działania promocyjne były bardzo popularne w USA a niedozwolone w krajach UE, stawał europejski prze-

mysł filmowy na przegranej pozycji w konkurencji z amerykańskim, głównie ze względu na różnice w budżetach przeznaczonych na kolejne produkcje.

Zgodnie z nową dyrektywą, w filmach kinowych i telewizyjnych, serialach oraz programach sportowych plasowanie produktu będzie dozwolone. Dyrektywa zabrania natomiast stosowania takich zabiegów marketingowych w wiadomościach, programach dla dzieci, programach „poradniczych” oraz dokumentalnych. Zdecydowano także, że widowie będą musieli być jasno poinformowani o obecności reklamy w postaci *product placement*. Oznacza to, że programy, w których za opłatą umieszczają się jakieś produkty, będą w odpowiedni sposób oznaczone na początku i na końcu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek pomyłki ze strony widzów.

W dalszym ciągu zakazane będzie promowanie produktów tytoniowych oraz lekarstw dostępnych w danym kraju tylko na receptę.

Przyjęte rozwiązania nie satysfakcjonują Europejskiej Organizacji Konsumentów opowiadającej się za rozszerzeniem zakazu stosowania *product placement* również na programy rozrywkowe, które, mimo iż nie są formalnie przeznaczone dla najmłodszych widzów, są przez dzieci często oglądane.

Jeśli chodzi o informowanie widzów o obecności marketingowej strategii *product placement*, BEUC opowiada się za ustaleniem jasnych i uniemożliwiających obejście dyrektywy zasad, określających sposób, w jaki te informacje będą przekazywane konsumentom. Zdaniem Europejskiej Organizacji Konsumentów w taki sam sposób powinny być oznaczane programy zawierające elementy *product placement* a pochodzące spoza Unii Europejskiej.

Emisja reklam

Dyrektywa nie zmienia zasady ustalonej w 1989 r. mówiącej, że w ciągu godzinnej emisji programu reklamy mogą trwać co najwyżej 12 minut (20 % czasu antenowego).

Przestanie jednak obowiązywać limit 20 minut określający konieczną przerwę dzielącą kolejne bloki reklam. To złagodzenie zasad nie będzie dotyczyło filmów (kinowych i telewizyjnych), programów informacyjnych oraz tych przeznaczonych dla dzieci – w tych audycjach reklamy będą mogły pojawiać się nie częściej niż co pół godziny (BEUC opowiadała się za limitem 35 minut). Całkowity zakaz przerywania emisji reklamami będzie dotyczył tylko transmisji religijnych.

Projekt dyrektywy czeka jeszcze ponowne, drugie, czytanie w Parlamencie Europejskim, który zdecyduje o przyjęciu lub odrzuceniu ustaleń. Nic jednak nie wskazuje na to, aby regulacje nie miały zostać zaakceptowane. ■

KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
Bruksela, dnia 24.04.2007 r.
COM (2007) 210 final



KOMUNIKAT KOMISJI DO RADY I PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO

dotyczący wykonania dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, zawierający analizę ewentualności wprowadzenia bezpośredniej odpowiedzialności producenta.

(wyciąg)

1. Wprowadzenie

Wszystkie państwa członkowskie transponowały dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji („dyrektywa”, DZ. U. 171 z 7.7.1999, str. 12) do prawa krajowego (...). W niniejszym dokumencie (dalej: „sprawozdanie”) Komisja zdaje sprawę z wykonania dyrektywy i bada kwestię wprowadzenia bezpośredniej odpowiedzialności producenta, przewidzianą w art. 12 dyrektywy.

Sprawozdanie omawia poza tym wykorzystanie przez państwa członkowskie możliwości wprowadzenia ograniczenia okresu, w którym klient ma obowiązek powiadomić producenta o wykrytych przez siebie wadach produktu, zgodnie z art. 5 ust. 2. Komisja wydała również Zieloną księgę w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta („zielona księga”, zob. COM (2006) 744 wersja ostateczna). Księga ta porusza szereg zagadnień przekrojowych wymagających publicznej konsultacji. W tym kwestie luk i niedociągnięć prawnych, wykrytych przez Komisję w toku przeglądu dorobku w dziedzinie praw konsumentów, wynikających między innymi z dyrektywy. Komisja apeluje do wszystkich zainteresowanych stron o uczestnictwo w konsultacji.

Analizując transpozycję dyrektywy na szczeblu krajowym Komisja korzystała często z tłumaczeń aktów prawnych. Właśnie z wykorzystanych tłumaczeń mogą wynikać niektóre ze wskazanych w niniejszym sprawozdaniu trudności.

2. Zakres stosowania i definicje

– artykuł 1

Definicje „konsumenta” i „sprzedawcy” zawiera nie tylko dyrektywa, ale również inne wspólnotowe akty prawne dotyczące ochrony praw konsumenta. W zielonej księdze rozpatrzono trudności, jakie wypływają z rozbieżności tych definicji.

Definicja „producenta” w art. 1 ust. 2 lit. d) nie sprawia żadnych szczególnych problemów.

Większość państw członkowskich na ogół trzymała się wiernie użytych w dyrektywie sformułowań. Konieczne jest jednak wyjaśnienie stanu prawnego w Republice Czeskiej i w Polsce. Z kolei Dania, Grecja i Szwecja nie dostarczyły Komisji wiadomości o transpozycji tej definicji. Na Łotwie definicję rozszerzono o osoby, które poddają renowacji dobra wystawiane następnie na sprzedaż.

Zakres stosowania dyrektywy jest uzależniony od definicji „towarów konsumpcyjnych” z art. 1 ust. 2 lit. b). Ten sam artykuł zawiera wyłączenie dotyczące: towarów sprzedawanych w drodze egzekucji lub w inny sposób przez władzę sądową; wody i gazu, gdy nie są wystawione na sprzedaż w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, oraz elektryczności. Państwa członkowskie transponowały tę definicję na różne sposoby. Niektóre z państw członkowskich trzymały się ściśle dyrektywy, podczas gdy inne nie uwzględniły wymienionych wyjątków i stosują obowiązujące przepisy do wszelkich dóbr ruchomych. Co więcej, w Austrii i Portugalii stosowne przepisy obowiązują również w przypadku konsumenckiej sprzedaży nieruchomości. Grecja i Słowenia nie poinformowały o transpozycji tej definicji.

Artykuł 1 ust. 4 rozszerza zakres zastosowania dyrektywy o umowy na dostawę towarów konsumpcyjnych, które mają być wytworzone czy wyprodukowane. Przepis ten został prawidłowo transponowany w większości państw członkowskich. Jednakże transpozycja tego przepisu w Grecji i Republice Czeskiej nie jest zgodna z art. 1 ust. 4 i wymaga wyjaśnień. Rozszerzenie to nie zostało transponowane przez Węgry i Litwę. Jednak definicje umowy konsumenckiej w prawodawstwie krajowym tych państw można interpretować jako obejmujące towary, które mają być wytworzone czy wyprodukowane. Transpozycja na Łotwie i w Słowenii ma zastosowanie do usług, co sprawia, że bezpośrednia transpozycja tego artykułu nie jest konieczna. Ustalając w swoim prawodawstwie warunki dotyczące towarów, które mają być wytworzone, Estonia najwyraźniej zastosowała zawężoną transpozycję przepisu art. 1 ust. 4 dyrektywy.

Zgodnie z art. 1. ust. 3 państwa członkowskie mogą ustalić, że wyrażenie „towary konsumpcyjne” nie obejmuje „towarów używanych, sprzedawanych na publicznych aukcjach, gdzie konsumenci mają możliwość osobistego uczestniczenia w sprzedaży”. Z opcji tej skorzystały Finlandia, Francja, Niemcy, Węgry i Zjednoczone Królestwo. Hiszpania przyjęła bardziej ograniczone wyłączenie, odnoszące się tylko do „aukcji administracyjnych”. Dania, Szwecja i Włochy nie skorzystały z tej możliwości, ograniczyły natomiast odpowiedzialność sprzedawcy za dobra tego rodzaju sprzedawane w drodze aukcji publicznych.

Władze czeskie, duńskie, francuskie, greckie, hiszpańskie, słoweńskie, szwedzkie i węgierskie nie powiadomiły Komisji o transpozycji definicji gwarancji z art. 1 ust. 2 lit. e). Z kolei definicję przyjęte w Finlandii, na Łotwie i w Polsce są

prawdopodobnie niewystarczające i wymagają wyjaśnień. Niemcy i Portugalia z kolei rozszerzyły zakres definicji o inne zapewniane konsumentom gwarancje.

3. Zgodność z umową – artykuł 2

Artykuł 2 określa w przybliżeniu krajowe przepisy w przypadku niezgodności towarów z umową. Sprzedawca musi dostarczyć konsumentowi towary, które są zgodne z umową sprzedaży (art. 2 ust. 1). Artykuł 2 ust. 2 stanowi o domniemaniu zgodności z umową w przypadku, gdy towary spełniają wymogi wyszczególnione w lit. od a) do d). Weryfikacje transpozycji wykazały, że przepisy tego artykułu sprawiały na ogół pewne trudności. Odnotowano pewne rozbieżności między dyrektywą a transponującym ją prawodawstwem. Grecja, Łotwa, Malta, Niderlandy, Portugalia, Słowenia i Zjednoczone Królestwo uregulowały te wymagania w sposób negatywny (tzn. przez domniemanie niezgodności towarów, o ile nie spełniają one określonych standardów); pozostałe państwa członkowskie nie ujęły swoich krajowych przepisów w formie domniemania (np. Austria). W obu przypadkach przepisy krajowe odzwierciedlają dyrektywę w sposób prawidłowy. W prawodawstwie niemieckim kryteriów zgodności nie rozpatruje się w sposób łączny, ale uporządkowany według hierarchii ważności, która wymaga wyjaśnienia. Wyjaśnień wymaga również stan prawny na Słowacji, gdzie nie używa się pojęcia zgodności towarów z umową.

Podsumowując, transpozycja art. 2 ust. 2 lit. od a) do d) nie sprawia żadnych poważniejszych trudności. Jednak prawodawstwo niektórych państw członkowskich wymaga dalszych wyjaśnień. Prawodawca słoweński wprowadził ograniczenia domniemania zgodności w odniesieniu do lit. a) w przypadku próbek i wzorów, zaś czeskie przepisy nie odnoszą się bezpośrednio do próbek ani też wzorów. Co do ust. 2 lit. b), według prawodawstwa łotewskiego, maltańskiego, słoweńskiego, szwedzkiego i włoskiego obowiązki sprzedawcy są zależne od konkretnego celu, w jakim dany towar ma być wykorzystywany, nawet jeśli nie wyraził on świadomie swojej zgody na ten cel. Hiszpania, Niemcy i Niderlandy natomiast – przeciwnie – wymagają zawarcia w umowie wyraźnej akceptacji szczególnego celu wykorzystania towaru.

Co zaś do przepisów art. 2 ust. 2 lit. c) i d), przepisy zaledwie kilku państw członkowskich nie są dostatecznie jasne, a zatem mogą być interpretowane w sposób, który nie jest zawsze zgodny z dyrektywą. Na przykład transpozycja na grunt przepisów holenderskich nie określa w sposób wyraźny, że oświadczenia producenta i jego przedstawicieli powinno się uwzględniać przy ocenie racjonalnych oczekiwań konsumenta – w przypadku Słowenii natomiast brak odniesienia do przedstawicieli producenta. I wreszcie niektóre z państw członkowskich poszerzyły listę wymogów domnie-

mania zgodności towaru z umową o dodatkowe kryteria: np. na Cyprze wymaga się udostępniania części zamiennych, akcesoriów i wykwalifikowanej obsługi technicznej.

W art. 2 ust. 3 określono warunki, na jakich sprzedawca może być zwolniony z odpowiedzialności za brak zgodności towarów. Większość państw członkowskich transponowała ten ustęp prawidłowo. Niektóre zdecydowały się na zmianę tego przepisu (np. Austria i Grecja), nie umniejszając uprawnień konsumenta. Szwecja nie poinformowała o sposobie transpozycji tego artykułu.

Nieliczne państwa członkowskie ograniczyły warunkująco odpowiedzialność sprzedawcy okres, w którym konsument musi zaobserwować brak zgodności towaru z umową, odbiegając od dyrektywy na szkodę konsumenta. Momentu upływu tego okresu nie wyszczególnia ani prawo austriackie, ani też polskie – co może za sobą pociągać niekorzystną dla konsumenta interpretację. W przypadku Luksemburga konsument nie ma prawa do zarzucania wad, których był świadom czy też powinien być świadom w chwili dostawy. W konsekwencji konsument może utracić wszelkie prawa w odniesieniu do widocznych wad, jakie powinien był zaobserwować – o ile nie dokona zwrotu towaru natychmiast.

Większość państw członkowskich wiernie transponowała art. 2 ust. 4 dotyczący zwolnienia z odpowiedzialności sprzedawcy za publiczne oświadczenia. Niektóre z nich (np. Republika Czeska, Grecja i Słowenia) skorzystały z klauzuli harmonizacji minimalnej, transponując jedynie niektóre z kryteriów zwolnienia z odpowiedzialności. Przepisy portugalskie wymagają dalszych wyjaśnień, jako że umożliwiają stronom umowy ograniczenie odpowiedzialności sprzedawcy poprzez klauzulę w umowie.

Artykuł 2 ust. 5, stanowiący, że nieprawidłowy montaż lub też niedociągnięcia w instrukcji montażu uznawane są za równoznaczne z brakiem zgodności towarów, nie wywołał żadnych szczególnych trudności w interpretacji i został transponowany dosłownie przez większość państw członkowskich. Inne państwa członkowskie (np. Dania i Zjednoczone Królestwo) transponowały ten przepis pośrednio, co budzi wątpliwości co do prawidłowej transpozycji dyrektywy. Litwa i Słowenia natomiast nie powiadomiły Komisji o środkach transpozycji w tym względzie.

4. Prawa konsumenta – artykuł 3

Artykuł 3 nadaje konsumentowi pewne prawa wobec sprzedawcy w sytuacji niezgodności towaru („gwarancja prawna”), wprowadzając regułę odpowiedzialności umownej sprzedawcy przed konsumentem za wszelki brak zgodności, istniejący w momencie dostawy towaru. Dyrektywa nie definiuje jednak samej dostawy ani nie podejmuje zagadnienia przejścia ryzyka. Tego rodzaju odpowiedzialność przewidują przepisy wszystkich państw członkowskich. Jednak w niektórych przy-

padkach prawo krajowe odbiega od dyrektywy w ustaleniu momentu, który brany jest pod uwagę przy ustalaniu braku zgodności towaru z umową. Przykładowo: w świetle łotewskiego ustawodawstwa towar musi być zgodny z umową w momencie sprzedaży, prawodawca węgierski natomiast posługuje się pojęciem czasu użytkowania („time of performance”). Należy wyjaśnić, czy te pojęcia przystają do dyrektywy. Zgodnie z fińskimi przepisami zgodność należy oceniać w momencie przeniesienia ryzyka – co w pewnych przypadkach może nastąpić przed dostawą (tj. w przypadku opóźnienia odbioru dostawy przez nabywcę). O żadnych środkach transponujących ten przepis nie powiadomiła Szwecja. Kwestię ewentualnej unijnej definicji dostawy omawia zielona księga.

Zasadniczo przepisy art. 3 ust. 2 i 5 nie sprawiały żadnych szczególnych trudności; większość państw członkowskich wiernie transponowała przewidziane w dyrektywie sposoby naprawienia szkody. Niektóre z państw członkowskich korzystały jednak z klauzuli harmonizacji minimalnej, wprowadzając korzystne dla konsumenta warianty. Prawodawca grecki, litewski, portugalski i słoweński (W Słowenii warunkiem unieważnienia umowy jest przynajmniej rozsądny czas, w którym sprzedawca miał szansę zaoferować naprawę.). pozostawiają konsumentowi swobodę wyboru spośród wszystkich sposobów naprawienia szkody. W niektórych z państw wybór konsumenta, choć bardziej ograniczony, jest wciąż szerszy niż określony w dyrektywie (zob. niżej). W Finlandii nadano konsumentowi dodatkowe prawa: samodzielnego naprawienia niezgodności oraz wstrzymania płatności. Wstrzymanie płatności umożliwiają również szwedzkie przepisy. Prawo litewskie dopuszcza natomiast tylko dwa sposoby naprawienia szkody w przypadku produktów żywnościowych.

Transpozycja do czeskiego prawodawstwa nie daje konsumentowi prawa do obniżonej ceny ani do odstąpienia od umowy w przypadku gdy sprzedawca nie dokona naprawy ani wymiany towarów tak, by nie spowodować istotnych niedogodności dla konsumenta. W Słowacji konsumentom nie przysługują żadne bezpośrednie prawa w przypadku gdy sprzedawca nie dokona pełnego naprawienia szkody w rozsądnym czasie.

Zgodna z art. 3 ust. 3 próba proporcjonalności pozwala na określenie, czy sprzedawca jest zobowiązany do zaakceptowania konkretnego sposobu naprawienia szkody, jakiego domaga się konsument. Wynikają stąd pewne trudności interpretacyjne. Niejasne jest, czy próba proporcjonalności ma zastosowanie wyłącznie do wyboru między „naprawą” a „wymianą”, czy też mogą również wchodzić w grę inne sposoby naprawienia szkody (zmniejszenie ceny lub odstąpienie od umowy). Niektóre z państw członkowskich zdecydowały się na doprecyzowanie zakresu zastosowania próby lub wprowadzenie jej modyfikacji. Na przykład według niemieckiej transpozycji próba odnosi się wyłącznie do wyboru między

„naprawą” a „wymianą”; przepisy irlandzkie i brytyjskie dopuszczają wyraźnie uwzględnienie wszystkich sposobów naprawienia szkody. Luksemburg i Republika Czeska nie dokonały transpozycji elementów próby proporcjonalności przewidzianych dyrektywą.

Ostatni akapit art. 3 ust. 3, stanowiący, iż „każda naprawa lub zastąpienie powinna być dokonana w rozsądnym czasie i bez istotnej niedogodności dla konsumenta”, został transponowany dosłownie w większości państw członkowskich. Słowenia przewiduje przy tym ściślejszą ochronę, ustalając konkretny termin, w którym sprzedawca musi spełnić żądanie naprawienia szkody (maksymalnie do ośmiu dni). Przepisy polskie i litewskie nie odnoszą się do sprawianych konsumentowi niedogodności i wymagają dalszych wyjaśnień. Niemcy nie poinformowały o środkach transpozycji tego przepisu.

Naprawienie szkody musi być wolne od opłat, a sprzedawca ponosi koszty wysyłki, robocizny i materiałów (art. 3 ust. 4). Wymóg ten, wraz z towarzyszącą mu definicją wolnego od opłat, został prawidłowo transponowany w większości państw członkowskich. Niektóre z nich zdecydowały się jednak na pominięcie w transpozycji ścisłej definicji, nakładając jedynie ogólny wymóg nieodpłatnego naprawienia szkody (np.: Republika Czeska i Szwecja). Prawo niemieckie stanowi, że w przypadku gdy zgodność z umową towarów konsumpcyjnych zostanie przywrócona poprzez dostawę towarów zastępczych, sprzedawca może oczekiwać od konsumenta rekompensaty za użytkowanie pierwotnie dostarczonych towarów, które okazały się wadliwe. Prawdopodobnie przepis ten jest niezgodny z dyrektywą (Zagadnienie to rozpatruje obecnie Europejski Trybunał Sprawiedliwości (C-404/06, sprawa w toku)).

Zgodnie z art. 3 ust. 6 konsument nie ma prawa do unieważnienia umowy, jeżeli brak zgodności ma nikłe znaczenie. Większość państw członkowskich transponowała to zastrzeżenie. Tylko w Republice Czeskiej, Estonii, Portugalii i Zjednoczonym Królestwie wykorzystano klauzulę harmonizacji minimalnej i zdecydowano o uprawnieniu konsumenta do unieważnienia umowy nawet w przypadku niezgodności o nikłym znaczeniu.

5. Prawo odstąpienia od umowy

– artykuł 4

Artykuł 4 stanowi, że w przypadku gdy sprzedawca końcowy odpowiada przed konsumentem za brak zgodności, ma on prawo dochodzić naprawienia szkód od osoby lub osób odpowiedzialnych w łańcuchu umownym. Niektóre z państw członkowskich dokonały wiernej transpozycji tego przepisu; większość z nich odnosi się do powszechnego prawa umów w sprawie szczegółowych warunków i wymogów ograniczających takie żądanie (np. Austria i Portugalia), podczas gdy inne zdecydowały się na uregulowanie tego żądania bezpośrednio poprzez środki transpozycji (np. Węgry

i Włochy). Liczne państwa członkowskie zdecydowały się natomiast na oparcie się na powszechnych zasadach umów, nie transponując wprost tego przepisu (np. Dania i Zjednoczone Królestwo). Oba sposoby transpozycji są wystarczające, o ile nie ograniczają praw sprzedawcy końcowego w stosunku do tych nadawanych dyrektywą. O żadnych środkach transpozycji nie powiadomiła Słowenia.

6. Terminy

– artykuł 5 ust. 1

Sprzedawca ponosi odpowiedzialność na mocy art. 3, gdy brak zgodności uwidoczni się w ciągu 2 lat od daty dostawy towarów (art. 5 ust. 1). Większość państw członkowskich transponowała ten przepis dosłownie. Pozostałe zdecydowały się zastosować ograniczenie terminu stosowane powszechnie w prawie umów: w prawodawstwie fińskim termin ten wynosi trzy lata od dostawy, a w irlandzkim i brytyjskim – sześć lat. Niderlandy przyjęły w ramach transpozycji termin dwuletni, licząc od powiadomienia o wadzie. Wariant czeski uwzględnia zróżnicowanie terminu w zależności od rodzaju sprzedawanych towarów (towary konsumpcyjne – dwa lata, żywność – trzy tygodnie, artykuły spożywcze – osiem dni), które wymaga wyjaśnienia. Przepisy portugalskie prawdopodobnie obniżają poziom ochrony przewidziany dyrektywą, ustanawiając konieczność podjęcia kroków przed upływem sześciu miesięcy od chwili zgłoszenia sprzedawcy wady przez konsumenta.

Na mocy motywu 18, szereg państw członkowskich wprowadziło szczegółowe przepisy dotyczące przedłużenia okresu odpowiedzialności sprzedawcy o czas potrzebny do usunięcia wad (np. Belgia, Republika Czeska).

7. Obowiązek powiadomienia

– artykuł 5 ust. 2

Dyrektywa zezwala państwom członkowskim na postanowienie, że w celu skorzystania ze swoich uprawnień konsument musi powiadomić sprzedawcę o braku zgodności w określonym okresie (nie krótszym niż dwa miesiące od daty, kiedy odkrył taki brak zgodności – art. 5 ust. 2).

Wszystkie państwa członkowskie powiadomiły o podjętych środkach transpozycji w tym względzie. Szesnaście państw zdecydowało się ustanowić obowiązek powiadomienia. W niektórych państwach członkowskich obowiązek ten ulega uchyleniu w określonych warunkach (np. w Danii i Finlandii, gdy sprzedawca działał wbrew wymaganiu dobrej wiary lub wykazał rażącą niedbałość; we Włoszech, gdy sprzedawca wiedział o wadzie towaru). Prawo belgijskie przewiduje wariant, w którym strony umowy mogą ustalić termin powiadomienia, jego długość (nie krótszą od dwóch miesięcy) oraz konsekwencje braku powiadomienia. Przepisy słowackie nakładają na konsumenta obowiązek powiadomienia o wadzie „bez zbędnej zwłoki” – co można interpretować



jako okres krótszy niż dwa miesiące. Nie skorzystały z tej opcji następujące państwa członkowskie: Austria, Republika Czeska, Francja, Grecja, Irlandia, Luksemburg, Łotwa, Niemcy i Zjednoczone Królestwo.

8. Ciężar dowodu

– artykuł 5 ust. 3

Przyjmuje się, że każdy brak zgodności, który uwidocznił się w ciągu sześciu miesięcy od daty dostawy istniał w chwili dostawy, chyba że takie założenie jest niezgodne z charakterem towarów lub charakterem braku zgodności (art. 5 ust. 3). Większość państw członkowskich poprawnie transponowała ten przepis. Niektóre skorzystały z klauzuli harmonizacji minimalnej, wprowadzając korzystne dla konsumenta warianty. Portugalia wydłużyła okres wzruszalnego domniemania zgodności z umową z sześciomiesięcznego do dwuletniego; w przepisach luksemburskich, polskich i słoweńskich założenie to stosuje się w przypadkach, w których byłoby to niezgodne z charakterem towarów lub charakterem braku zgodności. W odniesieniu do tego punktu żadnych środków transpozycji nie zgłosiła Litwa.

9. Gwarancje konsumenckie

– artykuł 6

Sprzedawca lub producent może oferować konsumentom dobrowolną gwarancję handlową, przewyższającą standard określony przez gwarancję prawną. Taka gwarancja handlowa musi spełniać podstawowe standardy określone w art. 6. Musi ona być prawnie wiążąca (art. 6 ust. 1) i musi dostarczać konsumentowi pewnych informacji (art. 6 ust. 2). Na żądanie konsumenta gwarancja musi być spisana (na papierze lub innym trwałym nośniku). Konsument może się zawsze powołać na gwarancję handlową, nawet gdyby nie była ona zgodna z przepisami dyrektywy.

Wszystkie państwa członkowskie dokonały na ogół dosłownej (lub bardzo zbliżonej co do formy) transpozycji tych przepisów. Niektóre z nich zdecydowały się uzupełnić zasady dyrektywy z korzyścią dla konsumenta. Przykładowo Malta wprowadziła dalsze istotne reguły dotyczące gwarancji handlowej, zaś Estonia przyjęła zasady domyślne w odniesieniu do zawartości gwarancji. Węgry i Słowenia w dalszym ciągu posługują się gwarancją obowiązkową – i w pewnej części tylko dokonały transpozycji przepisów dotyczących gwarancji handlowych. Nie jest pewne, na ile są one zgodne z dyrektywą. Transpozycja w Republice Czeskiej sprawia wrażenie częściowej i niewystarczającej. Żadnych środków transponujących przepisy art. 16 nie zgłosiła Litwa.

Artykuł 6 ust. 4 zezwala państwom członkowskim na wymaganie gwarancji sporządzonych w określonym języku. Z opcji tej skorzystał prawodawca brytyjski, cypryjski, duński, estoński, grecki, hiszpański, luksemburski, maltański, polski, portu-

galski, słoweński i węgierski (w odniesieniu do gwarancji obowiązkowej) oraz włoski. Belgia przestała na przepisach, w myśl których stosowany jest język regionu, w którym dany towar wprowadzono do obrotu.

10. Charakter wiążący przepisów

– artykuł 7 ust. 1 i 2.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 wszelkie warunki umowne, które uchylają lub ograniczają prawa wynikające z niniejszej dyrektywy przed zgłoszeniem sprzedawcy braku zgodności nie będą wiążące dla konsumenta. Przepis ten został prawidłowo transponowany w większości państw członkowskich. O żadnych środkach transpozycji nie powiadomiła Łotwa.

Ponadto zgodnie z art. 7 ust. 2 wybór prawa państwa innego niż członkowskie jako obowiązującego nie może pozbawiać konsumenta ochrony przyznanej mu na mocy niniejszej dyrektywy. Przepis ten został transponowany w większości państw członkowskich. Niektóre z nich wprowadziły modyfikacje definicji „ściśłego związku”, wiążącego umowę z terytorium UE. Przykładowo Francja i Niemcy zaczerpnęły przesłanki z art. 5 konwencji rzymskiej w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych. Prawo holenderskie odnosi się do zwykłego miejsca pobytu konsumenta jako czynnika łączącego. Żadnych środków transpozycji nie zgłosiły Republika Czeska, Łotwa ani Słowenia.

11. Towary używane

– artykuł 7 ust. 1

Na podstawie art. 7 ust. 1 państwa członkowskie mogą postanowić, że w przypadku towarów używanych, sprzedawca i konsument mogą uzgodnić krótszy okres odpowiedzialności sprzedawcy – nie krótszy jednak od jednego roku. Z tej opcji regulacyjnej skorzystały Austria, Belgia, Cypr, Republika Czeska, Hiszpania, Niemcy, Luksemburg, Polska, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Węgry i Włochy.

12. Wnioski

Transpozycja dyrektywy w państwach członkowskich pociąga za sobą pewną liczbę trudności. Wiele z nich może być wynikiem luk legislacyjnych w samej dyrektywie, inne natomiast można już na tym etapie uznać za nieprawidłowe wykonanie dyrektywy. Weryfikacja transpozycji wykazała znaczące rozbieżności w prawodawstwach krajowych wynikające ze stosowania klauzuli harmonizacji minimalnej oraz różnych opcji regulacyjnych przewidzianych dyrektywą. Na obecnym etapie nie jest jasne, na ile wspomniane rozbieżności wpłyną na właściwe funkcjonowanie rynku wewnętrznego oraz na zaufanie konsumentów. Wyniki konsultacji zapoczątkowanej zieloną księgą dostarczą informacji pomocnych w określeniu, czy występuje potrzeba przeglądu dyrektywy.



Problemy z kablówkami

Mniej programów w pakiecie za tą samą cenę? Zastąpienie ulubionej stacji inną z powodu siły wyższej? UOKiK ostrzega przed nieuczciwymi klauzulami w umowach z operatorami telewizji kablowej

Telewizje kablowe naruszają interesy konsumentów – wynika ze skarg napływających do UOKiK. W umowach zawieranych z abonentami pojawiają się postanowienia, które wcześniej zostały zakwestionowane przez sąd i wpisane do **Rejestru klauzul niedozwolonych** – www.uokik.gov.pl. Przedsiębiorcy m. in. przyznają sobie uprawnienia do jednostronnej zmiany warunków umowy, uniemożliwiają abonentom odstąpienie od niej oraz utrudniają reklamację świadczonej usługi.

W ostatnich tygodniach Prezes UOKiK wydał decyzje nakazujące zmianę niezgodnej z prawem praktyki stosowanej przez operatorów telewizji kablowych – Przedsiębiorstwo Automatyki i Telekomunikacji z Tomaszowa Mazowieckiego, Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe SATEL z Kielc, oraz Astral Media z Łodzi.

Z informacji zebranych podczas prowadzonych postępowań wynika, że dostawcy przede wszystkim **zastrzegają sobie prawo do zmiany opłaty miesięcznej bez wcześniejszego poinformowania użytkowników o tym fakcie**. Konsumentom o podwyższeniu ceny dowiadują się otrzymując książeczkę abonamentową z nową wartością do uiszczenia bez możliwości odstąpienia od umowy. Jest to niezgodne z prawem, ponieważ o zmianie taryfy powinni zostać poinformowani odpowiednio wcześniej tak, by móc wypowiedzieć kontrakt. Kolejną pułapką pojawiającą się w umowach jest zagwarantowanie sobie przez operatorów **możliwości zmiany oferty programowej w wyniku działania sił wyższych, do których telewizje kablowe zaliczają m.in. przyczyny techniczne**. Abonenci pozbawieni są prawa wypowiedzenia umowy, co skutkuje opłacaniem świadczenia, na które wcześniej nie umawiali się z operatorem.

Ponadto ograniczane są prawa do wniesienia reklamacji np. z powodu nienależytego wykonania umowy. Przedsiębiorcy zobowiązują konsumentów do zawiadomienia o wystąpieniu usterki w nieprzekraczalnym terminie pięciu dni od dnia jej wystąpienia. Tymczasem, przepisy przyznają klientom znacznie dłuższe terminy składania reklamacji, m.in. 12 miesięcy od ostatniego dnia okresu rozliczeniowego, w którym usługa została nienależycie wykonana lub miała być wykonana.

Urząd przypomina, aby uważnie zapoznawać się z treścią podpisywanych dokumentów. Warto czytać regulaminy i załączniki. W przypadku umów – sprawdzić, czy dostawca nie umieścił we wzorcu klauzul, które mogą okazać się dla nas niekorzystne.

Decyzje Prezesa UOKiK dotyczą postępowań wszczętych na podstawie „starej” ustawy antymonopolowej, dlatego na operatorów nie została nałożona kara finansowa. Zgodnie z obowiązującym od 21 kwietnia „nowym” prawem, za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, w tym stosowanie klauzul niedozwolonych, Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę karę finansową do 10 proc. ubiegłorocznego przychodu.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów stosowanie we wzorcach umów postanowień o następującej treści:

- „W celu wszczęcia postępowania reklamacyjnego Abonent w nieprzekraczalnym terminie pięciu dni od dnia wystąpienia usterki zobowiązany jest zawiadomić Dostawcę usług o jej wystąpieniu pod rygorem utraty prawa do dochodzenia roszczeń z tytułu wystąpienia usterki”
- „Dostawca zastrzega sobie możliwość dokonywania zmian w ofercie programowej, łącznie z prawem do wyłączenia programu”
- „Zawiadomienie Abonenta następuje w drodze komunikatów telewizyjnych oraz informacji pisemnej na tablicach ogłoszeń”
- „Zawiadomienie o zmianie wysokości abonamentu może wystąpić poprzez wysłanie rachunku (książeczki abonamentowej) do uwzględniającego zmianę wysokości abonamentu”
- „Operator z ważnych przyczyn technicznych, ekonomicznych, prawnych może wprowadzić zmiany w ofercie programowej. Zmiany te uznane za siłę wyższą, nie wymagają zmiany umowy”
- „Abonent wyraża zgodę na przekazanie przez Operatora praw i obowiązków wynikających z zawartej Umowy Abonentkiej na rzecz innego operatora sieci telewizji kablowej”
- „Zawiadomienie o zmianie wysokości opłaty abonamentowej może nastąpić również poprzez doręczenie rachunku (książeczki opłat abonamentowych) uwzględniającego zmianę wysokości abonamentu.”
- „Operator zastrzega sobie prawo do zmiany oferty programowej tzn. zmiany układu programów, podziału programów na pakiet, zmiany liczby programów, zmiany rodzajów programów oraz zmiany pasm nadawania bez konieczności zmiany warunków umowy.”

Pensjonat, hotel? Sprawdź gdzie jedziesz

Byłeś rozczarowany jakością usługi hotelarskiej? Ilość gwiazdek nie odpowiadała standardowi, za który zapłaciłeś? Reklamuj – przed wakacjami UOKiK przypomina o prawach konsumentów korzystających z usług hotelarskich

UOKiK przeprowadził pilotażową kontrolę 17 przedsiębiorców prowadzących hotele i pensjonaty na terenie województwa małopolskiego i podkarpackiego. Jej celem było ustalenie czy przedsiębiorcy stosują reklamę wprowadzającą w błąd, a także czy posiadają dokumenty potwierdzające spełnienie przez obiekt niezbędnych wymagań. W stosunku do sześciu z nich Prezes Urzędu wszczął postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Nieprawidłowości dotyczyły wprowadzania konsumentów w błąd co do tożsamości konkretnego obiektu. **Przedsiębiorcy prowadzili działalność bez zgody na posługiwanie się nazwą „hotel” lub „pensjonat”**. Przepisy prawne bardzo szczegółowo określają wymagania dotyczące wyposażenia, zakresu świadczonych usług, w tym gastronomicznych, jakie powinny spełniać takie obiekty m.in. wielkość pokoju. Zaszeregowania obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii dokonuje marszałek województwa, który również sprawdza czy przedsiębiorcy przestrzegają określonych wymagań.

Konsument ma do wyboru osiem rodzajów obiektów hotelarskich, m. in. motele, kempingi. Decydując się na pobyt w hotelu czy pensjonacie płaci za to niejednokrotnie wyższe ceny. W związku z tym ma prawo oczekiwać, że może skorzystać z usługi o określonym standardzie. W rzeczywistości poprzez bezprawne oznakowanie obiektów przedsiębiorcy wprowadzali konsumentów w błąd oferując usługę o niższej jakości.

Niepokoi fakt, że w wielu przypadkach przedsiębiorcy używali zastrzeżonych nazw bez zgody marszałka województwa na zaszeregowanie obiektu do określonego rodzaju lub kategorii nie mając świadomości, że jest to działanie bezprawne. We wszystkich zakwestionowanych przez Urząd przypadkach przedsiębiorcy zadeklarowali chęć współpracy i dobrowolnie usuwają stwierdzone nieprawidłowości. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów planuje dalsze działania mające na celu monitorowanie tego rynku.

Jednocześnie UOKiK przypomina, że w każdym hotelu i pensjonacie na widocznym miejscu powinny być umieszczone:

- nazwa i adres przedsiębiorcy świadczącego usługi w tym obiekcie,
- tablica określająca rodzaj i kategorię obiektu,
- informacje o zakresie świadczonych usług wraz z podstawowymi cenami,
- informacje o przystosowaniu obiektu do obsługi osób niepełnosprawnych.

Przed wyjazdem warto zwrócić się do organizatora imprezy lub bezpośrednio do przedsiębiorcy świadczącego usługi z prośbą o przedstawienie dokumentu potwierdzającego zaszeregowanie hotelu czy pensjonatu do określonego rodzaju i kategorii. Wymagania, jakie muszą spełniać obiekty hotelarskie szczegółowo określa prawo.

Jeżeli okaże się, że hotel nie spełnia określonych wymagań, konsumenci mogą dochodzić swoich roszczeń. Jeżeli umowę podpisaliśmy z biurem podróży, organizator naszego wyjazdu odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy. Wówczas reklamację składamy do organizatora wyjazdu. Natomiast, gdy samodzielnie zawarliśmy umowę, reklamujemy ją u właściciela obiektu.

Dodatkowe informacje:

Małgorzata Cieloch, Rzecznik prasowy UOKiK
Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel. (22) 827 28 92, 55 60 106, 55 60 314
Fax (22) 826 11 86
E-mail: mcieloch@uokik.gov.pl

Nieuczciwe klauzule w umowach z operatorami telewizji kablowej:

Delegatura UOKiK w Łodzi
E-mail: lodz@uokik.gov.pl

Kontrola przedsiębiorców prowadzących hotele i pensjonaty:

Delegatura UOKiK w Krakowie
Pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków
Tel. (12) 422 96 16, 421 75 79
Fax (12) 421 75 79, 421 74 98
E-mail: krakow@uokik.gov.pl



W KIERUNKU EUROPEJSKIEJ KARTY PRAW ODBIORCÓW ENERGII



Health & Consumer Protection
Directorate-General

W dniu 5 lipca 2007 roku Komisja Europejska przedstawiła wniosek w sprawie Europejskiej Karty Praw Odbiorców Energii, przygotowany w ramach inicjatywy mającej na celu wzmocnienie praw odbiorców energii w UE. Oczekuje się, że w Karcie zostaną zawarte prawa odbiorców w zakresie dostaw energii elektrycznej i gazu, w tym prawa dotyczące umów, informacji przekazywanych odbiorcom, cen, rozstrzygnięcia sporów i ochrony przed nieuczciwymi praktykami handlowymi. Po raz pierwszy prawa te zawarte są w jednym dokumencie. Karta pomoże odbiorcom w podejmowaniu świadomych decyzji dotyczących wyboru dostawców, do czego mają prawo po otwarciu rynków elektryczności i gazu na konkurencję, co w przypadku większości państw członkowskich nastąpiło 1 lipca 2007 r.

Komisja określiła cztery główne cele, na których powinna opierać się przyszła karta:

- skuteczniejsza ochrona najbardziej narażonych grup obywateli;
- więcej informacji dla odbiorców;
- ograniczenie formalności w przypadku zmiany dostawcy;
- ochrona odbiorców przed nieuczciwymi praktykami handlowymi.

Oczekuje się, że projekt karty obejmie następujące uprawnienia odbiorców:

- Podłączenie: prawo do odpłatnego, regularnego poboru przewidywalnych ilości bezpiecznej energii elektrycznej i gazu,
- Dostawa: prawo do nieodpłatnej zmiany dostawcy energii elektrycznej i gazu,
- Umowy: w karcie zawarto podstawowe elementy, które musi zawierać każda umowa z dostawcą energii,
- Informacje: na temat dostawy energii, warunków umowy, cen i taryf, sposobów racjonalnego gospodarowania energią, a także na temat pochodzenia i metod pozyskiwania energii elektrycznej,
- Ceny: ceny energii powinny być przejrzyste, łatwe do porównania i mieścić się w rozsądnym zakresie,
- Środki społeczne: zapewnienie najbardziej narażonym obywatelom minimalnego poziomu usług energetycznych (energia, ciepło i światło) w celu uniknięcia zjawiska ubóstwa energetycznego,
- Rozstrzygnięcie sporów: prawo do prostych i niedrogich procedur składania skarg w przypadku sporów,
- Nieuczciwe praktyki handlowe: objęte są zakazem na mocy dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych¹,

¹ Dyrektywa dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych 2005/29/WE z dnia 11 maja 2005 r. wejdzie w życie z dniem 12 grudnia 2007 r.

Kolejnym krokiem będą konsultacje z zainteresowanymi stronami (w tym z przedstawicielami odbiorców, urzędami regulacji energetyki, państwami członkowskimi oraz branżą gazowniczą i elektroenergetyczną) w sprawie proponowanych elementów karty. Następnie, na podstawie wkładu zainteresowanych stron, Komisja sporządzi ostateczną wersję dokumentu, który zostanie przez nie podpisany podczas oficjalnej uroczystości. Powinno to nastąpić na początku grudnia 2007 r.

Treść komunikatu Komisji Europejskiej „W kierunku Europejskiej Karty Praw Odbiorców Energii” oraz zaproszenie do uczestnictwa w publicznych konsultacjach dostępne są na następującej stronie internetowej:

http://ec.europa.eu/energy/energy_policy/consumers/index_en.htm



Urząd Regulacji Energetyki
www.ure.gov.pl

PEŁNE OTWARCIE RYNKU ENERGII I GAZU Z DNIEM 1 LIPCA 2007 r.

Wraz ze zmianami zachodzącymi w otoczeniu energetyki (wejście w życie w 1997 r. ustawy – Prawo energetyczne, powołanie niezależnego Regulatora – Prezesa URE², przystąpienie Polski do Unii Europejskiej), zmienia się sektor energetyczny i zasady jego działania. Pełne otwarcie rynku energii i gazu dla każdego odbiorcy **po dniu 1 lipca 2007 r.** wprowadza dalsze zmiany. I tak:

1. Każdy odbiorca będzie mógł **wybrać sprzedawcę energii elektrycznej czy gazu** i zawrzeć z nim umowę sprzedaży, pozostając nadal przyłączonym do tej samej sieci elektroenergetycznej lub gazowej.

Aby przybliżyć odbiorcom procedurę zmiany sprzedawcy, na stronie internetowej Prezesa URE zostały zamieszczone dwie informacje pt.: *Procedura zmiany sprzedawcy energii elektrycznej oraz 6 kroków – jak zmienić sprzedawcę energii elektrycznej* (patrz ramka).³ Bardziej szczegółowych informacji dotyczących procedury zmiany sprzedawcy należy szukać w dokumencie pt. Instrukcja Ruchu i Eksploatacji Sieci Dystrybucyjnej (w rozdziale – Procedura zmiany sprzedawcy), zamieszczonym na stronach internetowych operatorów sieci dystrybucyjnej.⁴

² Prezes URE jest centralnym organem administracji rządowej, powołanym na mocy ustawy z dnia 10 kwietnia 1997 r. – Prawo energetyczne (art. 21 -Dz. U. z 2006 r. Nr 89, poz. 625 i Nr 104, poz. 708, Nr 158, poz. 1123, Nr 170, poz. 1217 oraz z 2007 r. Nr 21, poz. 124 i Nr 52, poz. 343). Prezes URE reguluje działalność przedsiębiorstw energetycznych zgodnie z ustawą – Prawo energetyczne i polityką energetyczną państwa, zmierzając do równowagi interesów przedsiębiorstw energetycznych i odbiorców paliw i energii (art. 23 ust. 1). Prezes URE jest właściwym w sprawach m. in.: udzielania koncesji; zatwierdzania taryf energii elektrycznej i paliw gazowych; rozstrzygnięcia sporów, o których mowa w art. 8 ust. 1 (art. 23 ust. 2).

³ www.ure.gov.pl – 6 Kroków. Jak zmienić sprzedawcę energii elektrycznej?

⁴ Dane adresowe spółek dystrybucyjnych można znaleźć na www.ure.gov.pl – 6 Kroków – Przydatne adresy – Spółki dystrybucyjne.

2. Będziemy mogli wybrać sprzedawcę energii czy gazu oferującego nam **lepsze warunki cenowe lub usług dodatkowych**, np. form i terminów płatności. Taryfy przedsiębiorstw obrotu zawierają ceny i stawki opłat. Dostępne są one dla odbiorców w biurach obsługi klienta oraz na stronach internetowych: Prezesa URE i przedsiębiorstw obrotu. Niektóre przedsiębiorstwa obrotu mają podpisane z placówkami wybranych banków lub innych instytucji umowy, zgodnie z którymi od wnoszonych opłat za energię elektryczną nie pobiera się prowizji. Informacji o podobnych udogodnieniach dla odbiorców należy szukać na stronach internetowych przedsiębiorstw obrotu lub w biurach obsługi klienta.

3. Mamy możliwość **negocjowania** podpisywanych z przedsiębiorstwami energetycznymi **umów**. Ze zmianą sprzedawcy wiąże się konieczność podpisania nowych umów: ze sprzedawcą energii oraz z operatorem sieci dystrybucyjnej. Negocjacje zawieranych przez odbiorców umów z przedsiębiorstwami energetycznymi umożliwiają obowiązujące przepisy prawne.

Definiując **odbiorcę**, ustawa – Prawo energetyczne wskazała, że jest to każdy, „kto otrzymuje lub pobiera paliwa lub energię **na podstawie umowy zawartej z przedsiębiorstwem energetycznym**”. Odbiorca pobiera zaś energię elektryczną na warunkach określonych w umowie.⁵

Jakie zapisy umowy mogą być negocjowane – zobaczmy na przykładzie umowy sprzedaży energii elektrycznej.

Dostarczanie energii odbywa się, po uprzednim przyłączeniu do sieci, na podstawie umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług przesyłania.⁶ Przedsiębiorstwo nie może całkowicie dowolnie kształtować postanowień umowy sprzedaży, gdyż umowa ta musi zawierać co najmniej postanowienia określające⁷: miejsce dostarczania energii i jej ilość; moc umowną oraz warunki wprowadzania jej zmian; cenę lub grupę taryfową stosowaną w rozliczeniach i warunki wprowadzania jej zmian; sposób prowadzenia rozliczeń; wysokość bonifikaty za niedotrzymanie standardów jakościowych obsługi odbiorców; odpowiedzialność stron za niedotrzymanie warunków umowy; okres obowiązywania umowy i warunki jej rozwiązania. Sformułowanie tego przepisu oznacza, że umowa tego rodzaju może zawierać także inne postanowienia, istotne dla obu jej stron.

Uważna lektura np. przepisów dotyczących parametrów jakościowych energii elektrycznej i standardów jakościowych obsługi odbiorców oraz sposobu załatwiania reklamacji, zawartych w *rozporządzeniu Ministra Gospodarki z dnia 4 maja 2007 r. w sprawie szczegółowych warunków funkcjonowania systemu elektroenergetycznego* pokazuje, że niektóre postanowienia umowy możemy ukształtować odmiennie od ogólnie obowiązujących przepisów. I tak, np.:⁸

1. przedsiębiorstwo energetyczne rozpatruje wnioski i reklamacje odbiorcy w sprawie rozliczeń i udziela odpowiedzi, nie później niż w terminie 14 dni od dnia zgłoszenia, **chyba że w umowie między stronami określono inny termin** (§ 42 pkt 8),

2. dla podmiotów zaliczanych do grup przyłączeniowych I – III i VI dopuszczalny czas trwania jednorazowej przerwy w dostarczaniu energii elektrycznej oraz wyłączeń określa **umowa o świadczenie usług przesyłania lub dystrybucji albo umowa kompleksowa** (40 ust. 4),

3. parametry jakościowe energii elektrycznej mogą być określone w **umowie o świadczenie usług przesyłania lub dystrybucji energii elektrycznej** (§ 38 ust. 2 i ust. 6).

Należy podkreślić, że pobieranie paliw i energii bez zawarcia umowy, co jest równoznaczne z nielegalnym poborem tych mediów oraz niezgodnie z warunkami określonymi w umowie, wiąże się z sankcjami finansowymi a także z możliwością wstrzymania dostaw.⁹ Dlatego też, tego rodzaju umowy muszą zostać zawarte w formie pisemnej, choćby dla celów dowodowych.

Ustawa – Prawo energetyczne dała zatem odbiorcy przepisy – wskazówki, pomocne przy ustalaniu postanowień umowy oraz dopuściła istotną pomoc odbiorcom przez Prezesa URE w zakresie kształtowania treści umowy. Działając na podstawie art. 8 ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne Prezes URE rozstrzyga bowiem, na wniosek strony, w sprawach spornych dotyczących odmowy zawarcia m. in. umowy: sprzedaży, o świadczenie usług przesyłania lub dystrybucji paliw lub energii.¹⁰ Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (poprzednio Sąd Antymonopolowy) w swoim orzecznictwie dokonał jednoznacznej interpretacji art. 8 ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne. W ocenie Sądu, Prezes URE jest organem administracji publicznej uprawnionym na podstawie powołanego przepisu, nie tylko do rozstrzygnięcia kwestii, czy na danym przedsiębiorstwie energetycznym ciąży obowiązek zawarcia określonej umowy lecz także, w przypadku braku osiągnięcia porozumienia pomiędzy stronami umowy odnośnie jej warunków, Prezes URE jest zobowiązany do ukształtowania treści konkretnej umowy.¹¹

Przyznana Prezesowi URE kompetencja do rozstrzygnięcia wskazanych sporów, pozwala tym samym na ochronę odbiorcy. W stosunkach z przedsiębiorstwem energetycznym odbiorca znajduje się bowiem na słabszej pozycji. Prezes URE kształtując treść umowy będzie jednak miał na uwadze równowagę interesów

⁵Art. 3 pkt 13 ustawy – Prawo energetyczne oraz § 11 i § 13 *rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 4 maja 2007 r. w sprawie szczegółowych warunków funkcjonowania systemu elektroenergetycznego* (Dz. U. z 2007 r., Nr 93, poz. 623), które weszło w życie z dniem 13 czerwca 2007 r.

⁶Art. 5 ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne.

⁷Art. 5 ust. 2 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne.

⁸Podobne zapisy, zwracające uwagę na możliwość kształtowania umowy odmiennie od ogólnie obowiązujących zasad zawiera także rozporządzenie *Ministra Gospodarki i Polityki Społecznej z dnia 6 kwietnia 2004 r. w sprawie szczegółowych warunków przyłączenia podmiotów do sieci gazowych, ruchu i eksploatacji tych sieci* (Dz. U. z 2004 r., nr 105, poz. 113).

⁹Art. 3 pkt 18 i art. 6 ust. 3 pkt 2 ustawy – Prawo energetyczne oraz § 43 ust. 2 *rozporządzenia Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 23 kwietnia 2004 r. w sprawie szczegółowych zasad kształtowania taryf oraz rozliczeń w obrocie energią elektryczną* (Dz. U. z 2004 r. Nr 105, poz. 1114) oraz § 41 *rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 15 grudnia 2004 r. w sprawie szczegółowych zasad kształtowania i kalkulacji taryf oraz rozliczeń w obrocie paliwami gazowymi* (Dz. U. z 2004 r. Nr 277, poz. 2750).

¹⁰Z udokumentowanym wnioskiem odbiorca powinien zwrócić się do właściwego miejscowo oddziału terenowego URE. Adresy oddziałów terenowych podane są na – www.ure.gov.pl – Urząd – Struktura – Schemat.

¹¹W uzasadnieniu wyroku: z dnia 12 stycznia 2000 r. (Sygn. akt XVII Ame 49/99); z dnia 21 marca 2001 r. (sygn. akt XVII Ame 30/00); z dnia 13 listopada 2003 r. (Sygn. akt XVII Ame 100/02).

obu stron, do czego jest zobowiązany na mocy art. 23 ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne. Oznacza to, że postanowienia zawartej przez Prezesa URE umowy nie zawsze mogą być zgodne z tymi jakich oczekiwał wnioskodawca.¹² Przyszli odbiorcy nie muszą zatem obawiać się, że w przypadku braku uzgodnienia zapisów umowy zostaną pozbawieni dostaw energii. W takim przypadku postanowienia umowy określi Prezes URE, w drodze decyzji administracyjnej, od której przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Warto negocjować postanowienia umowy. Trud włożony w ustalenie treści umowy będzie bowiem procentował w całym okresie jej obowiązywania i np. pozwoli uniknąć prowadzenia niepotrzebnych sporów. Trzeba bowiem pamiętać, że spory wynikłe na tle reali-

zacji postanowień zawartej już umowy będą mogły być rozstrzygnięte jedynie na drodze postępowania cywilnego przed sądem powszechnym, co często oznacza długotrwałą i kosztowną procedurę.¹³

Iwona Figaszewska
Rzecznik Odbiorców Paliw i Energii

¹² „ (...) złożenie wniosku wszczynającego postępowanie administracyjne w sprawie zawarcia decyzją administracyjną spornej umowy nie daje stronie prawa do użycia decyzji w pełni uwzględniającej jej propozycje. Musi się ona bowiem liczyć z ewentualnością, że wobec braku zgody drugiej strony na proponowane postanowienia umowy, rozstrzygając spór Prezes URE weźmie pod uwagę szerszy kontekst gospodarczy wiążący się z zaspokojeniem określonych potrzeb energetycznych, a w szczególności zaś kryteria wskazane w art. 1 ust. 2 Prawa energetycznego (...)” – Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Antymonopolowego z dnia 7 kwietnia 1999 r., sygn. akt XVII Ama 85/98/E oraz z dnia 12 stycznia 2000 r., sygn. akt VII Ame 49/99.

¹³ W uzasadnieniu wyroku z dnia 12 maja 2004 r. (Sygn. akt XVII Amz 33/03) Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, że Prezes URE nie posiada kompetencji do rozstrzygania sporów związanych z wykonywaniem takich umów, gdyż wyłączną kompetencję w tym zakresie posiada sąd powszechny.

6 kroków-czyli jak zmienić sprzedawcę energii elektrycznej

<p>KROK 1 – Odbiorca zawiera umowę sprzedaży z nowym sprzedawcą</p>	<p>ODBIORCY Z GRUP TARYFOWYCH G I C MOGĄ DOKONYWAĆ ZMIANY SPRZEDAWCY DWA RAZY W CIĄGU 1 2 KOLEJNYCH MIESIĘCY</p>	<p>Krok 5 – Dostosowanie układów pomiarowo—rozliczeniowych (liczników)</p>
<p>Nowa umowa sprzedaży powinna wejść w życie z dniem wygaśnięcia umowy sprzedaży z dotychczasowym sprzedawcą.</p> <p>Takie rozwiązanie gwarantuje ciągłość sprzedaży.</p> <p>UWAGA: zapytaj nowego sprzedawcę o możliwość zawarcia umowy kompleksowej (zastępującej dwie umowy – handlową i dystrybucyjną)</p>	<p>KROK 4 – Odbiorca informuje operatora systemu dystrybucyjnego o zawarciu nowej umowy sprzedaży</p> <p>Zgłoszenie (może być wymagane pisemne) powinno zawierać:</p> <ol style="list-style-type: none"> określenie stron nowej umowy sprzedaży, termin obowiązywania umowy, planowane ilości dostaw energii, określenie podmiotu odpowiedzialnego za bilansowanie handlowe (najczęściej będzie nim nowy sprzedawca), 	<p>W zależności od wielkości zużycia energii zmiana sprzedawcy może wymagać dostosowania układu pomiarowo – rozliczeniowego.</p> <p>Koszty dostosowania układu ponosi właściciel układu.</p> <p>W przypadku odbiorców przyłączonych do sieci o niskim napięciu, liczniki należą do operatorów systemów dystrybucyjnych.</p> <p>W przypadku tych odbiorców, brak licznika z rejestracją i transmisją danych nie stanowi przeszkody w zmianie sprzedawcy.</p>
<p>KROK 2 – Odbiorca wypowiada umowę sprzedaży dotychczasowemu sprzedawcy</p>	<p>W niektórych przypadkach ten krok może wykonać sprzedawca z upoważnienia odbiorcy.</p>	<p>Krok 6 – Odczyt licznika i rozliczenie końcowe ze „starym” sprzedawcą</p>
<p>W przypadku, gdy sprzedawcą dotychczasowym była spółka dystrybucyjna, odbiorca wypowiada tzw. umowę kompleksową, czyli obejmującą zarówno warunki sprzedaży energii elektrycznej jak i świadczenia usługi dystrybucji.</p>	<p>Obecnie odbiorca zakupuje energię elektryczną od przypisanego mu terytorialnie przedsiębiorstwa energetycznego, które świadczy usługi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● sprzedaży – jako sprzedawca, ● dystrybucji (transportu) – jako operator systemu dystrybucyjnego. 	<p>W dniu wejścia w życie nowej umowy sprzedaży (czyli w dniu zmiany sprzedawcy) operator systemu dystrybucyjnego zobowiązany jest dokonać odczytu układu pomiarowego.</p>
<p>KROK 3 – Odbiorca zawiera umowę o świadczenie usługi dystrybucji</p>	<p>Od 1 lipca 2007 roku wszyscy będziemy mieli możliwość zakupu energii od wybranego przez siebie niezależnego sprzedawcy.</p>	<p>W przypadku liczników uniemożliwiających transmisję danych odczyt taki może być opóźniony, ale nie powinien nastąpić później niż w ciągu 5 dni roboczych po zmianie sprzedawcy.</p>
<p>Po wypowiedzeniu umowy kompleksowej, oprócz nowej umowy sprzedaży z wybranym sprzedawcą, odbiorca zawiera z operatorem systemu dystrybucyjnego umowę o świadczenie usług dystrybucji. Umowa ta wchodzi w życie z dniem rozwiązania umowy kompleksowej.</p>	<p>Usługę dystrybucji świadczyć będą dotychczasowi operatorzy systemów dystrybucyjnych.</p>	<p>Stan licznika na dzień zmiany sprzedawcy operator przekazuje dotychczasowemu oraz nowemu sprzedawcy w określonym terminie (do 5 dnia następnego miesiąca).</p>
<p>Istotne jest, że nową umowę o świadczenie usługi dystrybucji odbiorca może zawrzeć na czas nieokreślony i nie jest konieczne wypowiedzianie i ponowne jej zawieranie przy kolejnych zmianach sprzedawców.</p>		<p>Na tej podstawie sprzedawcy wystawią odbiorcy faktury. Dotychczasowy sprzedawca przygotowuje rozliczenie końcowe.</p>



Sygn. akt IC 1588/04

Wyrok
w imieniu Rzeczypospolitej Polskiej
Dnia 28 marca 2007 r.

Sąd Rejonowy w Szczecinie Wydział I Cywilny
w składzie następującym:
Przewodniczący: (.....)
Protokolant: (.....)

Po rozpoznaniu w dniu 19 marca 2007 r.

w Szczecinie

sprawy z powództwa:

Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie

przeciwko P. D. i „W” Spółce

z ograniczoną odpowiedzialnością

w W

o zapłatę

zasądza od pozwanego P. D. na rzecz R. J. i K. J. solidarnie kwotę 5602 zł (pięć tysięcy sześćset dwa złote) wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 11 maja 2004 r.

i w pozostałej części oddala powództwo w stosunku do tego pozwanego,

oddala powództwo w stosunku do „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością

w W,

nakazuje pobrać od pozwanego P. D.

na rzecz Skarbu Państwa (Sąd Rejonowy w Szczecinie) kwotę 442,20 zł (czteryście czterdzieści dwa złote dwadzieścia groszy) tytułem nieuiszczonych kosztów sądowych,

nakazuje pobrać od R. J. i K. J. z zasądzonych roszczenia na rzecz Skarbu Państwa (Sąd Rejonowy w Szczecinie) kwotę 442,20 zł (czteryście czterdzieści dwa złote dwadzieścia groszy) tytułem nieuiszczonych kosztów sądowych, nie obciąża R. J. i K. J. kosztami procesu należnymi pozwanym.

Uzasadnienie

Powód Miejski Rzecznik Konsumentów w Szczecinie działający na rzecz konsumentów R. J. i K. J. w pozwie wniesionym przeciwko P. D. i „W” Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P domagał się zasądzenia od pozwanych na rzecz konsumentów solidarnie kwoty 11.204 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 17 grudnia 2003 r. oraz zasądzenia na ich rzecz kosztów procesu według norm przepisanych.

W treści uzasadnienia powód wskazał, iż w dniu 7.11.2003 r. konsumenci R. J. i P. J. zakupili w sklepie „P”, którego właścicielem jest pozwany P. D. podłogę drewnianą firmy „W”. Przy wyborze rodzaju podłogi konsumenci kierowali się zapewnieniami sprzedawcy oraz informacjami zawartymi w katalogu firmowym producenta, który zapewniał o wyjątkowej wytrzymałości podłogi. Po upływie dwóch tygodni od zamontowania jej w domu konsumentów, okazało się jednak, iż nie ma ona właściwości, o których zapewniał sprzedawca ani jakości reklamowanej w katalogu producenta. Na podłodze pojawiły się liczne zarysowania i wgniecenia, pomimo iż

konsumenci zabezpieczyli podłogę stosując specjalne pasty i filcowe podkładki pod meble. W dniu 3.12.2003 r. konsumenci złożyli reklamację u sprzedawcy informując go o zaistniałych wadach. Reklamacja ta została rozpoznana negatywnie, stąd konsumentka R. J. zwróciła się do biura powoda prosząc o interwencję w swojej sprawie. Na skutek działań powoda doszło do sporządzenia drugiego protokołu reklamacyjnego poprzedzonego oględzinami uszkodzeń przedmiotowej podłogi. Obecny przy oględzinach przedstawiciel powoda potwierdził liczne zarysowania i wgniecenia mechaniczne na powierzchni parkietu. Pomimo tego producent ponownie oddalił reklamację pozwanych. Dalsze działanie powoda doprowadziło do uzyskania propozycji obniżenia ceny podłogi o 10%, jednakże konsumenci nie zaakceptowali tej propozycji domagając się obniżenia ceny zakupionego towaru o 50%, a po odmowie sprzedawcy i producenta towaru przyjęcia takiego rozwiązania powód wstąpił na drogę procesu cywilnego w celu wyegzekwowania należnego konsumentom roszczenia, składając w pozwie oświadczenie o odstąpieniu konsumentów od umowy sprzedaży zawartej z P. D.

Nakazem zapłaty w postępowaniu upominawczym wydanym w dniu 5 lutego 2004 r., sygn. akt I Nc 1086/04, Sąd Rejonowy w Szczecinie zasądził od pozwanych P. D. i „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P. solidarnie na rzecz R. J. i K. J. dochodzoną pozwem kwotę, wraz z ustawowymi odsetkami i kosztami procesu.

Pozwani od powyższego nakazu wnieśli sprzeciw. Ustosunkowując się do zarzutów zawartych w pozwie pozwani domagali się oddalenia powództwa w całości oraz zasądzenia od powoda na rzecz pozwanych kosztów procesu. Wskazali, iż żądanie pozwu jest całkowicie bezzasadne w stosunku do „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, gdyż stroną umowy sprzedaży konsumenckiej był P. D., co też wynika z danych widniejących na wystawionej fakturze VAT. Brak jest zatem jakichkolwiek podstaw do żądania zwrotu ceny zakupu od producenta. Ponadto z ustawy z dnia 27.07.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nie wynika solidarna odpowiedzialność producenta ze sprzedawcą. Nadto twierdzili, że niezasadnym jest domaganie się przez powoda zasądzenia żądanej kwoty solidarnie na rzecz K. J. Stroną umowy sprzedaży zawartej z P. D. była tylko R. J., przy czym nawet fakt pozostawiania nabywcy towaru w związku małżeńskim z K. J. nie czynił go automatycznie stroną tej umowy. Pozwani podnieśli także, iż w niniejszej sprawie nie ma mowy o zaistnieniu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Katalog firmowy producenta zawierał wyraźną wzmiankę, iż wybrana podłoga w warstwie wierzchniej wykonana jest z drewna bukowego, kupująca powinna się zatem liczyć z właściwościami tego towaru. Informacja zawarta w opisie zakupionego towaru nie jest sprzeczna z właściwościami towaru, ponieważ katalog pozwanej spółki reklamuje parkiet gotowy firmy „W” jako towar najwyższej jakości i wysokiej odporności na wilgoć i zużycie (ścieralność, tj. przetarcie warstwy lakierowej) i nie zawiera zapewnień o wysokiej wytrzymałości na uszkodzenia mechaniczne w postaci odkształceń i zarysowań. Pozwani podnieśli też, iż oświadczenie złożone przez po-

woda o odstąpieniu przez konsumentów od zawartej umowy nie jest skuteczne, gdyż Miejski Rzecznik Konsumentów nie jest legitymowany do składania w imieniu konsumentów tego rodzaju oświadczenia woli. Stąd odstąpienie przez R. J. od zawartej umowy winno zostać uznane za nieskuteczne, a roszczenie zwrotu ceny kupna za nieuzasadnione.

W trakcie procesu pozwana Spółka „W” zmieniła siedzibę na W.

Sąd ustalił następujący stan faktyczny:

W dniu 7.11.2003 r. konsumenci R. J. i K. J. udali się do sklepu P. D. „P” znajdującego się w Szczecinie przy ul. (.....) celem zakupu podłogi drewnianej i z zamiarem położenia jej w nowo wybudowanym budynku mieszkalnym w K. Przed sfinalizowaniem transakcji małżonkowie J. zapoznali się z asortymentem innych sklepów zajmujących się handlem tego typu produktami. Odwiedzili również sklep pozwanego P. D., aby zapoznać się z oferowanymi przez niego rodzajami paneli podłogowych. Na miejscu informowali pozwanego, iż poszukują podłogi o dużej wytrzymałości z tego względu, iż mają małe dziecko i zakupiona przez nich podłoga musi wykazywać się dużą wytrzymałością. Po wyborze rodzaju paneli w sklepie pozwanego przy ul. (.....) w Szczecinie, P. D. udał się do domu konsumentów w celu dokonania pomiarów pomieszczeń, w których miała zostać zamontowana podłoga. Pozwany zaprezentował R. J. i K. J. katalog firmy „W”. Po zapoznaniu się z ofertą tej firmy konsumenci zdecydowali się na zakup paneli podłogowych tej firmy. Była to podłoga typu „buk antik” wykonana z drewna bukowego, składająca się – według zapewnień sprzedawcy i producenta – z warstwy drewnianej 4 mm, lamerek sosnowych i przeciwiąg świerkowych. Ogółem podłoga ta miała 15 mm grubości. Panele miały długość 2,20 m i szerokość 20 cm. W katalogu firmy „W” panele te reklamowane są na 23 stronie tego katalogu. Na stronie tej oprócz zdjęć przedstawiających wygląd paneli zawarta była również informacja o dużej wytrzymałości tego typu paneli. Kupujący, po złożeniu w dniu 24 października 2003 r. zamówienia, uiszcili zaliczkę. Towar został dostarczony do domu klientów w dniu 7 listopada 2003 r. i tego dnia została wystawiona faktura na R. J.

R. J. i K. J. przekazali pozwanemu P. D. pozostałą kwotę ceny sprzedaży towaru w ich domu. Łącznie konsumenci zapłacili pozwanemu za zakupiony towar kwotę 12.000,69 zł.

*Dowód: faktura VAT k. 6,
katalog (.....) k. 18-23, 76,
zeznania K. D. k. 99-100,
zeznania R. J. k. 86-87,
zeznania K. J. k. 87.*

Panele podłogowe zostały położone w domu klientów przez współpracującą z pozwanym P. D. firmę prowadzoną przez W. D. W. D. wykonał montaż podłogi w budynku mieszkalnym konsumentów w listopadzie 2003 r. i poinformował nabywców tego towaru o potrzebie zaopatrzenia mebli filcem. Panele zostały położone w salonie, przedpokoju oraz w dwóch innych pokojach. Panele znajdowały się w oryginalnym opakowaniu, w którym znajdowały się instrukcje

użytkowania zawierające wskazówki o konieczności zabezpieczenia mebli filcem. Podłoga została położona prawidłowo, panele zamontowano na odpowiednich podkładach i przy zastosowaniu prawidłowej destylacji przyścienniej.

*Dowód: zeznania świadka K. D. k. 99-100,
zeznania świadka W. D. k. 100,
opinia biegłego W. K. k. 141-152,
ustna opinia uzupełniająca biegłego W. K. k. 179.*

Po około dwóch tygodniach użytkowania przez konsumentów zakupionej przez nich podłogi na zamontowanych panelach uwidoczniły się wady w postaci zarysowań i wgnieceń punktowych oraz starć lakieru. Pierwsze wgniecenie powstało w wyniku upadku kluczy do samochodu na parkiet położony w aneksie kuchennym. Powstałe na skutek tego upadku wgniecenie wynosiło około 1,5 mm w głąb podłogi. Następne wgniecenie powstało w wyniku upadku na podłogę szklanki. Oprócz tych uszkodzeń parkiet uległ porysowaniu w miejscu, w którym znajdował się komplet wypoczynkowy i stół oraz w pokoju dzieciennym. Po upływie około 3 miesięcy od zamontowania podłogi w miejscach łączenia klepek zaczęły powstawać rozstępy. Powstały one na łączeniach paneli wzdłużnych jak i poprzecznych. Szerokość szpar w salonie wynosiła od 0,1-0,4 mm. Szpary występowały także w podłodze w pozostałych pomieszczeniach pomiędzy klepkami parkietu o szerokości od 0,2-0,4 mm. Panele pokryte były dwiema warstwami lakieru, podczas gdy w katalogu producenta wskazano, iż panele lakierowane są pięć razy. Powodowało to zmniejszenie wytrzymałości warstwy wierzchniej podłogi charakteryzującej się łatwością zarysowań i ścierania się lakieru.

*Dowód: zeznania R. J. k. 86-87,
zeznania K. J. k. 87,
zeznania G. M. k. 101,
zeznania A. K. k. 100-101,
materiał filmowy „Podłoga W – marzec 2004”
– kasetą video w kopercie,
opinia biegłego W. K. k. 142-152.*

W dniu 3 grudnia 2003 r. konsumenci zgłosili reklamację u sprzedawcy, informując o wystąpieniu uszkodzeń w podłodze. W odpowiedzi na to pismo firma „W” poinformowała konsumentów o braku podstaw do uwzględnienia reklamacji. Wskazała, iż podłoga drewniana tj. parkiet trzywarstwowy fabrycznie lakierowany z kolekcji W. C. jest podłogą naturalną, a w związku z tym jej cechą charakterystyczną jest ograniczona odporność na zarysowania lub wgniecenia. W szczególności drewno bukowe, z którego wykonana jest podłoga, nie należy do materiałów bardzo twardych, nie jest w pełni odporne na powstawanie uszkodzeń mechanicznych.

*Dowód: reklamacja k. 7,
pismo firmy „W” z dnia 10.12.2003 r. k. 8.*

W związku z otrzymaną odmową uwzględnienia reklamacji zakupionego towaru R. J. zwróciła się do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie z prośbą o udzielenie pomocy prawnej i podjęcie interwencji w jej sprawie. Miejski Rzecznik Konsumentów w Szczecinie po zapoznaniu się z istotą sprawy skontaktował się telefonicznie z producentem podłogi.



W trakcie przebiegu rozmowy okazało się, iż wcześniejsza reklamacja nie została poprzedzona oględzinami uszkodzonej podłogi. W rezultacie uzgodnień poczynionych w trakcie rozmowy telefonicznej w dniu 9 stycznia 2004 r. dokonano oględziny podłogi z udziałem pracownika producenta G. M. i sporządzono drugi protokół reklamacyjny. W protokole tym wskazano, iż na podłodze w pokoju dziennym w miejscu najbardziej uczęszczanym występują liczne zarysowania oraz wgniecenia mechaniczne. W sypialni oraz pokoju dzieciennym występują również zarysowania podłogi. W trakcie oględzin stwierdzono, iż wszystkie meble zostały zabezpieczone podkładkami filcowymi.

Dowód: wniosek o udzielenie pomocy prawnej k. 5, zgłoszenie reklamacyjne k. 9, zeznania G. M. k. 101.

Pismem z dnia 15 stycznia 2004 r. producent paneli podłogowych ponownie oddał reklamację konsumentów, podtrzymując swoje wcześniejsze stanowisko wyrażone w piśmie z dnia 10 grudnia 2003 r. W piśmie tym wskazał, iż drewno bukowe, z którego wykonana jest podłoga należy do najbardziej miękkich, co powoduje ograniczoną odporność na zarysowania i wgniecenia. Cecha ta dotyczy nie tylko podłóg oferowanych przez producenta, ale każdego produktu wykonanego z tego rodzaju drewna. Ponadto pozwana spółka wskazała, iż informacja zawarta w jej katalogach reklamowych nie jest sprzeczna z uzasadnieniem odmowy uwzględnienia reklamacji. Odporność oferowanego przez nią parkietu jest bowiem większa niż konkurencyjnych produktów dostępnych na rynku.

Dowód: pismo firmy „W” z dnia 15.01.2004 r. k. 101.

W odpowiedzi na to pismo działający w imieniu konsumentów Miejski Rzecznik Konsumentów poinformował producenta reklamowanego towaru, iż w zakupionej przez konsumentów podłodze ujawniły się wady świadczące o niezgodności oferowanego przez pozwaną spółkę towaru z umową a także z katalogiem produktów pozwanej. Celem polubownego załatwienia sporu wyznaczył producentowi 14-stodniowy termin do ponownego przeanalizowania zasadności reklamacji i doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową. W odpowiedzi na to pismo pozwany podtrzymał swoją decyzję o nieuwzględnieniu reklamacji. Następnie powód podjął próbę obniżenia ceny zakupionej podłogi. W tym celu przeprowadził rozmowę telefoniczną z pełnomocnikiem pozwanej „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P. Rozmowa ta doprowadziła do uzyskania od producenta towaru propozycji 10% obniżki ceny.

Dowód: pismo powoda w dniu 29.01.2004 r. k. 11-12, pismo pozwanego z dnia 16.02.2004 r. k. 13, notatka służbowa k. 14.

W dniu 13 marca 2004 r. w TVP3 O/Szczecin w cyklu prezentowanego na antenie tego kanału programu „Wokół nas” został wyemitowany materiał filmowy dotyczący wadliwej podłogi, która została zamontowana w mieszkaniu państwa J. w (...). W materiale filmowym R. J. skarżyła się, iż zakupiła w sklepie drogą podłogę, która miała być trwała, lecz po za-

montowaniu niestety się taką nie okazała. Na podłodze tej widoczne były wgniecenia, podczas gdy z zapewnień producenta i sprzedawcy wynikało, iż podłoga powinna być odporna na tego rodzaju uszkodzenia. Dziennikarka odwiedziła również sklep pozwanego P. D., u którego konsumenci nabyli podłogę. Właściciel sklepu nie udzielił w tym zakresie żadnych informacji odsyłając ekipę telewizyjną do prawników producenta.

Dowód: zeznania A. K. k. 100-101, Materiał filmowy „Podłoga W – marzec 2004” – kasetą video w kopercie

Pismem z dnia 22 kwietnia 2004 r. Miejski Rzecznik Konsumentów w Szczecinie działając w imieniu konsumentów wezwał sprzedawcę P. D. do obniżenia ceny towaru o 50% i zapłaty tytułem obniżenia ceny podłogi kwoty 5.602 zł w terminie 14 dni od otrzymania tego pisma. Ustosunkowując się do tej propozycji P. D. oświadczył, iż jego stanowisko jest zgodne ze stanowiskiem producenta „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P.

Dowód: pismo powoda z dnia 22 kwietnia 2004 r. k. 15, pismo pozwanego z dnia 7 czerwca 2004 r. k. 17.

W dniu 26 lipca 2004 r. konsumenci R. J. i K. J. w piśmie skierowanym do sprzedawcy towaru, złożonym w Biurze Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie odstąpili od umowy sprzedaży. W treści złożonego oświadczenia woli wskazali, iż z uwagi na zaistniałą niezgodność zakupionego przez nich towaru prawidłowe korzystanie z tego towaru stało się niemożliwe. Z tego względu wniesienie pozwu w ich imieniu przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie należy potraktować jako skuteczne odstąpienie od zawartej z P. D. umowy sprzedaży.

Dowód: pismo konsumentów z dnia 26.07.2004 r. k. 68.

Drewno bukowe jest zaliczane do drewna o średniej wytrzymałości. Na twardość drzewa ma wpływ wiele czynników m. in. siedlisko, gdzie drzewo rosło, miejsce w drzewie, z którego wycięto materiał, gdyż każda z części drzewa ma różną twardość, wiek drzewa. Parkiet posiada dużą wytrzymałość wówczas, gdy jest odporny na zarysowania, ścierania lakieru i naciski statyczne. Do uszkodzenia podłogi położonej w mieszkaniu konsumentów doszło w wyniku normalnego ich użytkowania w związku z wadliwością paneli. Podłoga z paneli drewnianych firmy „W” zamontowana w budynku mieszkalnym R. J. i K. J. nie posiada wszystkich cech i właściwości towaru przedstawionego w materiale reklamowym tego producenta. Nie jest zgodne z zapewnieniami producenta, iż parkiet lakierowany (...) posiada zabezpieczenie utwardzonym lakierem, nakładanym pięciokrotnie i szczególnie wytrzymałą warstwę ochronną.

Dowód: opinia biegłego W. K. k. 141-152, Ustna opinia uzupełniająca biegłego k. 179.

Po 3 latach użytkowania tej podłogi w budynku mieszkalnym konsumentów stwierdzono występowanie w panelach podłogowych uszkodzeń w postaci – uszkodzeń w formie punktowych zarysowań podłogi

- lakierniczej, usytuowanych gniazdkowo, głównie w salonie,
- uszkodzeń w formie licznych drobnych zarysowań powłoki lakierniczej, wyraźnie widocznych jedynie w odbitym świetle rozproszonym, szczególnie widocznych w pomieszczeniu sypialni,
- uszkodzeń w postaci starcia najbardziej zewnętrznej warstwy powłoki lakierniczej, objawiające się miejscowym, wyraźnym zmatowieniem jej powierzchni. Uszkodzenia te występują na niewielkiej powierzchni, w rejonie stanowiska komputera, w miejscu, w którym osoba siedząca przed komputerem umieszcza swoje nogi,
- uszkodzenia w postaci nieznacznych szczelin o szerokości około 1 mm, na podłużnych łączeniach paneli podłogowych. Uszkodzenia te występują tylko w sypialni, przy ścianie, na lewo od okna.

Dowód: opinia biegłego E. R. k. 213-224.

Sąd zważył, co następuje:

Powództwo oparte o przepis art. 8 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego (Dz. U. nr 141, poz. 1176) okazało się w stosunku do pozwanego P. D. częściowo zasadne. Natomiast wobec pozwanej „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W. jako niezasadne uległo oddaleniu.

Zgodnie z treścią przepisu art. 8 ust. 4 wymienionej ustawy, jeżeli kupujący z przyczyn określonych w ust. 1 tego artykułu nie może żądać naprawy ani wymiany albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się znacznego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową nie jest istotna. Do zaistnienia przesłanek uzasadniających odstąpienie od umowy w myśl wskazanego powyżej ust. 1 art. 8 ustawy dochodzi wtedy, gdy naprawa albo wymiana towaru niezgodnego z umową jest niemożliwa lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia.

W niniejszej sprawie niesporne było to, iż pomiędzy R. J. a pozwanym P. D. została zawarta umowa sprzedaży konsumenckiej w rozumieniu art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Sporna okazała się natomiast kwestia, czy stroną tej umowy był również małżonek R. J. – K. J. Pozwani wskazywali bowiem, iż skoro na fakturze VAT widnieje podpis R. J. to na tej podstawie należy wnioskować, iż stroną tej umowy jest tylko R. J. i tylko jej przysługuje legitymacja do występowania z roszczeniem w przedmiotowej sprawie. W ocenie sądu wskazana przesłanka nie jest wystarczająca do uznania, iż K. J. nie jest uprawniony do wytaczania i popierania powództwa, a w niniejszej sprawie, iż Miejski Rzecznik Konsumentów nie jest upoważniony do działania także na

rzecz K. J. Podstawową zasadą, która została wyrażona w Kodeksie rodzinnym i opiekuńczym jest zasada współdziałania obojga małżonków w zarządzie majątkiem wspólnym. Zasada ta znajduje odzwierciedlenie w treści przepisu art. 36 kodeksu rodzinnego i opiekuńczego, w myśl którego oboje małżonkowie są obowiązani współdziałać w zarządzie majątkiem wspólnym, w szczególności udzielać sobie wzajemnie informacji o stanie majątku wspólnego, o wykonywaniu zarządu majątkiem wspólnym i o zobowiązaniach obciążających majątek wspólny (§ 1). Każdy z małżonków może samodzielnie zarządzać majątkiem wspólnym. Wykonywanie zarządu obejmuje czynności, które dotyczą przedmiotów majątkowych należących do majątku wspólnego, w tym czynności zmierzające do zachowania tego majątku. Skoro tak, to stwierdzić należy, iż zakupiona przez R. J. podłoga wchodzi w skład majątku wspólnego małżonków, co oznacza, iż K. J. ma pełne prawo do podejmowania czynności zmierzających do dbania o wspólne interesy małżonków związane z zawarciem umowy konsumenckiej, której przedmiotem było nabycie spornej podłogi. Za tego rodzaju twierdzeniem przemawia również fakt, iż oboje małżonkowie uczestniczyli w procesie wybierania danego modelu podłogi w sklepie pozwanego, razem dokonali również wpłaty pozostałej części ceny zakupu towaru pozwanemu. Okoliczność ta została potwierdzona przez świadka K. D., a nadto wynika z zeznań K. J. Pozwała to przyjąć, iż powód Miejski Rzecznik Konsumentów w Szczecinie ma pełne prawo do występowania z żądaniem w niniejszej sprawie na rzecz obojga małżonków J.

Kolejną kwestią wymagającą rozstrzygnięcia w niniejszej sprawie jest ustalenie, czy zakupiony przez R. J. towar konsumpcyjny jest niezgodny z zawartą umową. W świetle unormowania przyjętego w omawianej ustawie w przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego domniemywa się, że jest on zgodny z umową, jeżeli odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki albo wzoru, a także, gdy nadaje się do celu określonego przy zawarciu umowy, chyba, że sprzedawca zgłosił zastrzeżenie co do takiego przeznaczenia towaru (art 4. ust. 1). W pozostałych przypadkach domniemywa się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany, oraz gdy jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju. Takie samo domniemanie przyjmuje się, gdy towar odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela; w szczególności uwzględnia się zapewnienia wyrażone w oznakowaniu towaru lub w reklamie, odnoszące się do właściwości towaru, w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować (art. 4 ust. 3). Zgodnie z treścią art. 4 ust. 4 ustawy na równi z zapewnieniami producenta traktuje się zapewnienie osoby, która wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa oraz osoby, która podaje się za producenta przez umieszczenie na towarze swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego.

W rozpoznawanym przypadku producent „W” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W., w katalogu reklamowym oraz w katalogu parkietów zawierającym ofertę swojego asortymentu zapewniała o wysokiej wytrzymałości i odporności na uszkodzenia mechaniczne oferowanych przez siebie parkietów. Według oferty pozwanego – producenta towaru, panele drewniane z serii (...), z której to serii pochodzą wybrane przez konsumentów panele, miały posiadać specjalne zabezpieczenie utwardzonym lakierem, nakładanym pięciokrotnie na drewno, co miało w efekcie zapewniać szczególną wytrzymałość warstwy ochronnej (k. 22). O tych samych właściwościach paneli zapewniał kupujących sprzedawca. Tymczasem, po pobraniu przez powołanego w sprawie biegłego z zakresu technologii drewna, próbki z zamontowanych w domu R. J. i K. J. podłogi i przebadaniu tej próbki okazało się, że ilość położonych warstw lakieru nie przekraczała dwóch, a warstwa ochronna okazała się być mało wytrzymała, co przejawiało się łatwością powstawania zarysowań i uleganiu ścieraniu. Biegły W. K. stwierdził, iż upadek przedmiotów z wysokości 80 cm o ciężarze sztućców powoduje na panelu wgłębienie do 1,0 mm. W związku z tymi ustaleniami biegły uznał, iż towar ten nie odpowiada oczekiwaniom klienta opartym na składanych konsumentom zapewnieniach o jego właściwości, w tym także o terminie, w jakim ten towar miał je zachować. Niezgodność ta okazała się zdaniem biegłego istotna. Istotność wady przejawiała się według biegłego w powstaniu szpar na łączeniach paneli na całej powierzchni powstałych w wyniku braku właściwej wilgotności, szparach pomiędzy klepkami powstałych ze względu na wadliwe wykonanie paneli, uskoków na łączeniach powstałych z powodu niedokładnego wykonania elementów łączących, niewłaściwej warstwy lakieru, co w czasie użytkowania skutkowało uszkodzeniami paneli w postaci zarysowań, starć lakieru i wgniecień punktowych. Wady te powstały dopiero po zamontowaniu podłogi i nie były widoczne w czasie sprzedaży, w związku z czym wynikały z przyczyn tkwiących w towarze. Sąd podzielił poglądy biegłego W. K. w tej materii, za wyjątkiem tych ustaleń, które dyskwalifikują ten towar jako wadliwy z uwagi na stwierdzone przez biegłego braki w zachowaniu właściwej wilgotności paneli i uskoki na łączeniach powstałe z powodu niedokładnego ich wykonania oraz odnoszące się do łatwości powstawania w panelach wgłębień, uznając, iż brak jest podstaw do uznania tych twierdzeń opinii za zasadne, gdyż biegły nie przeprowadził szczegółowych badań paneli, a z ustaleń opinii biegłego E. P., poczynionych w oparciu o badania paneli wykonane przez pracowników Instytutu Technologii Drewna w Poznaniu na podstawie próbki paneli zakupionych przez konsumentów i dostarczonych przez producenta wynika, iż panele podłogowe (...) nie posiadają tych wad i towar ten spełnia standardy dotyczące tego rodzaju wyrobów.

Poza tą konkluzją nie można jednak przyjąć, że towar zakupiony przez R. i K. J. w sklepie pozwanego P. D. jest towarem zgodnym z umową. Towar zakupiony przez konsumentów reklamowany był przez producenta i sprzedawcę jako: „parkiet o dużej wytrzymałości, towar, który musi wiele wytrzymać, nie wymaga-

jący specjalnej pielęgnacji, wyglądający jak prawdziwe dzieło sztuki, które można wyczyścić błyskawicznie” (k. 19). Producent tego towaru reklamował sprzedany konsumentom parkiet jako wyrób najwyższej jakości i najmocniejszy parkiet firmy W. Warstwa zewnętrzna parkietu tego wyrobu według określeń z katalogu reklamowego producenta paneli wykonana została z masywnego drewna i specjalnej ochronnej warstwy wierzchniej poprzez zabezpieczenie ekologicznymi lakierami albo olejem i woskiem (k. 21). Podłoga W miała być też podłogą wyjątkowo wytrzymałą i długowieczną (k. 23). Udostępniony konsumentom katalog zawiera fotografie z kolorowymi zdjęciami przedstawiającymi ustawione na parkiecie ciężkie meble, kamienne pojemniki, krzesła, sugerujące potencjalnym nabywcom szczególne cechy oferowanego towaru odnoszące się do jego właściwości i jakości.

W rzeczywistości w towarze zakupionym przez konsumentów już po okresie 2 tygodni od jego użytkowania ujawniły się wady, które świadczą o braku wyżej wskazanych właściwości odnośnie jego jakości i wytrzymałości. A skoro tak, to za prawidłowe i zgodne z ustawą z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego uznać należy postępowanie konsumentów, które polegało na złożeniu reklamacji, a wobec odmowy jej uwzględnienia na próbie uzyskania obniżenia ceny. Dopuszczalność żądania obniżenia ceny bądź odstąpienia od umowy jest uwarunkowana wystąpieniem choćby jednej z trzech wymienionych w art. 8 ust. 4 przesłanek. Pierwszą z nich stanowi niemożność skorzystania przez kupującego z uprawnienia do żądania wymiany bądź naprawy towaru ze względu na negatywne przesłanki określone w art. 8 ust. 1, do których należą: niemożliwość naprawy bądź wymiany lub nadmierne koszty wykonania tego obowiązku. Kolejną przesłanką, od której ustawa uzależnia skuteczność obniżenia ceny na żądanie nabywcy bądź odstąpienia przez niego od umowy, są znaczne niedogodności, na które byłby narażony nabywca przez naprawę bądź wymianę. Przedmiotowa przesłanka stanowi klauzulę generalną, która przyznaje pierwszeństwo ogólnemu interesowi nabywcy związanego z zawartą umową sprzedaży konsumenckiej, którym w okolicznościach konkretnego wypadku może być modyfikacja treści umowy (poprzez obniżenie ceny towaru) bądź nawet jego unicestwienie, przed interesem sprzedawcy w utrzymaniu stanu powstałego na skutek zawarcia umowy. Ustawa o sprzedaży konsumenckiej dopuszcza dokonanie oceny skutków obowiązkowego skorzystania przez nabywcę do żądania naprawy bądź wymiany także przed wykonaniem uprawnienia i na jej podstawie ich pominięcia, co jak wyżej stwierdzono jest dopuszczalne. Rozstrzygające kryterium stanowią znaczne niedogodności dla nabywcy związane z niewykonaniem bądź obowiązkiem domagania się wykonania naprawy bądź wymiany towaru konsumpcyjnego. Ustawa nie określa, co należy rozumieć pod pojęciem niedogodności, zatem pod uwagę mogą być brane wszelkie okoliczności (inne, niż wymienione jako wyżej omówione przesłanki z art. 8 ust. 4), które powodują negatywne skutki dla nabywcy, przy czym stopień ich negatywnego oddziaływania na szeroko rozumiany interes (tj. z uwzględnieniem aspektu osobiste-

go) nabywcy powinien być uznany za znaczny, tj. przeważający nad interesem sprzedawcy.

Do zaistnienia przesłanek uzasadniających odstąpienie od umowy zgodnie z przepisem ust. 1 art. 8 ustawy dochodzi wtedy, gdy naprawa albo wymiana towaru niezgodnego z umową są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia.

Zakupiony przez konsumentów towar, w świetle unormowań ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, okazał się towarem konsumpcyjnym niezgodnym z zawartą umową. Towar ten bowiem nie odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy i producenta odnoszących się do właściwości towaru, w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować. Sprzedany towar nie jest towarem najwyższej jakości, ani tak wytrzymałym, jak ma to wynikać z reklamy zamieszczonej w katalogu firmy „W”. Po krótkim okresie jego użytkowania w panelach wystąpiły uszkodzenia i starcia podłogi, których klienci, otrzymując informację o wyjątkowej jakości i wytrzymałości zakupionego towaru, nie spodziewali się i w związku z tym niezwłocznie zareklamowali ten towar.

Ponieważ podjęte przez konsumentów wysiłki nie zakończyły się rezultatem uzyskania obniżenia ceny o 50% wartości zakupionego parkietu, a pozwani nie godzili się na jego wymianę lub naprawę, kwestionując zasadność reklamacji towaru, to uznać należy, iż konsumenci mogli złożyć oświadczenie o odstąpieniu od łączącej ich ze sprzedawcą umowy, ale tylko przy zachowaniu terminu określonego w przepisie art. 10 ust. 1 ust. 2 ustawy i tylko w sytuacji, gdy niezgodność towaru z umową jest istotna (art. 8 ust. 4 ustawy).

Konsumenci stwierdzili niezgodność towaru z umową po upływie 2 tygodni od montażu podłogi, zakończonego około 20 listopada 2003 r., a oświadczenie o odstąpieniu od umowy sprzedaży złożyli pozwanym w pozwie, którego odpis wręczono pozwanemu P. D. w dniu 19 listopada 2004 r., a pozwanej Spółce „W” po 17 listopada 2004 r., a przed dniem 2 grudnia 2004 r., a zatem przed upływem roku od stwierdzenia niezgodności towaru z umową.

Odstąpienie od umowy jest najdalej idącym uprawnieniem z tytułu niezgodności towaru z umową, bo godzącym w zawartą umowę na mocy oświadczenia woli jednej ze stron. Wykonanie tego uprawnienia przez kupującego następuje poprzez złożenie oświadczenia woli skierowanego do sprzedawcy (zgodnie z postanowieniami art. 61 k. c.), w rezultacie którego następuje upadek umowy ze skutkiem *ex tunc*. Ustawa o sprzedaży konsumenckiej nie określa szczególnie sposobu i formy złożenia oświadczenia o odstąpieniu, w tym zakresie należy zatem stosować przepisy art. 77 kodeksu cywilnego, przy czym odstąpienie od umowy na mocy art. 491 k. c. ma odmienny charakter niż odstąpienie w razie niezgodności towaru na mocy ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Pierwsze ze wskazanych uprawnień jest sankcją niewykonania zobowiązania, drugie

uprawnienie jest refleksem odpowiedzialności odszkodowawczej sprzedawcy z tytułu nienależytego wykonania zobowiązania, która powstaje z momentem wydania towaru z przeznaczeniem na wykonanie zobowiązania. Ponieważ w ustawie brak jest regulacji dotyczącej konsekwencji złożenia oświadczenia o odstąpieniu, w takim wypadku konieczne jest odesłanie do treści art. 491 k. c. albowiem zwrot świadczenia może także nastąpić na podstawie przepisów o nienależnym świadczeniu, obowiązek zaś naprawienia szkody w granicach pozytywnego interesu umownego wynika z charakteru uprawnień z tytułu niezgodności z umową i możliwość żądania naprawienia szkody wynika z zasad ogólnych, tj. z art. 471 k. c.

Konsekwentnie, z momentem złożenia oświadczenia woli przez nabywcę po stronie sprzedawcy powstaje roszczenie o zwrot rzeczy, on sam zaś jest zobowiązany do zwrotu uiszczonyj ceny.

Odstąpienie od umowy nie jest dopuszczalne, pomimo niemożliwości skorzystania z uprawnień wynikających z art. 8 ust. 1 oraz pozostałych przesłanek z art. 8 ust. 1, jeżeli niezgodność towaru z umową jest nieistotna. Istotność niezgodności winna być oceniana ze względu na rodzaj i właściwości towaru a także cel (szczególny bądź zwykły) zawartej umowy sprzedaży konsumenckiej.

Przy ocenie istotności wady, (o której też mowa w art. 560 § 1 k. c.) należy brać pod uwagę ocenę przydatności rzeczy oraz jej funkcjonalność i użyteczność ze względu na cel w umowie określony, dokonywaną z punktu widzenia subiektywnego odczucia kupującego do granic zakreślonych art. 5 k. c. (T. Kierzyk, Reklamacje wad pojazdu – wybrane zagadnienia (ochrona konsumentów), Rejent 2000/5/49).

Stwierdzone wady nie są tak liczne i dają się usunąć, nie wszystkie też wynikają z gorszej jakości towaru od wynikającej z zapewnień sprzedawcy i producenta złożonych w reklamie tego towaru. Dla oceny zasadności tych zarzutów mogą w tego typu sprawach mieć znaczenie także zasady doświadczenia życiowego. Powszechnie znane są trwałe skutki przypadkowych upadków cięższych przedmiotów nie tylko na podłogi drewniane ale znacznie od nich odporniejsze podłogi laminowane. Fakt powstania wgłębień w kwestionowanej podłodze, z uwagi na upadek szklanki i pęku kluczy, nie musi w takiej sytuacji być związany z występowaniem w nabytym produkcie słabej powierzchni wierzchniej podłogi, ale z ciężarem spadającego przedmiotu, nadto wystąpienie w podłodze uszkodzeń mechanicznych może wynikać z braku zabezpieczenia mebli w ochronne osłonki chroniące podłogę przed zardrapaniami.

Istotność niezgodności winna być oceniana ze względu na rodzaj i właściwości towaru, a także cel (szczególny bądź zwykły) zawartej umowy sprzedaży konsumenckiej. W niniejszej sprawie nie można też mówić o istotnej niezgodności zakupionego przez konsumentów towaru z umową, skoro towar ten może być nadal, w takim stanie jak się obecnie znajduje, wykorzystywany. Stwierdzone wady według biegłego W. K. obniżają właściwość zakupionego towaru i są istotne, ale istnieje też możliwość dalszego wykorzystania wadliwego towaru. W celu przywrócenia zamontowanej podłodze prawidłowych właściwości panele należa-

łoby na nowo przelozyc w miejscach występujących szpar, a następnie wycyklinować całą podłogę, zdzierając warstwę ochronną lakieru i warstwę drzewa roboczego drewna bukowego. W dalszej kolejności należałoby całość pokryć odpowiednim lakierem odpornym na ścieranie i lakierowanie. Ponadto koniecznym byłoby wyeliminowanie wadliwie wykonanych paneli powodujących uskoki na łączeniach. Wskazane uszkodzenia zdaniem tego biegłego zmniejszają wartość zamontowanej podłogi o 70-75%. Z kolei z opinii biegłego E. P. wynika, iż podłogę można naprawić przez zeszlifowanie całej powierzchni i ponowne jej polakierowanie lakierami do parkietów. W zależności od ceny użytego lakieru koszty wykonania takiego zabiegu wahają się w granicach od 34 do 38 zł/m² i koszt ten w przybliżeniu wyniesie około 3.000 zł (34-38 zł/m² x 86 m²).

Biorąc pod uwagę te wartości stwierdzić należy, iż naprawa tej podłogi jest opłacalna, gdyż wysokość tych kosztów odpowiada 1/4 części ogólnie poniesionych przez konsumentów kosztów nabycia parkietu. Wymiana zaś całego parkietu na nowy doprowadziłaby do zniszczenia części parkietu oraz naraziłaby konsumentów na znaczne niedogodności związane chociażby z samą wymianą całego parkietu, naprawiony zaś parkiet lub nie, może być nadal użytkowany zgodnie z jego przeznaczeniem. Uwzględniając przy tym, iż w sprawie występuje niezgodność towaru z umową, gdyż jak szczegółowo wykazano wyżej, towar sprzedany K. i R. J. jak wynika ze składanych publicznie zapewnień sprzedawcy i producenta, nie jest towarem najwyższej jakości, nie jest też wytrzymały i długowieczny, jak zapewniał sprzedawca i producent, ale szybko ulega ścieraniu, nie odpowiada zatem oczekiwaniom potencjalnego jego nabywcy, przyjęto, iż konsumenci mogą domagać się od sprzedawcy stosownego obniżenia ceny tego towaru, co przy uwzględnieniu wad zmniejszających wartość parkietu i wynikających z jego niższej jakości od reklamowanego konsumentom winno stanowić połowę kwoty zapłaconej za panele podłogowe (11.204 zł x 50% = 5.602 zł) i taką też kwotę zasądono od pozwanego P. D. na rzecz K. J. i R. J.

W pozostałym zakresie powództwo w stosunku do tego pozwanego jako niezasadne podlegało oddaleniu.

Dodatkowo podnieść należy, iż niezasadny i w zaistniałej sytuacji nie mający znaczenia jest zarzut pozwanych, jakoby oświadczenie woli o odstąpieniu od umowy złożone przez działającego w imieniu konsumentów Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie jest nieskuteczne.

Mając to na względzie Sąd zasądził od pozwanego P. D. na rzecz R. i K. J. wskazaną w pkt 1 wyroku kwotę 5.602 zł wraz z odsetkami ustawowymi od dnia 11 maja 2004 r., a więc po upływie terminu wyznaczonego w wezwaniu do zapłaty skierowanym do pozwanego w piśmie powoda z dnia 22 kwietnia 2004 r.

Sąd oddalił powództwo wobec producenta paneli podłogowych „W” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W. uznając, iż na gruncie ustawy o sprzedaży konsumenckiej brak jest podstaw do przyjęcia solidarnej odpowiedzialności producenta i sprzedawcy kwestionowanego towaru. Wniosek taki należy wprowadzić z treści art. 12 ustawy, który stanowi

o możliwości dochodzenia przez sprzedawcę roszczenia odszkodowawczego względem któregośkolwiek z poprzednich sprzedawców. Warunkiem koniecznym uprawnienia sprzedawcy jest zaspokojenie przez niego roszczeń wynikających z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Zatem na zasadach określonych w komentowanym artykule sprzedawca będzie mógł dochodzić odszkodowania w przypadku zadośćuczynienia roszczeniu kupującego o naprawę towaru bądź jego wymianę albo wynikającego z obniżenia ceny towaru w warunkach określonych w art. 8 ust 4. Natomiast nie jest jednoznaczna możliwość powołania się przez sprzedawcę na uprawnienie wskazane w tym przepisie w razie odstąpienia przez kupującego od umowy. Przedmiotowe odstąpienie stanowi rodzaj sankcji za nienależyte wykonanie zobowiązania przez sprzedawcę, a zatem należy do elementów jego odpowiedzialności. Wydaje się więc, że w razie zaspokojenia roszczeń powstałych z powodu obniżenia ceny towaru, sprzedawcy będzie przysługiwać uprawnienie z art. 12 ustawy. Sprzedawca jest uprawniony do dochodzenia roszczenia odszkodowawczego, zatem podstawową przesłanką jest szkoda, której istnienie oraz prawnie doniosły związek z faktem zaspokojenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową. Zakresem roszczenia odszkodowawczego jest objęta szkoda poniesiona przez sprzedawcę w pełnej wysokości, zatem w postaci strat oraz utraconych korzyści pozostających w związku i w granicach odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Istota roszczenia z art. 12 ust. 1 ustawy jest związana z podmiotem odpowiedzialnym za niezgodność towaru konsumenckiego z umową, zgodnie bowiem z powyższym sprzedawca jest uprawniony względem któregośkolwiek z poprzedników w tym samym łańcuchu umów, jeżeli to wskutek jego działania lub zaniechania towar konsumpcyjny był niezgodny z umową. Na podstawie omawianego artykułu sprzedawca może, według swojego wyboru, dochodzić naprawienia szkody od któregośkolwiek z poprzedników w obrocie towarem konsumpcyjnym, niezależnie od powiązania umownym stosunkiem prawnym. Przyznanie sprzedawcy takiego roszczenia jest związane z rozszerzeniem jego odpowiedzialności za zapewnienia o właściwościach towaru złożone przez podmioty wymienione w art. 4 ust. 3 i 4, a uzasadnia się je jako dodatkową motywację do wykonania przez sprzedawcę jego zobowiązania z tytułu niezgodności towaru z umową. Sprzedawca może dochodzić odszkodowania od każdego z poprzedników, co nie oznacza jednakże, że każdy z nich jest odpowiedzialny za przedmiotową szkodę. Pomiędzy w/w podmiotami nie zachodzi bowiem solidarność dłużników, a każdy odpowiada w granicach własnego działania bądź zaniechania. Z tej też przyczyny oddalono powództwo wytoczone przeciwko „W” Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w W. jako niezasadne.

Orzeczenie o zwolnieniu konsumentów od kosztów należnych pozwanym uzasadnia art. 102 k.p.c. Zasądzenie pozwanym zwrotu poniesionych kosztów zastępstwa procesowego i uiszczonych przez nich zaliczek na opinie biegłych sądowych z zasądzzonego na rzecz K. J. i R. J. roszczenia doprowadzi do ograniczenia zasądzzonego na rzecz konsumentów roszczenia

do nieznaczonej kwoty, a ponieważ charakter roszczenia wymagał od Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie wytoczenia sporu przed Sądem uzasadnione jest zwolnienie konsumentów od ponoszenia tych kosztów.

O nieuiszczonych kosztach sądowych przysługujących Skarbowi Państwa orzeczono na podstawie ustawy z dnia 13 czerwca 1967 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (tekst jedn. Dz. U. z 2002 r. nr 9, poz. 88 ze zm.), zasądzając od pozwanego P. D. kwotę 442,20 zł tytułem połowy wpisu od pozwu (art. 11 ust. 1), a od konsumentów drugą połowę wpisu od pozwu z zasądzonych na ich rzecz roszczenia (art. 11 ust. 2 w zw. z art. 63 (4) k. p. c.).

Wniosek pozwanych dotyczący dowodu z zeznań świadka G. L. jako niemający istotnego znaczenia dla sprawy, gdyż okoliczności na jakie miał zeznawać świadek wymagały wiedzy specjalnej i wyjaśnione zostały w opinii biegłego sądowego E. P., podlegał oddaleniu.

Sygn. akt VII Ca 402/07

Wyrok
w imieniu Rzeczypospolitej Polskiej
Dnia 29 maja 2007 r.

Sąd Okręgowy w Koszalinie VII Wydział Cywilny
Odwoławczy
Przewodniczący: (...)
Sędziowie: (...)
Protokolant: (...)

po rozpoznaniu w dniu 29 maja 2007 r.
w Koszalinie
na rozprawie sprawy z powództwa A. T.
przeciwko A. W. z udziałem Miejskiego Rzecznika
Konsumentów
o zapłatę na skutek apelacji pozwanej A. W.
od wyroku Sądu Rejonowego w Koszalinie
z dnia 10 stycznia 2007 r.,
sygn. akt VIII C 179/06
oddala apelację.

Uzasadnienie

A. T. wystąpiła do Sądu Rejonowego w Koszalinie z powództwem przeciwko A. W. domagając się zasądzenia na jej rzecz kwoty 400,00 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia wytoczenia powództwa do dnia zapłaty oraz zasądzenia kosztów procesu według norm przepisanych. Powództwo zostało oparte o treść art. 8 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego, zgodnie z którym kupujący ma prawo odstąpić od umowy, jeżeli sprzedaw-

ca nie doprowadzi towaru do stanu zgodnego z umową w odpowiednim czasie. Powódka wskazała, iż pozwana nie poinformowała powódki we właściwym czasie o sposobie rozpatrzenia reklamacji ani też wydała powódce nowego obuwia.

Dnia 20 marca 2006 r. Sąd Rejonowy w Koszalinie wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym, którym nakazał pozwanej A. W., aby zapłaciła na rzecz powódki A. T. kwotę 400,00 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 1 lutego 2006 r. do dnia zapłaty oraz zwróciła powódce koszty procesu.

Od powyższego nakazu zapłaty sprzeciw wniosła pozwana, wnosząc o oddalenie powództwa w całości jako bezzasadnego. W uzasadnieniu sprzeciwu podnosiła, iż powódka została przez nią poinformowana o sposobie rozpatrzenia reklamacji w odpowiednim terminie, a ponadto wskazała, iż zakupione przez powódkę obuwie jest zgodne z umową, a zatem nie ma przesłanek do wydania jej nowego obuwia.

Działając na zasadzie art. 63³ k.p.c. do niniejszego postępowania wstąpił Miejski Rzecznik Konsumentów w Koszalinie, który wniósł o uwzględnienie powództwa w całości.

Wyrokiem z dnia 10 stycznia 2007 r. w sprawie VIII C 179/06 z powództwa A. T. przeciwko A. W. o zapłatę Sąd Rejonowy w Koszalinie zasądził od pozwanej A. W. na rzecz powódki A. T. kwotę 400,00 zł wraz z odsetkami ustawowymi od dnia 1 lutego 2006 r. do dnia zapłaty, zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 197,00 zł tytułem zwrotu kosztów postępowania, nakazał ściągnąć od pozwanej na rzecz Skarbu Państwa kwotę 65,59 zł tytułem brakującej zaliczki na wynagrodzenie biegłego, przyznał biegłemu J. G. wynagrodzenie w kwocie 365,59 zł za sporządzoną opinię i stawiennictwo w sprawie.

Rozpoznając przedmiotową sprawę Sąd Rejonowy ustalił, iż powódka zakupiła dnia 13 grudnia 2003 r. w sklepie prowadzonym przez pozwaną obuwie (półbuty damskie typu czółenka o cholewce z naturalnej lakierowanej skóry) za kwotę 400,00 zł, natomiast w listopadzie 2005 r. w obuwiu tym ujawniła się wada polegająca na pękaniu skóry i pojawieniu się pęcherzy lakieru. W dniu 18 listopada 2005 r. powódka złożyła reklamację dotyczącą ujawnienia się niezgodności obuwia z umową, żądając wymiany butów na wolne od wad albo zwrotu pieniędzy. Reklamacja została zaopiniowana przez towaroznawcę jako bezpodstawna. Pismem z dnia 1 grudnia 2005r. awizowanym dnia 2 grudnia 2005r., pozwana poinformowała powódkę, iż reklamacja została rozpatrzona.

Sąd Okręgowy zważył, co następuje:

Sąd Okręgowy rozstrzygając zgłoszoną apelację dokonał następujących istotnych dla rozstrzygnięcia sporu ustaleń faktycznych (art. 382 k.p.c.):

W dniu 13 grudnia 2003r. powódka kupiła w sklepie apelującej, parę obuwia – czółenka damskie o cholewce wykonanej z naturalnej, lakierowanej skóry, za cenę 400,00 zł (niesporne). W dniu 18 listopada 2005 r. powódka złożyła u apelującej reklamację twierdząc, że zakupiony towar jest niezgodny z umową, bowiem posiada wady jakościowe w postaci pęka-

nia skóry i pojawiania się, w miejscach pękania, pęcherzyków lakieru. Składając reklamację domagała się kupująca wymiany obuwia na wolne od wad albo zwrotu ceny (niesporne). Pismem z dnia 1 grudnia 2005 r. doręczonym powódce w dniu 2 grudnia 2005 r. apelująca poinformowała, że reklamacja obuwia została rozpatrzona, w związku z czym może zgłosić się po odbiór obuwia (k. 5, k. 6 akt proc.).

W odpowiedzi powódka wystąpiła do apelującej z pismem z dnia 6 grudnia 2005 r., w treści którego twierdziła, że odpowiedź na reklamację nie stanowi odpowiedzi na zgłoszone żądanie wymiany obuwia na nowe lub zwrotu gotówki, w związku z czym zgłoszona przez nią reklamacja jest zasadna z mocy prawa i na tej podstawie zażądała ponownie wymiany obuwia na nowe lub zwrotu ceny (k. 5 akt proc.). Apelująca nie wykazała, aby informowała powódkę o sposobie rozpatrzenia zgłoszonego przez nią w treści reklamacji żądania wymiany obuwia na nowe lub zwrotu ceny (brak dowodu). Powódka nie wykazała, że jakość reklamowanego obuwia była sprzeczna z umową (brak dowodu). Zaistniały między stronami spór podlegał rozpoznaniu w oparciu o przepisy ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z dnia 5 września 2002 r.). Sąd rejonowy dokonał właściwej subsumcji prawnej wskazując na art. 4.1 cytowanej ustawy, w myśl którego sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową oraz na art. 8 ust. 3 cytowanej ustawy, w myśl którego jeśli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1 (doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy), nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.

Sąd rozstrzygający, w oparciu o pismo powódki, skierowane do apelującej w dniu 6 grudnia 2005 r. uznał, że powódka „otrzymała informację o rozpatrzeniu reklamacji, a więc miała możliwość uzyskania szczegółowej wiedzy o sposobie jej rozpatrzenia (...) tym bardziej, że w piśmie tym pozwana zaprasza powódkę po odbiór butów”. Otóż wskazać należy, że kupująca w toku sporu nie kwestionowała faktu, iż w terminie 14-dniowym od złożenia reklamacji otrzymała od apelującej odpowiedź na nią. Kwestią sporną między stronami było natomiast to, czy doręczona powódce w terminie ustawowym odpowiedź na reklamację spełnia kryteria wymienione w art. 8 pkt 3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Sąd rejonowy uznał w przytoczonych okolicznościach, że skoro apelująca „zaprosiła” powódkę do odbioru obuwia, a ta z zaproszenia nie skorzystała, to ten brak działania ze strony kupującej nie może obarczać apelującej.

Zaprezentowana przez sąd pierwszej instancji prawna ocena działania stron stosunku zobowiązaniowego (bądź braku działania) jest skutkiem niewłaściwej interpretacji art. 8 pkt 3 cytowanej ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Cytowany przepis obarcza sprzedającego ryzykiem braku jego ustosunkowania się do żądań kupującego wyarty-

kułowanych w treści złożonej reklamacji – „jeśli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, a więc żądanie doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową przez jego naprawę lub wymianę na nowy, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione”. W realiach sprawy nie może być wątpliwości, co do tego, że doręczona kupującej odpowiedź na reklamację nie zawierała ustosunkowania się do zgłoszonego w jej treści żądania wymiany obuwia na nowe bądź zwrotu uiszczonych ceny. Złożone przez apelującą w treści odpowiedzi na reklamację oświadczenie o zaproszeniu powódki do odbioru obuwia nie dawało odpowiedzi na pytanie czy reklamacja została uznana, czy też nie. Ustawa wymaga natomiast, aby sprzedający wypowiedział się w odpowiedzi na reklamację w sposób definitywny tzn. oświadczył czy zgłoszone żądanie uznaje za uzasadnione, czy też nie. W rezultacie należało przyjąć na podstawie cytowanego uregulowania ustawowego, że apelująca uznała zgłoszoną reklamację za uzasadnioną, a to z kolei powinno skutkować podjęciem przez nią działań, o jakich mowa w treści art. 8 pkt 1 cytowanej ustawy.

Opisany casus powodował ten skutek, że prowadzenie przez sąd *a quo*, postępowania dowodowego w kierunku ustalenia czy sprzedany towar był niezgodny z umową było zbędne. Na marginesie jedynie, oceniając rozważania zawarte w uzasadnieniu wyroku sądu pierwszej instancji należy wskazać, że zgodnie z treścią art. 4 pkt 1 cytowanej ustawy o sprzedaży konsumenckiej – w przypadku stwierdzenia niezgodności towaru z umową przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania towaru. Przepis powyższy ma o tyle istotne znaczenie procesowe, że wskazuje na rozkład ciężaru dowodu na fakt niezgodności towaru z umową, w procesie cywilnym. W realiach rozpatrywanej sprawy, zważywszy na fakt, że powódka reklamowała obuwie, co niesporne, po upływie 23 miesięcy od daty jego zakupu, ciężar dowodu na fakt, że było ono niezgodne z umową, ją właśnie obciążał. Powódka, podczas rozprawy przed sądem 28 czerwca 2006 r. twierdziła jedynie, że wada obuwia polegająca na powstaniu pęknięć i pęcherzyków, ujawniła się w listopadzie 2005 r., przy czym zgłosiła na okoliczność istnienia niezgodności towaru z umową dowód w postaci spornego obuwia. W tej sytuacji, skoro sąd rozstrzygający uznał, iż dowód w postaci oględzin dowodu w postaci obuwia jest niewystarczający, a miał zamiar prowadzić postępowanie dowodowe w kierunku ustalenia ewentualnej niezgodności towaru z umową, był uprawniony, z urzędu, aby skorzystać z opinii biegłego sądowego (art. 278 §1). Sąd tymczasem dopuścił dowód z opinii biegłego na wniosek apelującej, zgłoszony podczas rozprawy w dniu 28 czerwca 2006 r., mimo, iż jak wskazano, ciężar dowodu, w zakresie zleconym biegłemu, obciążał kupującą. To uchybienie sądu nie miało jednakże wpływu na treść wyroku.

Zgodzić należy się z apelującą, że dokonana przez sąd pierwszej instancji ocena opinii biegłego sądowego, która stanowiła podstawę rozstrzygnięcia zawartego w wyroku, jest dowolna, wskutek czego narusza art. 233 par. 1 k.p.c. W treści uzasadnienia wyroku sąd

rozstrzygający stwierdził za biegłym sądowym, że pęcherzyki na załamaniach obuwia nie powstały z przyczyn leżących po stronie powódki, a ich powstanie wiązać należy z wadą materiału. Ta konstatacja sądu zawarta w treści uzasadnienia, wraz z oceną, iż sporządzona opinia jest „szczegółowa, dokładna, oparta na wiedzy technicznej i wieloletnim doświadczeniu zawodowym” jest całkowicie dowolna. Otóż biegły sądowy J. G. w opracowanej opinii pisemnej z dnia 23 września 2006 r. (k. 39-40 akt proc.) stwierdza, że dokonał oględzin i badania organoleptycznego obuwia i ustalił, iż w prawej półparze, w miejscu naturalnego zginania się obuwia, w przedstapiu, występują trwałe załamania lakieru. Na przyszwie, od strony zewnętrznej oraz w części środkowej, stwierdził istnienie miejscowych drobnych pęcherzyków lakieru. W lewej półparze dokonał biegły ustaleń analogicznych. W konkluzji opinii, biegły oświadczył, że nie może jednoznacznie ustalić przyczyny powstawania pęcherzyków lakieru oraz, że ustalenia tej przyczyny można dokonać za pomocą badań laboratoryjnych.

Podczas rozprawy przed sądem dnia 10 stycznia 2007 r. biegły słuchany przez sąd oświadczył, że w trakcie sporządzania opinii pisemnej posiadał pewne wątpliwości, lecz po konsultacjach telefonicznych z Centralnym Laboratorium Przemysłu Obuwniczego w Krakowie oraz z Laboratorium w Łodzi doszedł do przekonania, że powstawanie w obuwiu pęcherzyków nie jest skutkiem wadliwego użytkowania, a może to być wada materiału (k. 60 akt proc.). Oceniając złożoną przez biegłego opinię oraz jego wyjaśnienia przed sądem, nie mogło ująć uwadze sadu pierwszej instancji, że nie zawierają one stanowczych ocen. Biegły jedynie wskazuje, że powstawanie pęcherzyków lakieru mogło być skutkiem wady materiału, powołując się przy tym na prowadzone konsultacje telefoniczne ze wskazanymi Laboratoriami, nie zaś na własne, przeprowadzone badania, wiedzę bądź doświadczenie zawodowe, które przypisuje mu sąd pierwszej instancji. Brak było zatem w ocenie sądu odwoławczego podstaw do uznania, jak to uczynił sąd pierwszej instancji, że sporządzona przez biegłego opinia stanowi dowód przesadzający na okoliczność, że sporne obuwie było niezgodne z umową oraz, że niezgodność ta istniała w chwili wydania obuwia kupującej. Oznacza to w konsekwencji, że de facto powódka nie przeprowadziła przed sądem pierwszej instancji ciężącego na niej dowodu na fakt niezgodności obuwia z umową.

Ostatecznie wydany przez sąd rejonowy wyrok odpowiada jednakże prawu. Jak wskazano w pierwszej części uzasadnienia, skoro apelująca nie dopełniła aktu staranności wymaganego przez ustawodawcę, zawartego w treści art. 8 pkt 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, polegającego na obowiązku ustosunkowania się w odpowiedzi na reklamację, do zgłoszonego żądania wymiany obuwia albo zapłaty ceny, to ustawowym skutkiem tego zaniedbania jest uznanie, że uznała reklamację za uzasadnioną. W konsekwencji jest zobowiązana ustawowo do zaspokojenia żądania zawartego w treści reklamacji powódki. W rezultacie, skoro wydany przez sąd pierwszej instancji wyrok odpowiada prawu, apelacja jako bezzasadna podlegała oddaleniu – art. 385 k.p.c. ■

ORZECZENIE ARBITRA BANKOWEGO

Dnia 27 czerwca 2007 roku

Arbiter Bankowy przy Związku Banków Polskich
po rozpoznaniu w dniu 27 czerwca 2007 roku
w Warszawie
na posiedzeniu niejawnym
sprawy z wniosku B. K.
przeciwko Bankowi
o zapłatę 550 zł

1. uwzględnia roszczenie B. K. w części dotyczącej pobierania przez Bank oprocentowania z tytułu kredytu odnawialnego w karcie *** w wysokości 7.000 zł, przekraczającego w okresie od czerwca 2006 roku do marca 2007 roku maksymalny dopuszczalny limit i zobowiązuje Bank do zwrotu na rzecz Wnioskodawczyni nadwyżki pobranych odsetek stosownie do przepisu art. 359 § 2² kc;
2. oddala wniosek w pozostałym zakresie;
3. zasądza od Banku na rzecz B. K. kwotę 50 (pięćdziesiąt) zł z tytułu zwrotu opłaty arbitrażowej;
4. zasądza od na rzecz Biura Arbitra Bankowego kwotę 30 (trzydzieści) zł z tytułu zwrotu kosztów postępowania.

Uzasadnienie:

Wnioskodawczyni B. K. wniosła o ustalenie, że nie jest zobowiązana do zapłaty na rzecz Banku kwoty 550 zł z tytułu oprocentowania przekraczającego odsetki maksymalnego oraz z tytułu składek na ubezpieczenie związane z kredytem, na które Wnioskodawczyni nie wyraziła zgody (ubezpieczenie było dobrowolne).

Bank wniósł o oddalenie wniosku i podniósł, że umowa o kredyt konsumpcyjny oraz kredyt odnawialny i kartę płatniczą *** zawarta została przed dniem wejścia w życie ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz o zmianie niektórych innych ustaw. W odniesieniu do zarzutu dotyczącego ubezpieczenia Bank podniósł, że Deklaracja Ubezpieczeniowa zawarta w umowie zawierała prawo wyboru opcji skorzystania z ubezpieczenia albo też rezygnacji z niego, a Wnioskodawczyni nie zaznaczyła opcji rezygnacji.

Arbiter ustalił i zważył, co następuje:

Zgłoszone roszczenie jest uzasadnione w części dotyczącej oprocentowania.

Na wstępie rozważań przywołać należy przepis art. 353 kc, który statuuje zasadę swobody kontraktowania, według której strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego. Jeśli więc strony umowy określą swoje wzajemne prawa i obowiązki, zobowiązane są do ich wykonania z należytą starannością. Z kolei przesłankami odpowiedzialności kontraktowej (umownej) za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy (art. 471 kc), które muszą wystąpić łącznie są następujące okoliczności:



1. istnienie ważnego zobowiązania;
2. niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania;
3. wina;
4. powstanie szkody;
5. związek przyczynowy między zawinionym zachowaniem sprawcy szkody, a powstałą szkodą.

Bezspornym jest fakt, że w dniu 19 listopada 2005 r. Wnioskodawczyni zawarła z Bankiem umowę o kredyt konsumpcyjny nr 111 oraz kredyt odnawialny i kartę płatniczą ***. Na mocy tej umowy Bank udzielił konsumentce kredytu w wysokości 1.597,50 zł i zobowiązał się udzielić kredytu odnawialnego w wysokości 7.000 zł na cele konsumpcyjne oraz wydać kartę kredytową ***, z zastrzeżeniem wypełniania przez Wnioskodawczynię warunków określonych w umowie i „Regulaminie udzielania przez Bank kredytów konsumpcyjnych i kredytu w ramach odnawialnej linii kredytowej oraz wydawania i korzystania z kart kredytowych ****”. Poza sporem pozostaje fakt, że w czerwcu 2006 roku przyznana została Wnioskodawczyni karta *** z kredytem odnawialnym w wysokości 7.000 zł. Oprocentowanie karty zostało ustalone na poziomie 2,85 % w skali miesiąca. W związku z reklamacją Wnioskodawczyni z dnia 7 stycznia br. Bank zmniejszył od marca 2007 roku oprocentowanie przyznanego limitu kredytowego z 2,85 % na 1,83%. Wnioskodawczyni zarzuciła Bankowi, że oprocentowanie od początku było zawyżone i niezgodne z przepisami kodeksu cywilnego o maksymalnym limicie oprocentowania. Jednocześnie konsumentka podniosła drugi zarzut dotyczący bezprawnego jej zdaniem naliczania przez Bank miesięcznej składki z tytułu ochrony ubezpieczeniowej, ponieważ ubezpieczenie jest dobrowolne, a jak podnosi Wnioskodawczyni – nie składała ona żadnego wniosku o objęcie jej ochroną ubezpieczeniową.

Istota sporu sprowadza się po pierwsze: do ustalenia prawidłowości postępowania Banku przy pobieraniu oprocentowania, a po wtóre: przy określaniu zasad ubezpieczenia.

W odniesieniu do zarzutu naliczania przez Bank odsetek przekraczających maksymalny limit, odnieść się należy na wstępie do postanowień umowy. Zgodnie z § 3 umowy „Bank udzieli kredytobiorcy kredytu odnawialnego” oraz wyda kredytobiorcy kartę w okresie od dnia całkowitej spłaty kredytu, jeżeli na podstawie oceny zdolności kredytowej kredytobiorcy oraz wykonywania przez niego zobowiązań z tytułu kredytu uzna, że kredytobiorca może wywiązać się z ze zobowiązań z tytułu kredytu odnawialnego w sposób określony umową. „O udzieleniu kredytu odnawialnego Bank poinformuje kredytobiorcę na piśmie”, podając wysokość przyznanego maksymalnego limitu, numer umowy odnoszący się do kredytu odnawialnego, numer rachunku, na który należy dokonywać spłat należności z tytułu kredytu odnawialnego, powiadamiając jednocześnie czy kredytobiorca ma prawo pełnej spłaty kapitału. Konsekwentnie więc, w umowie zawartej istotnie przed dniem wejścia w życie ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. nr 157, poz. 1316), stanowi się jedynie o promesie udzielenia kredytu odnawialnego (zobowiązaniu się przez bank do udzielenia kredytu). Czynność bankowa udzielania kredytu, potwierdzona jak stanowi wyraźnie § 3 umowy nadaniem „numeru odnoszącego się do umowy kredytu odnawialnego” i poinformowaniem na piśmie „o udzieleniu kredytu odnawialnego”, dokonana została w czerwcu 2006 roku, a więc już po wejściu w życie przepisów kodeksu cywilnego wprowadzających w życie maksymalny limit oprocentowania. Zgodnie z art. 359 § 2¹ kc maksymalna wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej (a więc w tym przypadku czynności bankowej udzielenia kredytu odnawialnego) nie może w stosunku rocznym przekraczać czterokrotności wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego (odsetki maksymalne). Jeżeli wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej przekracza wysokość odsetek maksymalnych, należą się odsetki maksymalne (art. 359 § 2² kc). Mając na uwadze powyższe, uznać należy, że pobieranie przez Bank do marca 2007 roku oprocentowania przyznanego limitu kredytowego w wysokości 2,85% w stosunku miesięcznym, przekraczało w stosunku rocznym czterokrotność wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego, zatem Bank zobowiązany jest do zwrotu pobranej nadwyżki (p. 1).

Odnośząc się do zarzutu bezprawnego naliczania przez Bank miesięcznej składki z tytułu ochrony ubezpieczeniowej zauważyć należy – jak słusznie podnosi Bank, że Deklaracja Ubezpieczeniowa stanowi integralną część umowy kredytowej. Formularz umowy kredytowej zawiera w końcowej części Deklarację Ubezpieczeniową z jednoczesnym prawem wyboru opcji skorzystania z ubezpieczenia, albo też rezygnacji z niego (wówczas należy zaznaczyć pole „rezygnuję” z ubezpieczenia w odpowiedniej opcji np. rezygnacji w całości lub jedynie na wypadek czasowej niezdolności do pracy i utraty pracy). Ponieważ Wnioskodawczyni nie zaznaczyła żadnej z opcji rezygnacji, objęta została tym samym ochroną ubezpieczeniową na wypadek śmierci, trwałej i całkowitej niezdolności do pracy, czasowej niezdolności do pracy, utraty pracy i utraty karty. Jednocześnie zauważyć należy, że – wbrew zarzutom Wnioskodawczyni, ubezpieczenie ma charakter dobrowolny, co wiąże się również z możliwością odstąpienia od niego w każdym czasie. W konsekwencji więc, Bank zaproponował polubowne załatwienie sprawy przez potraktowanie treści reklamacji z dnia 7 stycznia 2007 roku jako rezygnacji z przyznanej ochrony ubezpieczenia, a wpłacone przez Wnioskodawczynię kwoty z tytułu ochrony ubezpieczeniowej jako zaliczone na poczet spłaty zaciągniętego kredytu. Powyższa propozycja Banku zasługuje na uwzględnienie.

Oceniając prawidłowość działania Banku wobec B. K. i zakładając, że staranność jego działania z uwagi na prowadzenie przezeń profesjonalnej działalności gospodarczej, przyjmuje postać szczególnej staranności (art. 355 § 2 kc) stwierdzić należy, że Bank nie dołożył należytej staranności w związku z koniecznością dostosowania stosowanego oprocentowania do obowiązującego maksymalnego limitu oprocentowania. W odniesieniu do kwestii ubezpieczenia Bank nie naruszył przepisów prawa i umowy kredytowej.

Wobec powyższego, uznając zgłoszone roszczenie za uzasadnione w części, Arbiter Bankowy orzekł jak w p. 1 i 2.

Na podstawie § 20 ust. 4 Regulaminu Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego Arbiter obciążył kosztami postępowania w sprawie stronę przegrywającą spór. ■

Na podstawie § 20 ust. 4 Regulaminu Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego Arbiter obciążył kosztami postępowania w sprawie stronę przegrywającą spór. ■

Nadchodzi w Polsce Era Dobrych Praktyk



Pojawiły się w Polsce znakomite inicjatywy, których celem jest wzmocnienie zaufania pomiędzy uczestnikami rynku, a czego bardzo ważnym, choć pośrednim efektem może być osiągnięcie silniejszej jeszcze dynamiki wzrostu naszej gospodarki, ale także wzrostu społecznego. Do takich sformalizowanych a jednocześnie bardzo kreatywnych i wpływowych inicjatyw można zaliczyć powstanie Centrum Etyki Biznesu, kierowanego przez Profesora Wojciecha Gasparskiego, bardzo prężnego i twórczego Forum Odpowiedzialnego Biznesu kierowanego przez Mirellę Panek – Owsiańską. Godną odnotowania inicjatywą jest w ostatnim czasie powołanie Międzyresortowej Grupy Roboczej ds. CSR przez Departament Dialogu i Partnerstwa Społecznego w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej.

Z drugiej strony zaś, zapewne w niedługim czasie zakończą się głosowaniem w polskim Parlamencie, prace Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, przygotowującego bardzo ważny projekt ustawy implementującej dyrektywę europejską odnoszącą się do problematyki zwalczania nieuczciwych praktyk handlowych. Ustawa wprost wprowadzi do polskiego porządku prawnego kwestię stosowania Zasad Dobrych Praktyk, nadając im nowy i bardzo praktyczny wymiar.

Czas na inicjatywy samorządowe.

Te znakomite inicjatywy mają dobrą bazę – środowiska przedsiębiorców, zdecydowana większość organizacji samorządowych z rynku finansowego posiada własne dokumenty o charakterze kodeksów czy dobrych praktyk. Aktualnie na stronie internetowej KNF zarejestrowano kilkadziesiąt takich dokumentów. Samorządowe etyczne inicjatywy przedsiębiorców obejmują już dziś miliony konsumentów w Polsce.

Przedsiębiorcy z rynku finansowego, z inicjatywy Komisji Nadzoru Finansowego pracują nad stworzeniem zbioru jednolitych zasad dla wszystkich, którzy prowadzą lub zamierzają prowadzić biznes na rynku finansowym. W przypadku wejścia w życie Dobrych Praktyk Rynku Finansowego, nad którymi pracują przedsiębiorcy wraz z Komisją Nadzoru Finansowego, zasięg oddziaływania tej nowej formy umowy społecznej będzie wprost ogromny, angażując setki firm, dziesiątki tysięcy ich pracowników. Warto zauważyć bardzo konsekwentną pracę nad tym dokumentem, co może zaowocować zakończeniem tego procesu w okresie nawet kilku najbliższych tygodni.

Jeden z przykładów.

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, skupiająca podmioty o różnej charakterystyce biznesowej, w tym banki, pośredników kredytowych i finansowych, przedsiębiorstwa pożyczkowe, firmy zarządzające wierzytelnościami, informacją gospodarczą i ubezpieczeniowe, podejmowała w ostatnich trzech latach wiele działań i realizowała wiele projektów w obszarze etyki biznesu. Do najważniejszych zaliczyć trzeba stworzenie i uchwalenie Zasad Dobrych Praktyk (ZDP).

Dzięki profesjonalnemu zaangażowaniu uznanego autorytetu z dziedziny etyki biznesu, Pana Profesora Wojciecha Gasparskiego, powstał nie tylko może najbardziej nowoczesny dokument tego typu na rynku consumer finance, ale cały program pozwalający w możliwie najbardziej efektywny sposób wypełniać i stosować zawarte tam zasady. Organizowane na temat programu etycznego w KPF i Zasad Dobrych Praktyk warsztaty, udział w seminariach, konferencjach, wydanie Zasad Dobrych Praktyk w cyklu wydawniczym Biblioteka Kongresu Consumer Finance już w kilku tysiącach egzemplarzy, inicjowanie artykułów prasowych, dystrybucja ZDP w formie elektronicznej do kilkuset odbiorców instytucjonalnych, którzy statutowo realizują ochronę prawną konsumenta oraz wiele innych inicjatyw, zaowocowało ugruntowaniem się w znacznym stopniu tego dokumentu na rynku konsumenckim.

Może jeszcze ważniejszym jest fakt zbudowania formuły monitorowania stosowania ZDP w praktyce. Na tę formułę składa się między innymi współpraca z najważniejszymi instytucjami tego rynku, w tym z UOKiK, Rzecznikami Praw Konsumentów, Federacją Konsumentów, Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich, bowiem współpraca ta pozwala na upowszechnienie przez konsumentów takiego narzędzia etycznego, jakim jest Komisja Etyki przy KPF.

Niezwykle istotnym elementem programu etycznego w KPF jest także kwestia etycznych audytów wewnętrznych. Według formuły przyjętej przez Komisję Etyki, każdy przedsiębiorca zrzeszony w KPF jest zobowiązany, a jest to od niedawna ranga zobowiązania statutowego, przeprowadzić raz w roku etyczny audyt wewnętrzny. Pozwala to zweryfikować – głównie samemu przedsiębiorcy, czy praktyki stosowane w codziennym życiu gospodarczym tego przedsiębiorstwa, są zgodne z przyjętymi przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce Zasadami Dobrych Prak-

Przykłady spraw, które były przedmiotem postępowania przed Komisją Etyki przy KPF.

Przykład nr 1

W dniu 9 marca 2007 roku, do Biura Konferencji wpłynęła skarga konsumentki, która w skierowanym do Biura Konferencji piśmie podniosła zarzut naruszenia przez jedną z instytucji członkowskich KPF § 45, § 49 oraz § 50 Zasad Dobrych Praktyk sprzedaży produktów kredytowych.

Biuro Konferencji zgodnie z procedurą przesłało wniosek do wiadomości Komisji Etyki oraz zwróciło się do przedsiębiorstwa, przeciwko któremu kierowane były zarzuty z prośbą o ustosunkowanie się do nich w terminie do 14 dni od dnia otrzymania zawiadomienia. Niezwłocznie po otrzymaniu stanowiska Biuro Konferencji przesłało stanowisko Członka KPF do wiadomości Komisji Etyki przy KPF.

Komisja Etyki, po otrzymaniu dokumentów sprawy (pisma konsumentki, pisma od Rzecznika Praw Obywatelskich, do którego wcześniej, z prośbą o interwencję zwróciła się konsumentka oraz stanowiska Członka KPF) podjęła działania zmierzające do wydania rzetelnej oceny w sprawie skierowanego do Komisji Etyki wniosku.

Komisja Etyki po zapoznaniu się z dokumentami sprawy oraz bardzo dokładnym przeanalizowaniu zapisów w umowie, która została zawarta pomiędzy skarżącą konsumentką a Członkiem KPF, w dniu 10 kwietnia 2007 roku wydała na piśmie ocenę w sprawie stawianych zarzutów. Komisja Etyki nie dopatrywała się naruszenia postanowień Zasad Dobrych Praktyk sprzedaży produktów kredytowych oraz wyraziła stanowisko, iż prowadzone przez Członka KPF działania są zgodne z § 6 podpisanej przez konsumentkę umowy oraz działem trzecim Kodeksu Postępowania Cywilnego.

Konsumentka o zakończeniu procedury rozpatrywania wniosku w sprawie złożonej skargi oraz jej wyniku została poinformowana za pośrednictwem listu poleconego.

Przykład nr 2

W dniu 28 maja 2007 roku do Biura Konferencji wpłynęła skarga złożona za pośrednictwem Miejskiego Rzecznika Konsumentów m. st. Warszawy dotycząca nieprawidłowości w czynnościach podejmowanych przez jedną z instytucji członkowskich KPF wobec skarżącej konsumentki. Konsumentka podniosła zarzut naruszenia § 92 Zasad Dobrych Praktyk.

W dniu wpłynięcia wniosku Biuro Konferencji przesłało wniosek do Komisji Etyki oraz do Członka KPF, którego wniosek dotyczył z prośbą o ustosunkowanie się do stawianych we wniosku zarzutów.

Członek KPF ustosunkował się do stawianych zarzutów w terminie 10 dni roboczych. W piśmie wyjaśniającym z przykrością stwierdził, iż zarzut podniesiony przez konsumentkę jest zasadny. Przyznał, iż niewątpliwie został popełniony błąd spowodowany nabywaniem wadliwej wierzytelności, który nie powinien mieć miejsca. Niezwłocznie podjął działania, które zapobiegą powstaniu podobnych sytuacji w przyszłości oraz, mając na uwadze odczucia konsumentki, skierował na jej adres pismo z przeprosinami.

Komisja Etyki po zapoznaniu się i szczegółowej analizie dokumentów wydała w trybie obiegowym w dniu 18 czerwca 2007 roku pisemną ocenę, w której uznała przedstawione przez instytucję członkowską stanowisko za wystarczające i nie wniosła o dodatkowe wyjaśnienia w tej sprawie.

tyk. Po zweryfikowaniu raportu z audytu, Komisja Etyki przyznaje każdemu przedsiębiorstwu, które spełniło w pełni to zobowiązanie, Certyfikat zgodności praktyk biznesowych z ZDP. Certyfikat ten zachowuje ważność przez okres jednego roku. Zatem również w ten sposób aktywni uczestnicy rynku mogą weryfikować w pewnym sensie nawet klimat etyczny w przedsiębiorstwie.

Jak zgłosić wniosek do Komisji Etyki?

Zgłoszenie wniosku powinno nastąpić w formie pisemnej na adres Biura KPF za pośrednictwem poczty tradycyjnej, poczty elektronicznej (etyka@kpf.pl) lub za pośrednictwem faksu (058 – 302 92 64).

Wniosek powinien zawierać:

- określenie wnioskodawcy,
- zwięzły i precyzyjny opis naruszenia, którego dopuściło się przedsiębiorstwo (do pisma powinny zostać załączone kserokopie wszystkich dokumentów w sprawie, którymi dysponuje wnioskodawca),

- zgodę podmiotu składającego skargę na przetwarzanie jego danych osobowych zgodnie z ustawą z dnia 29.08.97 r o Ochronie Danych Osobowych (Dz. U. nr 133 poz. 883) oraz zgodnie z art. 104 pkt 6 ust. 3 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. U. 97 nr 140 poz. 939) prawo bankowe dla celów postępowania prowadzonego przed Komisją Etyki przy KPF.

Jak przebiega procedura rozpatrywania wniosku?

Biuro KPF o wpłynięciu wniosku informuje Komisję Etyki oraz przedsiębiorstwo finansowe, którego zgłoszenie dotyczy.

Przedsiębiorstwo zobowiązane jest ustosunkować się do zgłoszonych przeciwko niemu zarzutów w terminie dwóch tygodni od dnia otrzymania zawiadomienia.

Komisja Etyki po stwierdzeniu swojej właściwości podejmuje działania zmierzające do wydania rzetelnej oceny stawianych zarzutów. Po zapoznaniu się z dokumentami sprawy Komisja Etyki przedstawia swoje stanowisko na piśmie, które zostanie przesłane do stron zainteresowanych.

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych i przedsiębiorstwa w niej zrzeszone wspólnie zrobili już wiele dla spełnienia się przewidywań zawartych w tytule tego tekstu, ale nadal intensywnie pracują, by być dobrze przygotowanym na otwarcie nowej ery w Polsce – Ery Zasad Dobrych Praktyk.

Andrzej Roter
Dyrektor Generalny
Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych
w Polsce

Członkowie KPF:

AVS Polska Sp. z o.o.
AWG Polska Sp. z o.o.
BEST S.A.
Centrum Obsługi Wierzytelności Cross Spółka z o.o.
Centrum Obsługi Wierzytelności Trudnych CENT Sp. z o.o.
Cetelem Bank S.A.
Dom Finansowy QS Sp. z o.o.
Dom Kredytowy NOTUS Sp. z o.o.
Dominet Bank S.A.
EGB Investments S.A.
Electus S.A.
EURO BANK S.A.
GE Money Bank S.A.
InFoScore Biuro Informacji Gospodarczej S.A.
Intrum Justitia Sp. z o.o.
Krajowe Centrum Wierzytelności Ultimo Sp. z o.o.
KRUK Sp. z o.o.

KSV Biuro Informacji Gospodarczej SA
Lukas Bank S.A.
P.R.E.S.C.O. Sp. z o.o.
Powszechny Dom Kredytowy S.A.
Profireal Polska Sp. z o.o.
Provident Polska S.A.
Raiffeisen Bank Polska S.A.
Raport Sp. z o.o.
RCI Bank Polska S.A.
ROYAL Polska Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.
Santander Consumer Bank S.A.
Sygma Banque S.A.
Towarzystwo Promocji i Doradztwa A'Conto Spółka
Jawna
Tricity Spółka Jawna
Unilink Warszawa Sp. z o.o.
Żagiel S.A.

Wybrane Zasady Dobrych Praktyk przedsiębiorstw zrzeszonych w Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce:

§ 45

Przedsiębiorstwo finansowe powinno zapoznać klienta z najistotniejszymi warunkami oferowanego produktu kredytowego przed zawarciem umowy na jego sprzedaż.

§ 46

Przed zawarciem umowy przedsiębiorstwo finansowe informuje klienta o konieczności zapoznania się z treścią umowy i na prośbę klienta, dla wyjaśnienia jego wątpliwości, udziela wszelkich stosownych informacji.

§ 47

Umowa będzie zawierana nie wcześniej niż po upływie okresu koniecznego do zapoznania się przez klienta w normalnym toku czynności z jej treścią.

§ 48

Przedsiębiorstwo finansowe nie sprzedaje produktu kredytowego, jeśli ustali, że klient nie będzie w stanie wywiązać się ze swoich zobowiązań, wynikających z zawieranej umowy.

§ 49

Przedsiębiorstwo finansowe przedstawia w sposób jasny i przejrzysty wszystkie warunki i postanowienia umowy, w szczególności dotyczy to groźących klientowi konsekwencji, w razie niewykonania lub nienależytego wykonania przez niego zobowiązań wynikających z umowy, w tym w razie opóźnienia w spłacie należności.

§ 50

Klauzule, dotyczące kosztów ponoszonych przez klienta w przypadku zakupu określonego produktu kredytowego, w tym również kosztów powstałych na skutek nieterminowej spłaty należności, nie będą we wzorcach umów stosowanych przez przedsiębiorstwo finansowe przedstawiane mniejszą czcionką niż pozostałe elementy treści danego wzorca umownego.

§ 89

Przedsiębiorstwo windykacyjne zobowiązuje się do szybkiego rozpatrywania reklamacji wniesionych przez dłużnika, nie później, niż w terminie 21 dni od dnia ich otrzymania.

§ 90

W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 21 dni, przedsiębiorstwo windykacyjne zawiadamia dłużnika w formie pisemnej o nowym terminie rozpatrzenia reklamacji, który jednak nie powinien przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania reklamacji, a w przypadku braku możliwości zachowania powyższego terminu, o najkrótszym możliwym terminie, z podaniem przyczyny opóźnienia wraz ze wskazaniem przewidywanego terminu realizacji.

§ 91

W przypadku odmowy uznania przez przedsiębiorstwo windykacyjne zarzutów lub reklamacji, jest ono zobowiązane do udzielenia dłużnikowi odpowiedzi zawierającej wyjaśnienie przyczyn odmowy ich uznania ze wskazaniem dalszych możliwości działania.

§ 92

W razie jednoznacznego stwierdzenia oczywistej zasadności podniesionych przez dłużnika zarzutów, uchybienia lub nieprawidłowości powinny być usunięte, a w uzasadnionych przypadkach dalsze działania windykacyjne winny być zaniechane.

**Kompletny dokument Zasady Dobrych Praktyk jest dostępny na stronie internetowej Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce:
www.kpf.pl
w zakładce „Serwis członkowski”**

Biuro Informacji Kredytowej



W wielu krajach na świecie instytucje udzielające kredytów oraz oferujące różnorakie usługi finansowe mają dostęp do baz danych, które pomagają im ocenić wiarygodność kredytową każdej osoby chcącej zaciągnąć jakiegokolwiek zobowiązanie. Bazy te prowadzone są przez biura kredytowe bądź inne rejestry. Zakres i rodzaj danych gromadzonych przez biura może być zróżnicowany ze względu na regulacje prawne w danym kraju. Niekiedy biura gromadzą jedynie dane negatywne, tzn. dotyczące klientów posiadających opóźnienia w regulowaniu zobowiązań. Jednak w większości przypadków gromadzone są dane dotyczące wszystkich klientów zaciągających zobowiązania.

W 1997 r. powołano do życia polskie Biuro Informacji Kredytowej (BIK), które swoją działalność operacyjną rozpoczęło w 2000 r. BIK współpracuje z bankami i SKOK-ami, działając na zasadzie wzajemności, tzn., że ze wskazanych instytucji finansowych, które przekazują dane do BIK mogą otrzymać informację zwrotną w postaci raportów kredytowych.

Banki oraz inne instytucje kredytowe, poprzez dostęp do tych informacji mogą sprawnie oszacować zdolność i wiarygodność kredytową klienta przed udzieleniem mu kredytu. Niektórzy mogą stwierdzić, iż taka właśnie wnikliwa analiza utrudnia dostęp do usług kredytowych, tymczasem to właśnie działalność BIK chroni przed nadmiernym zadłużeniem się i popadaniem w kłopoty finansowe. Możliwość pozyskania przez kredytodawcę raportu kredytowego ułatwiającego ocenę wiarygodności staje się jednocześnie dla kredytobiorcy mechanizmem dyscyplinującym. Z drugiej strony, chcąc być odbieranym jako rzetelny uczestnik rynku finansowego, klient powinien dążyć do tego, aby pozytywna historia spłat jego zobowiązań była dostępna dla innych instytucji sektora finansowego nie tylko w trakcie, ale również po spłaceniu danego zobowiązania.

BIK, oprócz swych zadań statutowych, pełni również rolę edukacyjną, starając się upowszechniać wiedzę na tematy ekonomiczne a w szczególności dotyczące rynku kredytowego w Polsce. Jednak mimo licznych akcji edukacyjnych kierowanych do banków, SKOK-ów oraz klientów indywidualnych, cały czas istnieją i są rozpowszechniane błędne opinie na temat Biura. W związku z tym, iż to właśnie rzecznicy stykają się w swojej codziennej pracy z trudnymi pytaniami od konsumentów, doty-

czącymi często kwestii kredytów, w niniejszym artykule przedstawiamy syntetyczne zestawienie pytań i odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania dotyczące BIK. Zestawienie będzie stanowiło na pewno cenną pomoc i ułatwienie w codziennej pracy rzeczników.

○ Co to jest BIK?

Biuro Informacji Kredytowej S. A. jest instytucją utworzoną i działającą na podstawie art. 105 ust. 4 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe (Dz. U. z 2002 r. nr 72, poz. 665 z późn. zm.). Zgodnie z tym przepisem banki, wspólnie z bankowymi izbami gospodarczymi mogą utworzyć **instytucję do gromadzenia, przetwarzania i udostępniania bankom informacji**, stanowiących tajemnicę bankową w zakresie, w jakim informacje te są potrzebne w związku z wykonywaniem czynności bankowych.

○ Czy BIK może usunąć dane jakie są w bazie?

BIK nie usuwa żadnych informacji jakie zostały przekazane przez banki i SKOK-i do bazy. BIK posiada wyłącznie prawo do zbierania i udostępniania tych danych, nie posiada natomiast prawa jakiegokolwiek ich modyfikowania, ograniczając się wyłącznie do przekazywania zgromadzonych informacji w uzgodnionym formacie. Dane nie mogą być usunięte. **W przypadku, jeśli są niepoprawne lub nieaktualne bank lub SKOK zobowiązany jest do ich poprawienia.**

○ Jak długo przechowywane są informacje w BIK?

Jeśli zobowiązanie było spłacane terminowo, dane przetwarzane są w BIK od momentu zaciągnięcia zobowiązania do jego spłaty oraz dodatkowo po wygaśnięciu zobowiązania przez okres 5 lat, jeśli klient wyraził na to zgodę. Dane mogą być przetwarzane również bez zgody klienta przez okres 5-letni, jeśli spełnione są łącznie następujące warunki:

– zobowiązanie nie było regulowane lub klient dopuścił się zwłoki powyżej 60 dni w spłacie zobowiązania, – po zaistnieniu powyższych okoliczności upłynęło co najmniej 30 dni od poinformowania klienta przez bank lub inną instytucję ustawowo upoważnioną do udzielania kredytów, o zamiarze przetwarzania dotyczących go informacji stanowiących tajemnicę bankową.

Ostatnia nowelizacja Prawa bankowego, która weszła w życie 1 kwietnia 2007 roku, umożliwiła bankom i instytucjom utworzonym na podstawie art.

105 ust. 4 na przetwarzanie informacji dotyczących osób fizycznych, stanowiących tajemnicę bankową (po wygaśnięciu zobowiązania wynikającego z umowy zawartej z bankiem lub inną instytucją upoważnioną do udzielania kredytów) przez 12 lat, bez zgody osoby, której informacje dotyczą, **tylko dla celów stosowania przez banki metod statystycznych.**

○ **Jaka jest różnica między BIK – Biurem Informacji Kredytowej a BIG – Biurem Informacji Gospodarczej?**

BIK to Biuro Informacji Kredytowej, w którym ok. 94 proc. zgromadzonych informacji to dane pozytywne. BIG to Biuro Informacji Gospodarczej działające na podstawie Ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych (Dz. U. nr 50 poz. 424 ze zm.). Do BIK przekazywane są informacje pochodzące tylko z sektora bankowego, natomiast BIG otrzymuje głównie informacje negatywne, pochodzące z różnych branż gospodarki.

○ **Od jakiej kwoty można być wpisanym do bazy BIK?**

Ponieważ w BIK znajdują się wszystkie informacje zarówno pozytywne jak i negatywne, **obecność w bazie nie jest uzależniona od posiadania przez klienta konkretnej kwoty zadłużenia.** BIK nie jest „czarną listą”, tylko bazą informacji o klientach banków i SKOK-ów wykorzystywaną do określania ryzyka kredytowego związanego z danym klientem.

○ **Czy do BIK może trafić poręczyciel kredytu?**

Wszyscy poręczyciele są wykazywani w bazie danych.

○ **Czy można nie zgodzić się na przekazywanie informacji o zobowiązaniu w trakcie jego trwania?**

Nie można. Jest to ustawowe uprawnienie.

○ **Czy BIK decyduje o przyznaniu kredytu przez bank?**

BIK nie ma wpływu na decyzje kredytowe banków i SKOK-ów. Na zapytanie o klienta do banku lub SKOK-u przekazywany jest raport kredytowy. **Informacja, jaką zawiera raport kredytowy, jest neutralna, czyli nie zawiera w sobie żadnych zmian czy opisów ze strony biura.**

Jak konsument może uzyskać z BIK informacje o swojej historii kredytowej?

○ **W jaki sposób konsument może uzyskać informację z BIK?**

Dane osobowe udostępnia się na pisemny wniosek. BIK ma na udzielenie odpowiedzi 30 dni od daty rejestracji wniosku. Wnioski, składane drogą korespondencyjną, należy przesyłać do siedziby Biura Obsługi Klienta listem poleconym. Wnioski dostępne są na stronach internetowych www.bik.pl a tak-

że bezpośrednio w Biurze Obsługi Klienta na ulicy Pruszkowskiej 17 w Warszawie.

Zgodnie z Ustawą o ochronie danych osobowych (art. 32 ust. 5) osoba zainteresowana może skorzystać z prawa do informacji nie częściej niż raz na 6 miesięcy. W terminie 30 dni BIK jest zobowiązany udzielić odpowiedzi. Informacje udzielane są nieodpłatnie bezpośrednio w siedzibie Biura Obsługi Klienta. W przypadku informacji przekazywanych w formie pisemnej – listem poleconym za pośrednictwem Poczty Polskiej – klient zobowiązany jest uiścić zryczałtowaną opłatę w wysokości 10 zł. Uzyskanie informacji częściej niż przewiduje ustawa jest płatne i wynosi 30 zł.

○ **Co to jest Raport STANDARD?**

Raport STANDARD to informacja na temat danych osobowych Wnioskodawcy przetwarzanych w bazie BIK, sporządzana w formie odpowiedniego wydruku, udostępniana nie częściej niż raz na 6 miesięcy (z mocy przepisów ustawy o ochronie danych osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. Ust. nr 133 z 1997 r. z późn. zm.). Raport STANDARD można odebrać bezpłatnie, bezpośrednio w Biurze Obsługi Klienta BIK. Na wyraźne życzenie Raport STANDARD może zostać wysłany listem poleconym, na adres wskazany we wniosku, po uiszczeniu opłaty w wysokości 10 zł, pokrywającej koszty przesyłki.

○ **Co to jest Raport PLUS?**

Raport PLUS, dostępny dla osób, które **w każdej chwili** chcą mieć dostęp do swojej historii kredytowej. Uzyskanie Raportu PLUS jest płatne a jego koszt wynosi 30 zł. Raport PLUS można odebrać osobiście w BOK, bądź otrzymać listem poleconym na wskazany adres. W tym przypadku do Wniosku konieczne jest dołączenie dowodu wpłaty kwoty w wysokości 30 zł.

○ **Jaka jest różnica pomiędzy Raportem STANDARD a Raportem PLUS?**

Raport STANDARD zawiera te same dane (finansowe i osobowe) co Raport PLUS z tym, że **Raport PLUS uzupełniony jest o segment podsumowań** zawierający szczegółową informację o łącznej liczbie posiadanych przez klienta zobowiązań. Istotną różnicą jest również to, iż Raport STANDARD udostępniany jest raz na 6 miesięcy, natomiast Raport PLUS udostępniany jest odpłatnie na każde życzenie Wnioskodawcy.

○ **Jakie korzyści może przynieść klientowi posiadanie pozytywnej historii kredytowej?**

W wielu bankach klienci z pozytywną historią mogą liczyć na specjalnie traktowanie: wymagane od nich jest dostarczenie mniejszej liczby dokumentów, a cena kredytu może być dla nich niższa niż dla innych klientów. **Jednym słowem, klienci, któ-**

Dane konsumentów, ale tylko tych nierzetelnych, gromadzone są także w bazie stworzonej przez Związek Banków Polskich, noszącej nazwę Międzybankowej Informacji Gospodarczej – Bankowy Rejestr. W bazie znajdują się wyłącznie informacje o konsumentach, których zobowiązania zostały zakwalifikowane do należności wątpliwych bądź straconych oraz których wartość jest nie mniejsza niż 200 zł. Podobnie jak w przypadku Biura Informacji Kredytowej zmieniać, aktualizować czy usuwać zapisy mogą tylko banki, które zgłosiły daną osobę. Związek Banków Polskich ma obowiązek udzielenia na wniosek konsumenta pełnej informacji o danych wprowadzonych przez bank. Konsument ma prawo wiedzieć, który bank dokonał wpisu i jakiego produktu to dotyczy. Bank powinien ponadto pisemnie uprzedzić konsumenta o zamiarze wpisania na listę.

rzy mogą pochwalić się pozytywną historią powinni spodziewać się atrakcyjniejszych propozycji ze strony banków.

○ Czym jest i jak wyliczany jest score?

Score to liczba punktów uzyskanych przez klienta w wyniku zastosowania metody punktowej oceny ryzyka kredytowego. **Banki wykorzystują scoring do szybkiej i precyzyjnej oceny ryzyka kredytowego swoich klientów.** Przy zastosowaniu scoringu decyzja o przyznaniu kredytu może zostać podjęta znacznie szybciej niż w przypadku niewykorzystywania oceny punktowej. Dzięki temu klient krócej czeka na rozpatrzenie swojego wniosku kredytowego.

Joanna Charlińska
Biuro Informacji Kredytowej

Serwis Ochrony Konsumenta – Krajowy Rejestr Długów



Ochrona nie tylko przedsiębiorców, ale także konsumentów – to główny powód, dla którego Krajowy Rejestr Długów stworzył nową usługę skierowaną do osób prywatnych.

Krajowy Rejestr Długów od początku działalności, zgodnie z intencją ustawodawcy, pełni funkcję weryfikacyjną, czyli umożliwia sprawdzenie zdolności płatniczej potencjalnego klienta, z którym chce się podjąć współpracę. Jeśli taki kontrahent widnieje w bazie KRD, warto zastanowić się, czy robić z nim interesy. Do tej pory jednak ze zgromadzonych w KRD informacji korzystały korporacje oraz małe i średnie przedsiębiorstwa. **Teraz z funkcji weryfikacyjnej mogą korzystać także osoby fizyczne.**

● Konsumenti nie byli dotychczas zainteresowani korzystaniem z takiej bazy danych. Ale w I półroczu tego roku zauważyliśmy, że to się zmienia. Stajemy się społeczeństwem coraz bardziej świadomym swoich praw. Dlatego postanowiliśmy udostępnić także konsumentom nasz rejestr – wyjaśnia Adam Łącki, prezes Zarządu Krajowego Rejestru Długów.

Patrząc na to jak ewoluuje polski rynek pracy, bez wątpienia Serwis Ochrony Konsumenta pomoże pracownikom. Mowa tu o coraz częściej i chętniej podejmowanych przez Polaków decyzjach zmiany pracy. Jak jednak sprawdzić czy przyszedł pracodawca nie ma problemów finansowych? Czy możemy być spokojni, że otrzymamy obiecane wynagrodzenie?

I to właśnie m. in. sprawdzenie rzetelności płatniczej potencjalnego pracodawcy umożliwia Serwis Ochrony Konsumenta. Korzystanie z nowego narzędzia weryfikacyjnego KRD nie jest trudne. Wystarczy zalogować się do systemu KRD i znać NIP przedsiębiorcy. Potem poprosić o raport, w którym są zawarte informacje o ewentualnym zadłużeniu.

● Otwierając naszą bazę dla konsumentów chcemy im pomóc w zminimalizowaniu ryzyka zawarcia umowy np. z pracodawcą, który ma zaległości płatnicze – mówi Adam Łącki.

Warto podkreślić, że Krajowy Rejestr Długów jest największą w Polsce bazą informacji o dłużnikach i rzetelnych płatnikach. Działa na podstawie ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. „O udostępnianiu informacji gospodarczych”. **KRD zgromadził dotychczas informacje o blisko 194 tys. dłużników**, z czego 68,3% to firmy, a 31,7% to konsumenci. Co ważne, rejestr stale się powiększa. W 2006 roku liczba dłużników notowanych w KRD, w stosunku do 2005 roku, wzrosła o 109,6%. Ważne jest, że są to informacje pochodzące ze wszystkich gałęzi gospodarki. Zatem jeśli jakiś notoryczny dłużnik zmieni branżę, nie uchroni go to przed ujawnieniem jego skłonności do niepłacenia za dostarczone towary lub usługi.

Serwis Ochrony Konsumenta jest dostępny dla każdego, korzystanie z nowej usługi nie wymaga podpisania umowy z Krajowym Rejestrem Długów.

NOWE INICJATYWY STOWARZYSZENIA KONSUMENTÓW POLSKICH (SKP)

Od 2007 roku SKP we współpracy z Polskim Komitetem Normalizacyjnym (PKN) realizuje ważną inicjatywę mającą na celu zwiększenie udziału konsumentów w procesie normalizacji.

Dnia 10 stycznia 2007 odbyło się szkolenie kandydatów na reprezentantów konsumentów w Komitetach Technicznych działających przy Polskim Komitecie Normalizacyjnym (KT – PKN). Szkolenie zorganizowane zostało przez SKP ze środków projektu CORE (*Setting up Consumers Organisations' Representation of Experts in Standardization in Poland*) finansowanego przez Europejskie Stowarzyszenie działające na Rzecz Koordynowania Udziału Konsumentów w Normalizacji – ANEC (*European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation*). W szkoleniu uczestniczyli eksperci branżowi z różnych środowisk – organizacji konsumenckich, ekologicznych, osób niepełnosprawnych, instytucji naukowych zajmujących się transportem samochodowym, telekomunikacją, technologią żywności. Uczestnicy szkolenia mieli możliwość zdobyć wiedzę na temat polskiego i europejskiego systemu ochrony konsumentów i systemu normalizacji oraz zrozumieć znaczenie zasady zrównoważonej reprezentacji w procesie normalizacji, dzięki której możliwe jest uwzględnienie interesów konsumentów przy opracowywaniu norm dotyczących procesów, wyrobów, systemów. Po szkoleniu opracowany został dokument wyrażający wspólne stanowisko jego uczestników pt. „Stanowisko partnerów projektu CORE w sprawie wzmocnienia głosu konsumentów w dziedzinie normalizacji”, z którym można zapoznać się odwiedzając stronę internetową SKP www.skp.pl. Niektórzy spośród 20 uczestników szkolenia zadeklarowali gotowość wsparcia swoją wiedzą i doświadczeniem głosu konsumentów w normalizacji i przyjęli zaproszenie SKP do reprezentowania konsumentów w pracach KT-PKN, które polegają na dopracowywaniu tłumaczeń, weryfikowaniu i opiniowaniu projektów nowych norm oraz aktualizacji norm już wdrożonych. Z satysfakcją informujemy, że w 2007 r., na zasadzie wolontariatu, 8 nowych reprezentantów konsumentów, rozpoczęło współpracę z profesjonalistami (przedsiębiorcami) i naukowcami w procesie normalizacji, biorąc udział w pracach 15 KT – PKN, w tym m. in KT 1 ds. osób niepełnosprawnych, KT-3 ds. mikrobiologii żywności, KT 6 ds. zapewnienie jakości, KT-17 ds. pojazdów i transportu drogowego KT-63 ds. elektrycznego sprzętu powszechnego użytku, KT 270 ds. zarządzania środowiskowego, KT-259 ds. poczty, KT-182 ds. bezpieczeństwa urządzeń informatycznych, telekomunikacyjnych i biurowych.

SKP poszukuje nowych kandydatów na reprezentantów konsumentów w normalizacji.

Wykaz KT-PKN można znaleźć na stronie internetowej PKN – www.pkn.pl

Zapraszamy do współpracy

Kontakt: dr inż. Małgorzata Skibska-Zielińska
e-mail: m.skib-ziel@skp.pl

Infolinia Konsumentcka (IK), prowadzona przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich w ramach pilotażowego projektu finansowanego w 80% z funduszy europejskich i 20% przez UOKiK, kończy już trzeci kwartał działalności. Od ośmiu miesięcy, dzwoniąc pod bezpłatny numer Infolinii – 0800 800 008, w dni powszednie – od poniedziałku do piątku, w godzinach – od 9:00 do 17:00, można uzyskać profesjonalną pomoc prawną w zakresie rozwiązywania podstawowych problemów konsumenckich dotyczących praw materialnych, w szczególności sprzedaży konsumenckiej oraz obowiązujących procedur postępowania przy egzekwowaniu tych praw.

W przypadkach skomplikowanych spraw, niemożliwych do rozwiązania w trybie porad telefonicznych świadczonych przez Infolinię, konsument może otrzymać dane teled adresowe i informacje na temat instytucji, do której powinien zgłosić się w celu uzyskania wsparcia przy podjęciu interwencji rozwiązującej problem (np. gdy wymagana jest analiza dokumentów – do właściwego powiatowego lub miejskiego rzecznika konsumentów, w celu napisania pozwu sądowego do Federacji Konsumentów, która zawarła umowę z UOKiK na świadczenie tego typu usług, w sprawach dotyczących jakości i bezpieczeństwa produktów dostępnych na rynku – do właściwej instytucji kontrolnej, w przypadku usług użyteczności publicznej – do odpowiednich urzędów regulacyjnych a gdy możliwe jest polubowne rozstrzygnięcie sporu – do odpowiednich instytucji arbitrażowych).

W okresie od 7 listopada 2006 do 30 czerwca 2007 prawnicy Infolinii odebrali prawie 28 000 telefonów od konsumentów z całej Polski.

Wśród usług Infolinii Konsumentckiej dominują porady prawne polegające na wskazaniu konsumentom przez prawników IK właściwych przepisów prawa i procedur postępowania, w oparciu o które mogą skutecznie dochodzić swoich praw. Stanowią one ok. 71% wszystkich usług IK. Druga pod względem liczebności kategoria usług IK (ok. 17%) to porady polegające na udzieleniu informacji, które mają charakter „przekierowań” konsumentów do właściwych instytucji, odpowiednio do miejsca ich zamieszkania i zakresu merytorycznego zgłaszanego problemu.

Należy zauważyć, że istotny udział w ogólnej strukturze spraw zgłaszanych do Infolinii Konsumentckiej mają telefony w sprawach pozakonsumenckich (ok. 12%). Świadczy to o zapotrzebowaniu na wiedzę o prawach i obowiązkach związanych z umowami konsumenckimi także po stronie profesjonalistów (przedsiębiorców), jednak IK nie obsługuje ani sprzedawców, ani usługodawców.

Mając na uwadze fakt, że konsumenci zgłaszają najwięcej problemów dotyczących sprzedaży konsumenckiej, od lutego 2007 wprowadzone zostały szczegółowe statystyki charakteryzujące specyfikę tej kategorii porad. Są one sporządzane w układzie merytorycznym i rzeczowym, co pozwala na szybkie porządkowanie danych oraz prowadzenie pogłębionych analiz na temat najczęściej występujących i najbardziej istotnych dla polskich konsumentów problemów ze sprzedażą konsumencką.

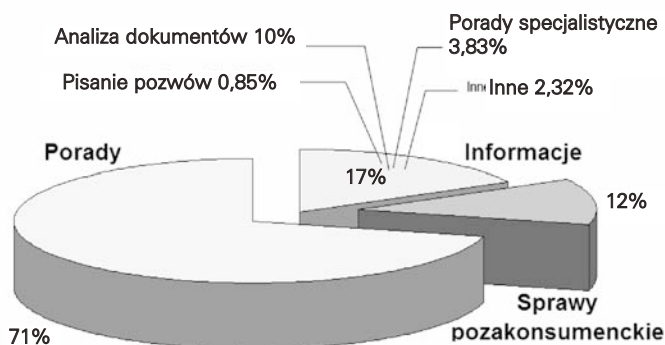
Od 1 lutego do 30 czerwca 2007 w kategorii sprzedaży konsumenckiej udzielono 7688 porad, w tym w ok. 66% dotyczyły one problemów konsumentów z niezgodnością towaru z umową a w ok. 22% problemów z gwarancją.

Najwięcej problemów związanych z niezgodnością towaru z umową mają konsumenci przy zakupach obuwiwa, tekstyliów, mebli.

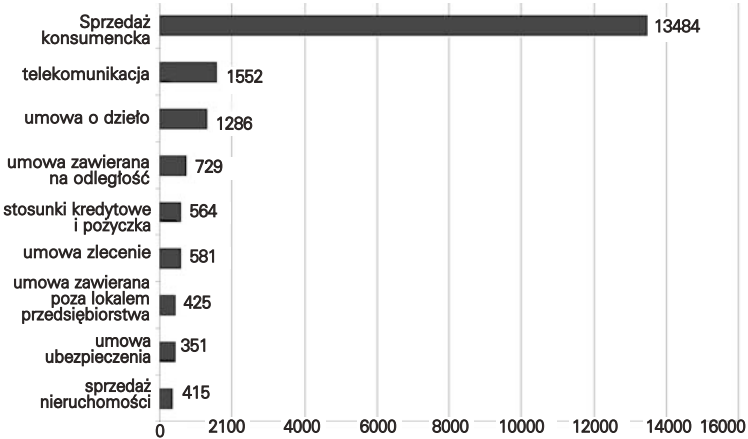
Przy zakupach sprzętu RTV i AGD, obok niezgodności towaru z umową, istotnie rośnie liczba problemów związanych z gwarancją udzielaną przez producentów. Natomiast dla telefonów komórkowych i sprzętu komputerowego częstotliwość występowania obu kategorii problemów jest porównywalna.

Aktualne statystyki z działalności Infolinii Konsumentkiej 0 800 800 008

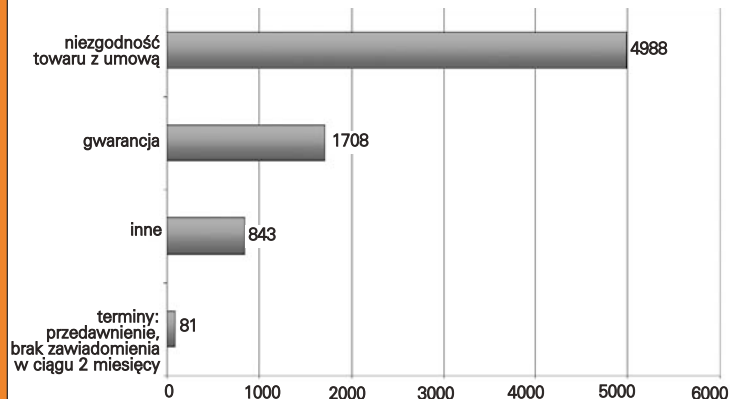
Struktura udzielonych porad i informacji „przekierowań”
07.11.2007 – 30.06.2007



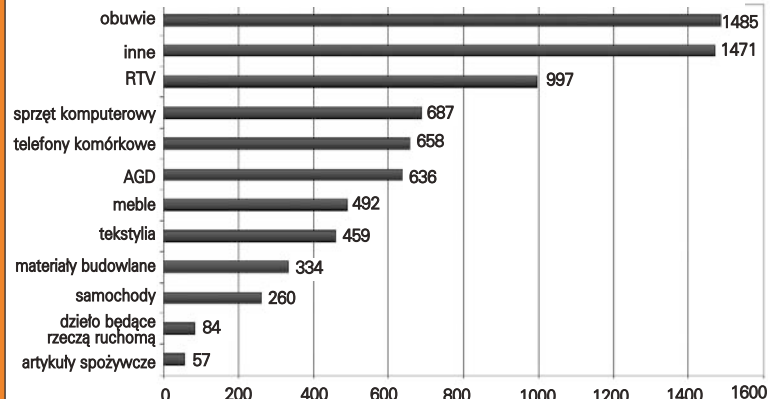
Kategorie 07.11.2006 – 30.06.2007



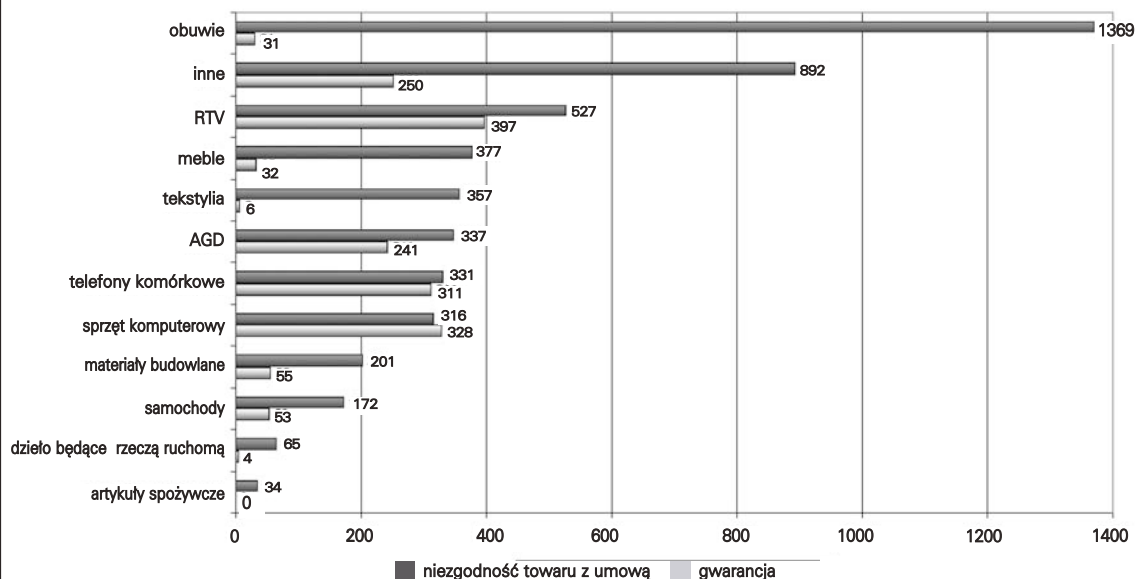
Sprzedaż konsumencka – kategorie merytoryczne
01.02.2007 – 30.06.2007



Sprzedaż konsumencka – kategorie przedmiotowe
01.02.2007 – 30.06.2007



Sprzedaż konsumencka – uszczegółowienie
01.02.2007 – 30.06.2007





Biuletyn finansowany jest ze środków Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów