**Dyrektywa Konsumencka**

Zgodnie z przewidywaniami, 10. października Rada Europejska przyjęła – i to bez jakiejkolwiek dyskusji – Dyrektywę Konsumencką, która w ciągu kilku tygodni powinna zostać opublikowana w Dzienniku Urzędowym UE. Następnie, w ciągu dwóch lat dyrektywa ta powinna zostać zaimplementowana do porządku krajowego.

Dzięki naszym działaniom lobbingowym, udało się uniknąć wielu bardzo niebezpiecznych zapisów, a także zmienić charakter dyrektywy – zredukowano poziom pełnej harmonizacji nie pozwalającej Państwom członkowskim na większą swobodę implementacyjną.

Niemniej jednak, w uchwalonym dokumencie wciąż istnieją pewne nieprecyzyjne zapisy i niekorzystne rozwiązania, które będą miały wpływ na rynek prasowy w Polsce. Dlatego naszymi działaniami lobbingowymi w tym zakresie należy w najbliższym czasie objąć polskich decydentów.

Oto najważniejsze zagadnienia, które powinny zostać objęte naszymi działaniami:

* Udało się uniknąć wprowadzenia generalnego prawa odstąpienia od umowy na dostarczanie gazet i czasopism; obowiązywać ono ma jednak w odniesieniu do prenumeraty; w przypadku gdy prenumerata byłaby uznana za usługę (taj jak w Wielkiej Brytanii), konsument wypowiadający umowę (w ciągu 14 dni od jej zawarcia) musiałby zapłacić za dostarczone wydania; w ostatnim momencie zmieniono stosowny zapis, który zawiera niejasne sformułowanie – nie wiadomo czy w innych krajach, w tym w Polsce, obowiązywać będzie podobna zasada; w praktyce konieczność zapłacenia przez konsumenta za zwracane wydania może okazać się czynnikiem zniechęcającym do odstąpienia od umowy dla wielu konsumentów;
* Nie ma prawa odstąpienia od umowy w zakresie dostaw treści cyfrowych, które nie są dostarczane na konkretnym medium, jeżeli dostarczanie rozpoczęło się z wcześniejszą zgodą konsumenta i jego potwierdzeniem, że traci prawo do odstąpienia od umowy;
* Jeśli konsument nie zostanie poinformowany o prawie odstąpienia od umowy, okres wydłuża się z 14 dni do jednego roku;
* W odniesieniu do umów zawieranych drogą elektroniczną, przedsiębiorca musi uświadomić konsumenta o fakcie dokonywania płatności „w sposób jasny i wyraźny, bezpośrednio przed złożeniem zamówienia (…)”; konsument musi również wyraźnie potwierdzić, że zamówienie oznacza zobowiązanie do zapłaty; w przypadku, gdy pociąga to za sobą aktywację przycisku lub podobną funkcję, musi być wprowadzone oznaczenie "zamówienie z obowiązkiem zapłaty" lub odpowiednie jednoznaczne sformułowanie; brak takiego oznaczenia oznacza, że konsument nie jest związany umową; udało się uniknąć "podwójnego potwierdzania" zamówienia, którego wprowadzenia żądała znaczna grupa posłów; dobrym rozwiązaniem praktycznym jest postulowane przez Niemców wprowadzenie „przycisku” oznaczonego słowem „BUY” (Niemcy już wprowadzają takie rozwiązanie, nie czekając na implementację dyrektywy);
* W odniesieniu do umów zawieranych przez telefon, państwa członkowskie mogą postanowić, że przedsiębiorca musi umożliwić konsumentowi potwierdzenie oferty – konsument byłby zobowiązany tylko wówczas, gdyby podpisał ofertę lub wysłał jego pisemną zgodę; Państwa członkowskie mogą (ale nie muszą) wprowadzić regulację, iż takie potwierdzenie składa się na „trwałym nośniku”; należy pamiętać, że skoro wprowadzenie takiej klauzuli nie jest obowiązkowe (po zmianie poglądów ustawodawcy, będącej wynikiem skutecznego lobbingu), trzeba teraz zadbać o to, by wprowadzenie takiej klauzuli nie stanowiło zakazu zawierania umów przez telefon;
* Wcześniejsze zagrożenia związane m.in. z ograniczeniem zawierania umów na maksymalny okres 12 miesięcy, zostały usunięte
* Podobnie, nie ma już obowiązku informowania przez przedsiębiorcę o istnieniu kodeksów dobrych praktyk (które wówczas – na mocy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym [Dz.U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206] – stawałyby się obligatoryjne); istnieje jedynie zalecenie, by Państwa członkowskie zachęcały przedsiębiorców do informowania o istnieniu takich kodeksów;

W załączeniu zamieszczamy także komunikat prasowy Komisji Europejskiej.

Bruksela, 10 października 2011

**Nowe unijne zasady dotyczące praw konsumenta**

*W dniu dzisiejszym Rada Europy formalnie przyjęta nowa Dyrektywę dot. spraw Konsumenta. Nowa legislacja wzmocni prawa konsumenta w 27 krajach członkowskich, zwłaszcza w kwestii zakupów online. Po opublikowaniu w Oficjalnym Dzienniku UE, rządy będą miały dwa lata na implementację zasad dyrektywy na swoim poziomie krajowym.*

10 głównych korzyści dla konsumenta, wynikających z nowej Dyrektywy:

1. **Propozycja ta wyeliminuje z internetu ukryte opłaty i koszty**. Konsumenci będą chronieni przed „pułapkami kosztów” w internecie. To ma miejsce, kiedy oszuści próbują wyłudzić od konsumentów opłaty za „darmowe” usługi, takie jak horoskopy czy przepisy kulinarne. Od tej pory konsumenci muszą wyraźnie potwierdzić, że zrozumieli, że powinni uiścić opłatę.
2. **Zwiększona transparentnośc cen**. Sprzedawcy muszą wyjawić całkowity koszt produktu lub usługi, jak również opłaty dodatkowe. Osoby kupujące online nie będą musiały ponosić dodatkowych kosztów/opłat, jeżeli nie były właściwie o nich poinformowane przed złożeniem zamówienia.
3. **Zakaz umieszczania „wcześniej zaznaczonych okienek wyboru” na stronach internetowych**. Podczas zakupów online – np. przy kupowaniu biletu lotniczego – w trakcie procesu zakupu mogą nam być oferowane opcje dodatkowe, np. ubezpieczenie lub wynajem samochodu. Te dodatkowe usługi mogą być oferowane poprzez tzw. „wcześniej zaznaczone” okienka wyboru. Obecnie konsumenci są często zmuszeni do odznaczania tych okienek, jeżeli nie chcą skorzystać z tych dodatkowych usług. Nowa dyrektywa zabroni umieszczania „wczesniej zaznaczonych okienek” w Unii Europejskiej.
4. **14 dni na rozmyślenie się w przypadku zakupu.**  Okres, w którym konsumenci mogą się wycofać z umowy sprzedazy zostaje rozszerzony do 14 dni kalendarzowych (w porównaniu z 7 dniami obecnie przewidzianymi w prawie unijnym). Oznacza to, że konsumenci mogą zwrócić zakupiony towar z jakiegokolwiek powodu, jeżeli zmienią zdanie.
* Dodatkowa ochrona za brak informacji: kiedy sprzedawca nie poinformował wyraźnie kupującego o jego prawie do wycofania się z kontraktu, okres uprawniający do zwrotu towaru zostaje rozciągnięty do roku.
* Konsumenci będą również chronieni prawem do wycofania się z „umówionych wizyt”, takich, kiedy sprzedający wcześniej dzwoni i naciska na konsumenta aby ten zgodził się na wizytę. Ponadto, nie będzie już rozróżnienia między wizytami „umówionymi” i „nieumówionymi”; tym samym zapobiegnie to obchodzeniu prawa
* Prawo do wycofania się z kontraktu rozszerza się na aukcje online, np. w serwisie eBay – jednak towar zakupiony na aukcji może być zwrócony tylko wtedy, kiedy został kupiony u profesjonalnego sprzedawcy
* Okres na wycofanie się z umowy zacznie się w momencie, kiedy konsument otrzymuje towar, a nie w czasie zawarcia umowy, jak to ma miejsce obecnie. Zasady te będą miały zastosowanie w przypadku sprzedazy internetowej, telefonicznej lub zamówień pocztowych, jak również sprzedaży poza sklepem, np. przed drzwiami u konsumenta, na ulicy, na imprezie promocyjnej lub podczas wycieczki organizowanej przez sprzeedawcę.
1. **Lepsze prawa do refundacji.** Sprzedawcy muszą zwrócić konsumentowi pieniadze w ciągu 14 dni przy wycofaniu się z umowy. W zwróconej kwocie zawierają się koszty dostawy. Generalnie, sprzedawca bierze na siebie ewentualne uszkodzenia towaru podczas transportu, dopóki konsument nei wejdzie w posiadanie towaru.
2. **Wprowadzenie unijnego modelu formularza wycofania się z umowy.**. Konsument będzie miał do dyspozycji wzór formularza dot. wycofania się z umowy, który będzie mógł (ale nie będzie zobligowany) wykorzystać, jeśli zmieni zdanie i będzie chciał wycofać się z umowy zawartej na odległość bądź poza siedzibą firmy. Ułatwi to i przyspieszy proces wycofywania się z umowy, bez względu na miejsce podpisania tej umowy.
3. **Eliminacja dodatkowych opłat za korzystanie z kart kredytowych i telefonów informacyjnych.** Sprzedawcy nie będą mogli obciażac konsumentów za płatnosci karta kredytową (lub innymi metodami platnosci) więcej niż taki sposób płatnosci w rzeczywistosci sprzedawcę kosztuje. Sprzedawcy posiadajacy telefony informacyjne pozwalające konsumentom na kontakt z nimi w kwestiach umowy, nie będą mogli pobierac więcej niż podstawowa opłata za rozmowę telefoniczną.
4. **Jasniejsza informacja na temat tego, kto płaci za zwrot towaru.** Jeśli sprzedawca chce, aby konsument poniósl koszt zwrotu towaru kiedy zmienił zdanie, musi o tym wyrażnie poinformowac konsumenta wcześniej, w przeciwnym razie sam zapłaci za zwrot. Sprzedawcy muszą przed zakupem jasno podać szacunkowy maksymalny koszt zwrotu towarów masowych kupionych przez internet lub poprzez zamówienie pocztowe, takich jak np. kanapa, tak aby konsumenci mogli dokonać swiadomego wyboru przed zdecydowaniem od kogo kupic.
5. **Lepsza ochrona konsumenta w stosunku do produktów cyfrowych.** Informacja o treściach cyfrowych również będzie musiała być wyraźniejsza, włącznie z informacją o ich kompatybilności ze sprzętem i oprogramowaniem oraz o zastosowaniu jakichkolwiek srodków ochrony technicznej, np. o ograniczaniu konsumentom prawa do kopiowania kontentu. Konsumenci będą mieli prawo do wycofania się z zakupu tresci cyfrowych, takich jak pobierane z sieci pliki muzyczne lub wideo, ale tylko do momentu, kiedy rzeczywiscie rozpoczyna się proces pobierania,
6. **Wspolne zasady dla biznesu ułatwią im handel w całej Europie.** Zasady te zawierają m.in.:
* Zestaw podstawowych zasad dotyczączych umów na odległosc (sprzedaz przez telefon, pocztę lub internet) oraz poza siedzibą firmy (np. na ulicy lub w domu konsumenta) w całej UE, tworząc równe szanse i redukując koszty w handlu międzygranicznym, zwlaszcza w przypadku sprzedazy internetowej
* Standardowe formularze ułatwią życie biznesowi: formularze stosujące się do wymagań informacyjnych o prawie do wycofania się z kontraktu
* Szczególne zasady będą miały zastosowanie wobec małych firm i rzemieslników, np. hydraulików. W tym przypadku nie będzie prawa do wycofania się z umowy przy nagłych naprawach i pracach konserwatorskich. Kraje członkowskie mogą również decydować o zwolnieniu z częsci wymogów informacyjnych tych sprzedawców, którzy są przez konsumentów proszeni o przeprowadzenie w ich domu napraw i prac konserwatorskich o wartości poniżej 200 EUR

Więcej informacji:

European Commission – Consumer Rights Directive

<http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/rights-contracts/directive/index_en.htm>

Homepage of Vice-President Viviane Reding, EU Justice Commissioner: <http://ec.europa.eu/reding>