

Omówienie Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego

Od 1 stycznia 2003 r. do sprzedaży konsumenckiej nie mają zastosowania przepisy kodeksu cywilnego dotyczące rękojmi. Nie znaczy to, że pojęcie "rękojmi" przestało obowiązywać w ogóle: przepisy o rękojmi obowiązują nadal przy sprzedaży nieruchomości, a także w relacjach między przedsiębiorcą a przedsiębiorcą.

Od 1 stycznia 2003 r. obowiązują nowe przepisy dotyczące sprzedaży konsumenckiej. Zmiany te wprowadziła ustawa z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, ogłoszona w Dzienniku Ustaw nr 141, pod pozycją 1176.

Przepisy ustawy nie dotyczą:

- sprzedaży nieruchomości,
- sprzedaży energii elektrycznej,
- sprzedaży gazu i wody, chyba że są one sprzedawane w ograniczonej ilości lub określonej objętości (np. w butelce)
- sprzedaży egzekucyjnej
- sprzedaży w postępowaniu upadłościowym,
- sprzedaży dokonywanej w postępowaniu sądowym.

Nowe przepisy zamiast rękojmi wprowadzają pojęcie "**niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową**". Kupując produkt (nawet jogurt na bazarze) lub zamawiając usługę, zawieramy ze sprzedawcą/usługodawcą umowę. Tak było zawsze, ale dopiero teraz przepisy o sprzedaży konsumenckiej odwołują się do umowy w tak bezpośredni sposób.

Uprawnień konsumenta (ani sprzedawcy) przewidzianych w opisywanej tu ustawie nie można ograniczyć poprzez:

- odpowiednio sformułowaną umowę pomiędzy kupującym i sprzedawcą, którą podpiszemy np. w momencie zakupu,
- oświadczenie konsumenta, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową,
- wybór prawa innego państwa.

OBOWIĄZKI SPRZEDAWCY:

1. Podanie dwóch cen: cenę towaru oraz cenę jednostkową (za jednostkę miary), chyba że obie te ceny są takie same albo towar oferowany jest luzem. Taki sam sposób podawania cen powinien być stosowany w reklamie.

2. Sprzedawca jest zobowiązany potwierdzić na piśmie wszystkie istotne postanowienia zawartej umowy przy sprzedaży na raty, na przedpłaty, na zamówienie, według wzoru, na próbę, za cenę powyżej dwóch tysięcy złotych, a także zawsze na żądanie kupującego w pozostałych przypadkach.

To minimum (potwierdzone na piśmie) powinno obejmować informacje (niezbędne dla kupującego do dochodzenia roszczeń), które potwierdzają fakt zawarcia umowy sprzedaży z określonym sprzedawcą (np. paragon).

Warto pamiętać, że forma pisemna, w przypadku zawarcia umowy powyżej dwóch tysięcy złotych, zastrzeżona jest dla celów dowodowych (np. podczas postępowania sądowego), umowa zawarta ustnie i nie potwierdzona na piśmie też jest ważna.

3. Sprzedawca jest zobowiązany udzielić kupującemu informacji w języku polskim, które będą jasne, zrozumiałe i niewprowadzające w błąd, a zatem wystarczające do pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego.

W szczególności należy podać:

- nazwę towaru,
- określenie producenta lub importera,
- kraj pochodzenia towaru,
- znak bezpieczeństwa i znak zgodności z norm, jeśli są one wymagane przez odrębne przepisy,
- informację o dopuszczeniu do obrotu w Polsce,
- stosownie do rodzaju towaru, określenie jego energochłonności.

Jeśli towar sprzedawany jest w opakowaniu jednostkowym lub zestawie - wszystkie te informacje powinny znajdować się na towarze lub być z nim trwale połączone.

W innych przypadkach sprzedawca zobowiązany jest umieścić w miejscu sprzedaży informację, która

zawiera przynajmniej:

- nazwę towaru,
- jego główną cechę użytkową,
- nazwę producenta lub importera,
- kraj pochodzenia.

Ponadto:

Niektóre przepisy administracyjne regulują w sposób szczegółowy sposób oznakowania towarów. Dotyczy to między innymi towarów, takich jak:

tekstyli – rozporządzenie Rady Ministrów z 19 października 2001 r. w sprawie bezpieczeństwa i znakowania produktów włókienniczych (Dz U Nr 144, poz. 1616), zgodnie z którym każdy produkt włókienniczy wprowadzany do obrotu wymaga oznakowania w sposób określony w rozporządzeniu, tzn. oznakowuje się go jednostkowo, za pomocą etykiety, wszywki firmowej oraz wszywki informacyjnej.

obuwie – znakowanie i etykietowanie obuwia, które powinno wskazywać, z jakiego materiału wykonano poszczególne elementy obuwia (wierzch, podszewka lub podszewka z wyściółką). Oznakowanie zawiera oznaczenia słowne i z wykorzystaniem piktogramów. Zostało to dokładnie omówione w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 28 listopada 2000 r. w sprawie szczegółowych warunków znakowania obuwia przeznaczonego do sprzedaży konsumentom (Dz U Nr 110 z 2000 r., poz. 1168).

zabawki – rozporządzenie Rady Ministrów z 17 grudnia 2002 r. w sprawie szczegółowych warunków dotyczących bezpieczeństwa zabawek (Dz U Nr 231, poz. 1940), zgodnie z którym sprzedawca odpowiada za nieprawidłowo oznakowane zabawki. Rozporządzenie określa również, co jest, a co nie zabawką, np. jak zakwalifikować noworoczne petardy i inne towary pirotechniczne.

O tym, co powinno być na opakowaniu **kosmetyków**, sprzedawca może dowiedzieć się z ustawy z 30 marca 2001 r. o kosmetykach (Dz U Nr 42, poz. 472).

Oznakowania **sprzętu elektrycznego** dotyczy rozporządzenie Rady Ministrów z 3 lipca 2001 r. w sprawie wymagań zasadniczych dla sprzętu elektrycznego, warunków i trybu dokonywania oceny zgodności oraz sposobu oznakowania sprzętu elektrycznego (Dz U Nr 120, poz. 1276).

4. Sprzedawca jest zobowiązany **zapewnić** w miejscu sprzedaży **odpowiednie warunki techniczno – organizacyjne** umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego, sprawdzenie jakości i kompletności oraz sprawdzenie funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów.

Od kupującego wymagana jest przy tym jedynie staranność właściwa dla przeciętnego konsumenta, np. zwrócenie uwagi na brak podstawowych części. Brak części składowych lub nieprawidłowe w działanie skomplikowanych urządzeń, nie stwierdzone w chwili zakupu, nie powodują zwolnienia sprzedawcy od odpowiedzialności za niezgodność towaru z umową, gdyż to przedsiębiorca zobowiązany jest do staranności właściwej dla profesjonalisty.

Konsument nie ma obowiązku dokładnego badania towaru (dokonywania odbioru towaru) w chwili zakupu, ponieważ przyjmuje się, że oferowany towar jest pełnowartościowy, dobrej jakości, nie posiada ukrytych cech decydujących o obniżeniu jakości w stosunku do poziomu określonego w umowie.

W praktyce dotyczy to zwłaszcza towarów w opakowaniu fabrycznym lub sytuacji, kiedy konsument w sklepie dokonuje jedynie wyboru towaru, zawiera umowę dotyczącą wybranego przez siebie towaru, a towar ten jest dostarczany (wydany) do domu konsumenta staraniem sprzedawcy.

5. Na żądanie kupującego sprzedawca jest zobowiązany **wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy**.

6. Sprzedawca jest zobowiązany **wydać kupującemu** wraz z towarem konsumpcyjnym **wszystkie elementy** jego wyposażenia oraz sporządzone w języku polskim instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty wymagane przez odrębne przepisy.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPRZEDAWCY - ZGODNOŚĆ TOWARU Z UMOWĄ

Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli:

- 1) towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową **i jednocześnie**
- 2) niezgodność ta istniała w chwili wydania towaru.

W przypadku stwierdzenia niezgodności towaru z umową przed upływem **sześciu miesięcy** od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania.

Niezgodność z umową jest innym pojęciem niż wada towaru - w zakres tego pojęcia wchodzi także braki

ilościowe. **Towar należy uznać za niezgodny z umową, gdy nie posiada właściwości w niej określonych, nawet jeżeli brak zgodności nie ma znaczenia dla wartości czy użyteczności towaru.** Natomiast nie stanowi niezgodności z umową wada, która została w umowie przewidziana lub która jest zwykłą właściwością danego towaru.

Ustawa wprowadza **domniemania**, które mają ułatwić ustalenie, czy towar jest zgodny z umową. Jeżeli jednak umowa jest na tyle konkretna, że łatwo stwierdzić, że towar jest z nią niezgodny, to nie ma potrzeby stosowania domniemań, np. zamawiamy ciepłą zupę a dostajemy zimną rybę – towar jest niewątpliwie niezgodny z umową.

1. Towar, którego właściwości zostały indywidualnie uzgodnione.

Czyli:

- rzeczy wykonywane na indywidualne zamówienie,
- każdy przypadek sprzedaży, kiedy konsument określił sprzedawcy swoje wymagania co do nabywanego towaru, a w szczególności cel jakiego nabywany towar ma służyć.

Domniemywa się, że jest on zgodny z umową, jeżeli:

- towar odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki albo wzoru, a jednocześnie
- towar nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił zastrzeżenia co do takiego przeznaczenia towaru.

Dostarczenie próbki lub wzoru należy traktować jako zobowiązanie sprzedawcy do dostarczenia towarów posiadających identyczne cechy, jak zaprezentowane kupującemu.

Przykład:

Kowalski otrzymał od sprzedawcy próbkę wykładziny. Kolor i faktura pasowały do mebli i zasłon, więc zdecydował się na zakup. Sprzedawca zapewnił, że ma w magazynie zapas takiej wykładziny i może ją dociąć na wymiar. Nasz konsument zdecydował się więc na zakup wykładziny. Zapłacił umówioną cenę i odebrał towar. Niestety po rozłożeniu okazało się, że mimo jednakowego numeru koloru wykładzina jest o kilka odcieni jaśniejsza od otrzymanej próbki. Wykazanie tej różnicy jest wystarczające do obalenia domniemania o zgodności towaru z umową i stwierdzenia, że nie jest zgodny z umową.

Przykład:

Pani Wiśniewska kupiła rozcieńczalnik do farby olejnej. Sprzedawca zapewnił ją, że rozpuszczalnik będzie dobry również do farby akrylowej. Okazało się, że niestety nie jest to prawdą. Towar nie nadaje się więc do celu określonego przy zawarciu umowy, więc jest z nią niezgodny.

2. Pozostałe przypadki, czyli towar, którego właściwości nie zostały indywidualnie uzgodnione.

Znacząca większość "umów dnia codziennego".

Domniemywa się, że jest on zgodny z umową, jeżeli:

- towar nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany, a jednocześnie
- właściwości towaru odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju.

Przykład:

Mama kupiła Jasiowi dmuchany materac. Okazało się że po pewnym czasie przebywania w wodzie materac przesiąka wodą i tonie. Towar jest niezgodny z umową, gdyż nie nadaje się do celu, do jakiego jest przeznaczony.

Przykład:

Podpałka do grilla nie pali się. Towar nie ma więc właściwości, jakich oczekuje się od podpałki i jest niezgodny z umową.

Zgodny z umową jest także towar, który odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru danego rodzaju, opartych na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela. W szczególności uwzględnia się zapewnienia podane w oznakowaniu towaru lub reklamie.

Ale. Sprzedawca nie jest związany tym zapewnieniem (nie odpowiada wobec kupującego), jeśli:

- wykaże, że go nie znał ani faktycznie znać nie mógł,
- albo, że nie mogło ono mieć wpływu na decyzję konsumenta o dokonaniu zakupu.

KAŻDY towar jest niezgodny z umową, jeżeli wystąpiły nieprawidłowości w jego zamontowaniu i uruchomieniu. Nie ma znaczenia, czy montaż był wykonany przez profesjonalistę (sprzedawcę lub osobę za którą ponosi on odpowiedzialność w ramach umowy sprzedaży), czy przez konsumenta, jeżeli zrobił on to zgodnie z otrzymaną instrukcją.

SPRZEDAWCA NIE odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy::

- kupujący wiedział o tej niezgodności,
- oceniając rozsądnie, kupujący powinien był wiedzieć o niezgodności,
- powstała ona z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego.

REKLAMA

Zapewnienia zawarte w reklamie mogą być zobowiązujące dla sprzedawcy, jeśli pod ich wpływem doszło do zawarcia i wykonania umowy, a towar lub usługa okazały się niezgodne z treścią zapewnień. Nie musi to być decydujący motyw, jednak na tyle ważny, że na podstawie obiektywnych kryteriów każdy przeciętny konsument w podobnej sytuacji mógłby podjąć decyzję o zakupie, kierując się tego rodzaju zapewnieniem. Reklama może więc być podstawą stwierdzenia niezgodności towaru (usługi) z umową i w konsekwencji reklamacji.

Podmioty, których zapewnienia zawarte w reklamie są wiążące, to: sprzedawca, producent lub jego przedstawiciel.

Na równi z zapewnieniem producenta traktuje się zapewnienie osoby, która wprowadza towar 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.

Przepis rozszerza katalog podmiotów, których zapewnienia są brane pod uwagę przy ocenie zgodności towaru z umową, o importera oraz podmiot występujący jako producent. Na uwagę zasługuje rozszerzenie zakresu podmiotowego o osobę zamieszczającą swoją nazwę lub znak towarowy na towarach produkowanych przez inny podmiot.

Ustawodawca wprowadził wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy w określonych sytuacjach. Nie jest on związany zapewnieniami zawartymi w reklamie, jeśli spełniony zostanie którykolwiek z warunków określonych w ustawie:

a) nie znał ich lub znać nie mógł (np. reklama zagraniczna, w nieznanym sprzedawcy języku).

Przykład:

Sprzedawca samochodów marki ZZZ na terenie Australii nadawał reklamę w języku angielskim w telewizji satelitarnej z Dubaju. Kowalski po obejrzeniu reklamy w telewizji kablowej na terenie Polski postanowił zakupić samochód tej marki. Jednak nie można uznać, że polski sprzedawca ZZZ znał lub mógł znać zapewnienia sprzedawcy australijskiego. Takim argumentem uwolni się od odpowiedzialności.

Przykład :

Producent dachówki zapewnił w reklamie emitowanej w całej Europie, że jego produkty są odporne na mróz do 30 stopni Celsjusza. Kowalski zakupił dachówkę od polskiego sprzedawcy. Niestety nie wytrzymała ona już w temperaturze -15 stopni. Należy przyjąć, że staranność wymagana od przedsiębiorcy obejmuje również znajomość asortymentu i zapewnień producenta, więc sprzedawca nie uwolni się od odpowiedzialności w opisanej sytuacji.

b) wykaże, że kupujący nie kierował się reklamą kupując towar, gdyż zapewnienia zawarte w reklamie nie mogły mieć wpływu na jego decyzję. Oceny dokonuje się porównując właściwości użytkowe kupionego towaru, jego przydatność do celów, do jakich towar ten jest przeznaczony i tego na ile istotne są właściwości towaru, których zapewnienia reklamowe dotyczą. Oczekiwania dotyczące właściwości nabywanego towaru - również ukształtowane przez reklamę - muszą być "rozsądne".

c) treść zapewnienia sprostowano przed zawarciem umowy

Ostatnia sytuacja ma miejsce, gdy sprostowanie znajduje się na opakowaniu towaru, w regulaminie świadczenia usługi lub choćby zostanie dokonane ustnie przez sprzedawcę, choć pojawia się wtedy problem dowodu, którego ciężar spoczywa w omawianym zakresie na sprzedawcy. W szczególności w umowie zawartej w formie pisemnej należy uznać, że postanowienia umowy zawartej w formie pisemnej i załączników stanowiących jej część są wystarczającym sprostowaniem zapewnień zawartych w reklamie.

Ciężar dowodu we wszystkich wymienionych sytuacjach spoczywa na sprzedawcy.

Reklama zawierająca zapewnienia, które - oceniając rozsądnie - nie mogą być prawdziwe, nie tworzą podstawy uznania towaru za niezgodny z umową. Nie można jednoznacznie stwierdzić, co należy uznać za kryteria rozsądnej oceny. Kwestia ta zostanie zapewne rozstrzygnięta w orzecznictwie, jednak trudno wskazać, czy chodzi o obiektywne kryteria stosowane do ogółu konsumentów, czy też sąd będzie każdorazowo określał możliwości dokonania rozsądnej oceny przez konkretnego konsumenta.

UPRAWNIENIA KUPUJĄCEGO

1. Jeżeli towar jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową poprzez **naprawę albo wymianę** na nowy. Chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie kosztów uwzględnia się:

- wartość towaru,
- rodzaj i stopień niezgodności, a także
- niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia jego oczekiwań.

Naprawa lub wymiana jest nieodpłatna, a ponadto sprzedawca ma obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego takich, jak koszty demontażu, dostarczenia, robocizny oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.

Kupujący (nie sprzedawca) wybiera konkretne roszczenie, tj. żądanie naprawy lub wymiany, należy to zrobić na piśmie. Jeżeli kupujący, w razie stwierdzenia niezgodności towaru z umową, zażąda doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową nie wskazując, w jaki sposób (poprzez wymianę czy poprzez naprawę), sprzedawca może wyznaczyć kupującemu w tym celu odpowiedni termin. Po upływie wyznaczonego terminu uprawnienie do dokonania wyboru przechodzi na drugą stronę, czyli sprzedawcę.

W razie, gdy kupujący zgłosi roszczenie o wymianę, a wymiana będzie niemożliwa lub będzie wymagała nadmiernych kosztów, kupujący będzie uprawniony do żądania naprawy.

Taka sama sytuacja ma miejsce, gdy konsument żąda naprawy, a jest ona niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów, będzie on uprawniony do żądania wymiany.

2. Konsument może **żądać obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy (zwrotu pieniędzy)**, dopiero gdy nastąpiła jedna z sytuacji:

- sytuacja opisana w pkt.1 (naprawa lub wymiana jest niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów),
- sprzedawca nie zdoła wymienić lub naprawić produktu w odpowiednim czasie (przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia),
- naprawa albo wymiana naraża kupującego na znaczne niedogodności.

Od umowy **nie można odstąpić**, jeśli niezgodność towaru z umową jest nieistotna.

TERMINY I TRYB DOCHODZENIA ROSZCZEŃ

Jeżeli sprzedawca w chwili zawarcia umowy wiedział o tym, że towar jest z nią niezgodny i nie zwrócił na to uwagi kupującego, to odpowiada przed konsumentem przez **10 lat** (tyle trwa termin przedawnienia przewidziany przez polskie przepisy).

W pozostałych przypadkach:

Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, jeżeli kupujący stwierdzi tę niezgodność przed upływem **dwóch lat** od wydania towaru. W przypadku wymiany towaru na nowy termin dwuletni biegnie na nowo.

Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana, sprzedający i kupujący mogą wspólnie zgodzić się na skrócenie tego terminu, jednak nie poniżej jednego roku.

O niezgodności towaru z umową konsument musi powiadomić sprzedawcę **w ciągu dwóch miesięcy** od chwili jej stwierdzenia. W celu zawiadomienia wystarczy wysłać zawiadomienie do sprzedawcy. Trzeba to zrobić w sposób, który pozwalałby w razie wątpliwości udowodnić, że takie zawiadomienie miało miejsce np. poprzez wysłanie listu poleconego z potwierdzeniem odbioru. Kupujący traci uprawnienia, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy.

Termin ten nie dotyczy jedynie artykułów spożywczych, przy zgłaszaniu reklamacji żywności musimy się kierować krótszymi terminami.

Od momentu stwierdzenia przez kupującego niezgodności towaru z umową biegnie **roczny termin przedawnienia** jego roszczeń. Po tym terminie nie można już dochodzić swoich roszczeń.

Ale:

- sprzedawca zawsze odpowiada przed konsumentem za niezgodność towaru z umową przez pełne dwa lata (od chwili wydania towaru), roczny termin przedawnienia nie ogranicza w tym wypadku uprawnień konsumenta.
- termin przedawnienia nie biegnie (jest zawieszony) w czasie wykonywania naprawy lub wymiany,
- nie biegnie także (jest zawieszony) w czasie prowadzenia rokowań pomiędzy kupującym a sprzedawcą, nie mogą one jednak trwać dłużej niż trzy miesiące.

Tylko przez rok od chwili wykrycia niezgodności towaru z umową można żądać odstąpienia od umowy i

zwrotu zapłaconych pieniędzy.

Sprzedawca musi się ustosunkować do żądania konsumenta w terminie **14 dni**, jeżeli tego nie uczyni, oznacza to, że uznał je za uzasadnione.

UPRAWNIENIA SPRZEDAWCY (ROSZCZENIA ZWROTNE)

W przypadku zaspokojenia roszczeń konsumenta, wynikających z niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, sprzedawca może dochodzić odszkodowania od któregośkolwiek z poprzednich sprzedawców, jeżeli wskutek jego działania lub zaniechania towar był niezgodny z umową sprzedaży konsumenckiej.

Do odpowiedzialności odszkodowawczej stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego o skutkach niewykonania zobowiązań.

Sprzedawca może dochodzić odszkodowania w pełnym wymiarze, zarówno wyrównania poniesionych strat, jak również zwrotu utraconych korzyści, o ile szkoda stanowi normalne następstwa stwierdzonej niezgodności.

Ale należy pamiętać, że sprzedawca detaliczny może dochodzić roszczeń w stosunku do któregośkolwiek z poprzedników prawnych tylko w przypadku, gdy sam zaspokoi roszczenia konsumenta z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

Nie ma jednak przeszkód, aby zwrotne dochodzenie roszczenia względem poprzedników prawnych sprzedawcy detalicznego nastąpiło jeszcze w trakcie prowadzonego postępowania reklamacyjnego (co jest korzystne także dla konsumenta). Dochodzenie roszczeń może bowiem nastąpić "nie później..." (czyli może nastąpić wcześniej) niż w dniu, w którym sprzedawca obowiązany był zaspokoić roszczenia kupującego.

Roszczenie zwrotne sprzedawcy detalicznego przedawnia się w stosunkowo krótkim terminie 6 miesięcy. Tworzy to pośrednio ekonomiczną zachętę do szybszego zakończenia postępowania reklamacyjnego aniżeli w sytuacji, w której każdy z podmiotów w łańcuchu sprzedaży występowałby z regresem do swojego kontrahenta.

GWARANCJA

Udzielenie gwarancji jest dobrowolne. Gwarant sam decyduje czy udzieli konsumentom gwarancji na swój produkt oraz jej treść i zakres, np. liczbę napraw, warunki, w jakich może być dokonana wymiana sprzętu na nowy, adresy serwisów.

Gwarancja - to oświadczenie gwaranta (ten kto udziela gwarancji staje się gwarantem, najczęściej jest to producent, ale może być także importer albo nawet sprzedawca) zamieszczone w dokumencie gwarancyjnym lub reklamie.

Gwarancja określa:

- obowiązki gwaranta (obowiązkowo - inaczej wcale nie jest gwarancją),
- zakres odpowiedzialności gwaranta,
- uprawnienia kupującego.

Udzielenie gwarancji nie może wiązać się z odrębną opłatą.

Gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową, o czym gwarant powinien poinformować konsumenta w oświadczeniu gwarancyjnym.

Gwarancja powinna zostać sformułowana w języku polskim w sposób jasny, zrozumiały i niewprowadzający w błąd. Jeżeli jednak gwarant uchybi powyższemu wymogowi, gwarancja jest nadal ważna i pozostaje to bez wpływu na uprawnienia kupującego.

Dokument gwarancyjny powinien zawierać podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń:

- nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Polsce,
- czas trwania gwarancji,
- terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej,

Jeśli **gwarancji udziela sprzedawca** to musi on dodatkowo:

- wydać dokument gwarancyjny,
- sprawdzić zgodność znajdujących się na towarze oznaczeń z danymi zawartymi w tym dokumencie
- sprawdzić stan plomb i pozostałych zabezpieczeń, jeżeli rzecz je posiada.

RADY PRAKTYCZNE

1. Reklamując produkt niezgodny z umową, konsumenci spotykają się z protokołem reklamacyjnym. Jest on na ogół wypełniany w sklepie przez sprzedawcę, a konsument jest proszony o podanie określonych danych. Nie jest to żaden wzór pisma urzędowego, każdy sklep może taki protokół sporządzić na własne potrzeby,

jednakże informacje w nim zawarte będą podstawą do uznania reklamacji. Dlatego poniżej podajemy wzór protokołu, który naszym zdaniem zabezpiecza interesy obu stron.

pieczęć (nazwa) sklepu

PROTOKÓŁ REKLAMACYJNY NR

Sporządzony w dniu..... w związku ze zgłoszeniem reklamacji nr z dnia

Imię i nazwisko nabywcy

Dokładny adres *.....nr telefonu *.....

Data wydania towaru

nr dowodu zakupu..... z dnia

Rodzaj towarutyp

cena data produkcji inne cechy.....

Producent

Dokładny opis niezgodności towaru z umową.....

.....

.....

Żądanie nabywcy co do sposobu załatwienia reklamacji:

- nieodpłatna wymiana na nowy bez zbędnej zwłoki **
- nieodpłatna naprawa bez zbędnej zwłoki

Jeżeli wymiana lub naprawa nie są możliwe z powodu:

- naprawa albo wymiana są niemożliwe
- naprawa albo wymiana nie mogłyby nastąpić w odpowiednim czasie
- naprawa albo wymiana narażałaby konsumenta na znaczne niedogodności w postaci

to nabywca może żądać:

- odstąpienie od umowy - zwrot zapłaconej ceny
- obniżenie zapłaconej ceny o

.....

podpis sprzedawcy

podpis nabywcy

Decyzja sprzedawcy.....

Uzasadnienie.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..... miejscowość, data, podpis sprzedawcy podpis nabywcy

* Nabywca, który nie chce podać swojego adresu i nr telefonu powinien złożyć oświadczenie stwierdzające, że sam odbierze odpowiedź sprzedawcy i określić w nim termin

**Ewentualne wydłużenie terminu wymaga pisemnego uzasadnienia i powinno być uzgodnione z nabywcą

2. Konsument nie ma obowiązku podawać swoich danych osobowych, jeśli sobie tego nie życzy, może natomiast złożyć oświadczenie, którego przykładowy wzór zamieszczamy poniżej.

OŚWIADCZENIE

Imię i nazwisko nabywcy.....

Nr protokołu reklamacyjnego.....z dnia.....

Oświadczam, że decyzję w sprawie zgłoszonej reklamacji odbiorę osobiście w terminie do dnia.....

.....
podpis nabywcy

3. Obowiązkiem konsumenta jest udowodnienie, że kupił dany towar właśnie w tym sklepie. Posiadanie paragonu ułatwia sprawę ale równie ważnym dokumentem może być wydruk z karty płatniczej lub wpis do karty stałego klienta.

4. Jeżeli dochodzi do zwrotu pieniędzy za towar niezgodny z umową, konsument otrzymuje kwotę równą zapłaconej, niezależnie od tego czy cena tego towaru od dnia zakupu wzrosła czy została obniżona.