



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów



# **PORADNIK O SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ - DLA STARSZYCH I MŁODSZYCH KONSUMENTÓW**

Łódź, Sierpień 2012 r.

## **Co konsument powinien wiedzieć o sprzedaży bezpośredniej i metodach stosowanych podczas tej sprzedaży**

Sprzedaż bezpośrednia ze względu na miejsce jej prowadzenia oraz sposób jest sprzedażą poza lokalem przedsiębiorstwa. Istotą tej sprzedaży jest osobisty kontakt sprzedawcy z potencjalnym nabywcą, zazwyczaj w domu klienta, na ulicy lub podczas prezentacji organizowanej w miejscach wybranych przez sprzedającego np. w wynajętych pomieszczeniach w: hotelach, sanatoriach, restauracjach, domach kultury, remizach strażackich lub podczas wycieczek turystyczno-religijnych. Miejsca te znajdują się poza stałymi punktami sprzedaży detalicznej. Sprzedający, prowadzący prezentację na zaaranżowanych spotkaniach, to osoba odpowiednio zmotywowana i świadoma swojego celu, którym jest sprzedaż konsumentom jak największej ilości oferowanego towaru. Posiada dużą wiedzę na temat samej sprzedaży, sprzedawanych towarów i potrafi odpowiednio zarządzać tą wiedzą. Adresując sprzedaż do wytypowanej grupy konsumentów ma on również wiedzę na temat „potencjalnych klientów” - ich potrzeb, zainteresowań, sytuacji finansowej. Jest ekspertem w wywieraniu wpływu na konsumenta i sprawia, że konsument przytłumia swoje wątpliwości przed zakupem oferowanego towaru i usprawiedliwia przed sobą jego zakup. Stosuje odpowiednie techniki wywierania wpływu wynikające z reguł psychologicznych determinujących przebieg postępowania konsumentów, które wpływają na decyzje dotyczącą zakupu oferowanego towaru. Natomiast konsumenci, poddając się obecnemu tempu życia i w wielu sytuacjach, gdy muszą niezwłocznie podjąć decyzję, nie potrafią zdystansować się do informacji zawartych w prezentowanych im ofertach sprzedaży, wpadają w pułapkę zbędnych i kosztownych zakupów.

Podjęcie decyzji o zakupie towaru jest w wielu przypadkach efektem bezwolnego podania się stosowanym przez prowadzącego prezentację, akwizytora zasadom sprzedaży, które bazują na:

- tkwiącym w naszej obyczajowości obowiązku odwzajemnienia się za czynione dobro, który uruchamia się w nas przy okazji otrzymywania darmowej próbki towarów, drobnego prezentu, gratisu, darmowej wycieczki, itd. w wielu przypadkach taka reakcja prowadzi do zakupu przez konsumenta oferowanego mu towaru i równocześnie do pozbycia się uczucia dyskomfortu, jaki wzbudzało w nim nieodwzajemnienie się za otrzymane dobro,

- przekonaniu, że najbardziej są cenione rzeczy nieosiągalne, niedostępne, które jest pobudzane w kupującym po otrzymaniu informacji, że: „towar jest limitowany”, „limitowana seria”, „końcówka kolekcji”, „ostatni egzemplarz”, „oferta ważna do wyczerpania zapasów”, „towar wyjątkowy produkowany tylko na zamówienie”, itd., w celu zaspokojenia potrzeby posiadania rzeczy dla innych nieosiągalnej a przez to wyjątkowej,
- przekonaniu, że zachowując się tak samo jak inni zachowamy się poprawnie, w sytuacji gdy nie jesteśmy do końca przekonani o potrzebie dokonania zakupu, po otrzymaniu informacji, że „wielu ludzi już zakupiło ten towar”, „w bieżącym roku odnotowano gwałtowny wzrost sprzedaży oferowanego towaru”, „w ostatnim okresie ten towar sprzedawał się najlepiej, dosłownie jak ciepłe bułeczki”, „na ostatnich prezentacjach większość zakupiła ten towar”, „zaufało sprzedającemu 98% klientów”, „tysiące kobiet wybrało ten produkt”, „100 tysięcy mężczyzn przekonało się o jego cudownych właściwościach”, przekonujemy samych siebie, że kupując dany towar zachowamy się poprawnie, gdyż inni też tak postąpili i odrzucamy tkwiące w nas ostatnie obawy przed zakupem,
- podporządkowywaniu się autorytetom i symbolom autorytetu, jak np.: tytuł, ubiór, samochód, które jest uruchamiane w kupującym przez sprzedającego podczas prezentacji, gdy nawiązuje on swoim wyglądem i strojem do osoby, która kojarzona jest z kimś znanym, fachowcem, ekspertem w danej dziedzinie - taką samą reakcję powoduje otrzymanie informacji, że: „według opinii znanego profesora dermatologa wykładowcy na uniwersytecie w USA towar ten spełnia wszelkie normy przewidziane dla najlepszych wyrobów tego rodzaju”, „ekspert z centrum A, profesor J stwierdził, że suplement ten jest rewelacyjny i w 99% przypadkach pomaga w schudnięciu”, „towar posiada atest-certyfikat największego amerykańskiego instytutu zdrowia”, „powiem Państwu w zaufaniu, że preparat ten stosuje Pani M odtwórczyni roli Marysi w serialu A, i jak ona wygląda - prawda”, itp.,
- skłonności do spełniania prośb osób, które lubimy i darzymy sympatią, gdyż najczęściej spełniamy życzenia osób atrakcyjnych fizycznie (zgodnie z opinią, że ładny to dobry), ubierających się podobnie jak my, miłych i sympatycznych potrafiących prawić nam komplementy - dlatego też na prowadzących prezentacje, akwizytorów wybierane są osoby atrakcyjnie fizycznie, potrafiące prawić komplementy i nawiązać ubiorem do

stroju kupującego, a nawet zachowywać się jak potencjalny kupujący (podobna mimika, gestykulacja, sposób mówienia) oraz używający w rozmowie porównań: „ze mną było dokładnie tak samo”, „takie samo spostrzeżenie nasunęło mi się”, „widzę, że lubimy te same rozwiązania”, itp.,

- obowiązku dotrzymywania zobowiązań (danego słowa) i bycia konsekwentnym w swoim postępowaniu, gdyż w powszechnej opinii człowiek postępujący konsekwentnie jest postrzegany pozytywnie, a postępujący niekonsekwentnie uznawany jest za dwulicowego, niewiarygodnego, niezrównoważonego - dlatego też jedna nawet drobna początkowa decyzja „na tak” może doprowadzić do sytuacji, że konsekwentny konsument zakupi oferowany mu towar; kluczem do osiągnięcia takiego efektu jest pokierowanie przez sprzedającego rozmowy z konsumentem w taki sposób, aby kupujący sam z siebie wyraził publicznie swoją opinię lub zaangażowanie co do przydatności lub potrzeby posiadania danego towaru; po takiej wypowiedzi trudno będzie odmówić konsumentowi zakupu danego towaru; innym sposobem jest „zarzucenie zanęty” poprzez podanie w zaproszeniu na prezentację informacji o możliwości otrzymania atrakcyjnego prezentu, mogącego być idealnym подарunkiem dla kogoś bliskiego, np: dzieci lub wnucząt; zainteresowani darmowym prezentem, a po wysłuchaniu prezentacji przekonani o jego wyjątkowości, konsekwentnie będziemy dążyć do jego posiadania, nawet kupując go, jeżeli okaże się na prezentacji, że tak naprawdę to nasz prezent jest dodatkiem do innego towaru, lub mogą go mieć tylko ci co go wylosują (i podpiszą umowy kupna).

#### **Konsumencie pamiętaj, że:**

- działanie pod wpływem chwili, impulsu zwiększa ryzyko podjęcia nieracjonalnych wyborów co do warunków, na jakich zostaje zawarta umowa, nie mówiąc już o faktycznej potrzebie posiadania danego towaru natychmiast,
- działaj racjonalnie, poczekaj z zakupem, daj sobie więcej czasu na spokojne przemyślenie potrzeby zakupu, porozmawiaj z kimś bliskim a ostateczną decyzję podejmij po sprawdzeniu i porównaniu innych ofert np. w internecie lub w sklepie,
- dowiedz się od sprzedającego, o terminie najbliższej prezentacji oferowanego towaru, aby po zastanowieniu móc go zakupić.

## **Kiedy dochodzi do sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa**

UOKiK nie ma wątpliwości, że do zawarcia umowy sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa dojdzie, gdy zakupimy towar od sprzedawcy w swoim mieszkaniu, w mieszkaniu znajomych, na ulicy, w remizie strażackiej, szkole, wynajętej sali w hotelu, pensjonacie, sanatorium. Wątpliwości mogą powstać, gdy udajemy się na prezentację organizowaną w pomieszczeniach biurowca, kamienicy, czy też kupujemy towar od sprzedawcy sprzedającego w pasażu galerii handlowej. Należy więc upewnić się, czy sprzedaż nie ma miejsca w sklepie prowadzącym sprzedaż detaliczną, gdyż sprzedający mogą również organizować prezentacje w stałych punktach sprzedaży detalicznej. W sytuacji, gdy jest to sklep, kupującego jak i sprzedającego będą obowiązywały przepisy prawa obowiązujące przy zawieraniu umowy sprzedaży w lokalu przedsiębiorcy, na podstawie których konsumentom nie przysługuje w szczególności uprawnienie do odstąpienia od umowy. Warto wiedzieć, że na sprzedającym poza lokalem przedsiębiorstwa ciąży obowiązek okazania przyszłemu ewentualnemu nabywcy, jeszcze przed zawarciem umowy sprzedaży, dokumentu potwierdzającego prowadzenie działalności gospodarczej oraz dokumentu tożsamości. Dodatkowo, jeżeli sprzedający zawiera umowy w imieniu przedsiębiorcy, ma on obowiązek okazać konsumentowi dokument potwierdzający umocowanie do dokonywania stosownych czynności. Jeżeli sprzedający nie dokona tych czynności lub odmówi udostępnienia ww. dokumentów, takie zachowanie powinno wzbudzić podejrzenie co do prawdziwych intencji sprzedającego i jego uczciwości kupieckiej.

Dotychczasowe orzecznictwo Prezesa UOKiK traktuje za lokal przedsiębiorstwa, takie miejsca jak biuro, siedzibę zarządu, magazyn przedsiębiorcy lub inne pomieszczenie, jeżeli są one przeznaczone do obsługi publicznosci (kupujących i oglądających towary), oraz oznaczone w sposób dający możliwość powiązania lokalu z przedsiębiorcą. Lokalem przedsiębiorstwa będzie również sezonowe stoisko, stragan, lada, ogródek - w pobliżu sklepu (lokalu) przedsiębiorstwa. Podobnie należy kwalifikować takie miejsca jak kiermasze i okazjonalne, lecz zorganizowane w systematyczny sposób targi, wystawy połączone ze sprzedażą i powiązane z przedsiębiorcą stosownym oznakowaniem.

## Co możesz zrobić jeżeli na prezentacji lub kupując towar od akwizytora dokonałeś niepotrzebnego zakupu

Jeżeli po dokonaniu zakupu uznałeś, że postąpiłeś zbyt pochopnie nabywając towar na prezentacji lub od akwizytora, a następnie gdy między innymi:

- dowiedziałeś się, że możesz kupić go taniej,
- nie stać cię na spłatę rat kredytu zaciągniętego na ten zakup,
- zakupiony towar przestał ci się podobać,
- towar używany był tylko w takim zakresie w jakim może być sprawdzony w sklepie (w stanie nie pogorszonym) a opakowanie zostało otwarte tylko dla potrzeb ustalenia jego zawartości,

**możesz odstąpić** od zawartej umowy sprzedaży **bez podania przyczyn**. W celu odstąpienia od umowy należy złożyć stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni kalendarzowych od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed upływem tego terminu listem poleconym za potwierdzeniem odbioru.

O tym prawie powinien poinformować sprzedający na piśmie jeszcze przed zawarciem umowy, a wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy wraz z zamieszczonymi na nim danymi przedsiębiorcy i jego adresem każdy konsument powinien otrzymać od sprzedawcy w momencie podpisania umowy. Jeżeli konsument nie otrzymał takiego wzoru oświadczenia aby odstąpić od umowy, powinien wysłać do przedsiębiorcy pismo na adres wskazany w umowie, w którym sprecyzuje swoje oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej w danym dniu, wymieniając strony umowy, oraz podając swoje imię i nazwisko wraz z adresem. Jeżeli umowa ma numer, należy go wskazać w treści pisma. Ponadto jeżeli konsument zapłacił za zakupiony towar, może w piśmie zażądać zwrotu zapłaconej kwoty oraz określić sposób jej zwrotu i ewentualnie wskazać numer konta.

Pamiętaj, że twoje **odstąpienie od zawartej umowy** jest również skuteczne wobec umowy kredytowej, z którego to kredytu jest wyłącznie finansowane nabycie towaru lub usługi wskazanej w umowie sprzedaży (kredyt wiązany). Jeżeli jednak zawarta umowa o kredyt jest oddzielną umową o kredyt konsumencki nie związaną z zakupem oferowanego towaru,

**powinieneś w tym samym czasie** takie samo oświadczenie o odstąpieniu od otrzymanego kredytu wysłać na adres kredytodawcy, który go udzielił. Konsument, jeżeli nie jesteś pewien rodzaju udzielonego kredytu, wyślij odstąpienie od umowy zarówno do sprzedawcy, jak i udzielającego kredytu.

Odstąpienie od umowy niweluje skutki prawne jej zawarcia w taki sposób, jakby do jej zawarcia nigdy nie doszło. Powoduje to konieczność wzajemnego zwrotu otrzymanych świadczeń, co oznacza, że odstępujący od umowy ma obowiązek na własny koszt zwrócić sprzedawcy towar, a sprzedawca zobowiązany jest do zwrotu zapłaconej ceny lub dokonanych przedpłat. **Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie**, nie później niż w terminie czternastu dni. Od dokonanych przedpłat, należą się odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty. Konsument nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy o kredyt konsumencki, z wyjątkiem odsetek określonych w umowie za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu - jego zwrotu.

Jeżeli **nie zostałeś poinformowany** na piśmie o prawie odstąpienia od umowy, dziesięciodniowy termin na odstąpienie od umowy zaczyna biec dopiero od dnia uzyskania informacji o prawie odstąpienia od umowy. Nie można jednak odstąpić od umowy po upływie trzech miesięcy od jej wykonania, czyli od daty odebrania towaru wcześniej zakupionego lub od daty wykonania usługi.

## Czy występują ograniczenia prawa konsumenta do odstąpienia od umowy

Prawa do odstąpienia od umowy **nie można wyłączyć lub ograniczyć** w umowie. Tym samym bezprawne są takie postanowienia umowy, które uzależniają odstąpienie od umowy za zapłatą oznaczonej sumy - odstępnego lub je wyłączają. Niedozwolone są również takie postanowienia, które uzależniają przyjęcie zwracanego towaru jedynie w sytuacjach, jeżeli nie był on rozpakowany lub ma być zwrócony w oryginalnym nienaruszonym opakowaniu. Dozwolone jest naruszenie opakowania w celu sprawdzenia, czy doręczony towar jest zgodny z zawartą umową.

**Niezgodne z prawem** są również postanowienia, w następstwie których sprzedawca zwalnia się z odpowiedzialności za działania swoich przedstawicieli handlowych, czy agentów, lub z tytułu zamieszczenia nieprawdziwych lub błędnych informacji w instrukcji używania towaru lub reklamie, postanowienia, które podają, że sądem właściwym do rozstrzygania sporów z kupującym jest sąd właściwy ze względu na miejsce spełnienia świadczenia lub siedzibę sprzedającego, postanowienia które ustanawiają domniemanie doręczenia pisma do kupującego, czy postanowienia, które umożliwiają sprzedawcy wyznaczenie dodatkowego terminu na dostarczenie zakupionego towaru, w sytuacji wystąpienia zdarzeń utrudniających wysłanie towaru.

Jednakże występują ustawowe wyjątki, uniemożliwiające konsumentowi skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy. Dotyczą one umów:

- sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do miejsca zamieszkania konsumenta (np. umowy na dostawę artykułów spożywczych ze sklepu do domu, miejsca pobytu, umowy na dostawę posiłków z restauracji),
- powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, o wartości przedmiotu umowy do równowartości 10 EURO (np. zakup zeszytów, przyborów szkolnych, słodczy, napojów, pieczywa, prasy,),
- o prace budowlane (np. umowa na budowę domu, garażu, pawilonu),
- związanych z nieruchomościami, z wyłączeniem usług remontowych (np. przedwstępna umowa sprzedaży mieszkania, budynku),

- ubezpieczenia, w tym o członkostwo w otwartych funduszach emerytalnych, oraz reasekuracji (np. umowa ubezpieczenia na życie, ubezpieczenia mieszkania, domu, samochodu, przystąpienia do funduszu emerytalnego), z tym że w przypadku ubezpieczeń zawartych na okres dłuższy niż 6 miesięcy, prawo odstąpienia od umowy przysługuje ubezpieczającemu w ciągu 30 dni od zawarcia umowy na podstawie przepisów kodeksu cywilnego,
- związanych z papierami wartościowymi oraz jednostkami uczestnictwa w funduszach powierniczych i inwestycyjnych (np. umowa o przyjmowanie lub przekazywanie zleceń nabycia lub zbycia instrumentów finansowych, umowa o doradztwo finansowe, umowa o prowadzenia rachunku papierów wartościowych).

Pamiętaj, że **na żądanie kupującego** sprzedawca jest obowiązany wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy oraz obowiązki i uprawnienia stron umowy wynikające z tych postanowień. Gdy masz wątpliwości do niektórych postanowień umowy lub praw i obowiązków z niej wynikających zapytaj. Jeżeli, pomimo wyjaśnień sprzedającego, postanowienia umowy budzą dalej obawy lub sprzedawca nie udzielił wyczerpującej odpowiedzi zasięgnij rady właściwego dla twojego miejsca zamieszkania powiatowego lub miejskiego rzecznika konsumentów.

## **Prawa konsumenta po wygaśnięciu uprawnień do odstąpienia od umowy**

Konsumencie wiedz, że **sprzedawca odpowiada** wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania był niezgodny z umową (posiadał wady). Domniemywa się jednak, że wada towaru istniała w momencie jego wydania, jeżeli niezgodność zostanie zgłoszona przez konsumenta przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru. Niezgodność towaru z umową to nie tylko wady fizyczne towaru (przebarwienia, przetarcia, niewymiarowość, wydany towar ma inny kolor niż zamawialiśmy, urządzenie nie działa, itp.), ale również wadą jest nieposiadanie przez towar cech, o których zapewniał sprzedający (np., szybkowar nie gotuje w ciągu 20 minut, pościel wełniana nie utrzymuje temperatury ciała, środek czyszczenia nalotu z mydła, rdzy nie czyści rdzy, itp.) **Wadami towaru** są również nieprawdziwe informacje podawane w reklamie, czy publicznych zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela, jak również nieprawidłowość w zamontowaniu i uruchomieniu towaru, jeżeli czynności te zostały wykonane w ramach umowy sprzedaży przez sprzedawcę lub przez osobę, za którą ponosi on odpowiedzialność, albo przez kupującego według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży.

Stwierdzoną niezgodność towaru z umową **konsument powinien zgłosić** sprzedawcy nie później niż przed upływem dwóch miesięcy od dnia jej stwierdzenia i nie później niż przed upływem dwóch lat od daty wydania towaru. Wadę należy zgłaszać na piśmie bezpośrednio u sprzedawcy lub nadać listownie na pocztę za potwierdzeniem odbioru. W piśmie tym konsument powinien opisać stwierdzoną wadę oraz wskazać, czy żąda doprowadzenia reklamowanego towaru do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy. Przykładowy **wzór pisma** w sprawie reklamacji konsumenckiej został zamieszczony na stronie internetowej UOKiK - [www.uokik.gov.pl/wzory\\_pism.phb](http://www.uokik.gov.pl/wzory_pism.phb) . Dopiero, jeżeli naprawa albo wymiana są niemożliwe do wykonania lub wymagają nadmiernych kosztów konsument może żądać obniżenia ceny towaru albo odstąpić od umowy. Należy pamiętać, że odstąpienie od umowy nie jest możliwe, jeżeli wada jest nieistotna. Natomiast gdy sprzedający nie ustosunkował się do żądania wymiany lub naprawy towaru w terminie czternastu dni, konsument ma prawo uznać, że jego roszczenie zostało uznane i żądać jego spełnienia.

W przypadku gdy reklamacja będzie uwzględniona, sprzedający zobowiązany jest wykonać naprawę lub wymianę towaru nieodpłatnie, oraz pokryć wszelkie koszty dostarczenia,

demontażu, robocizny, a także ponownego zamontowania i uruchomienia towaru. Najpierw jednak kupujący zobowiązany jest ponieść odpowiednie koszty związane z dostarczeniem sprzedawcy reklamowanego towaru, a następnie sprzedawca powinien je kupującemu zwrócić. Koszty te powinny być racjonalne, uzasadnione oraz udokumentowane. Sprzedawca może jednak samodzielnie wykonać ww. czynności i ponieść związane z tym koszty, dlatego też przed podjęciem decyzji o dostarczeniu sprzedawcy wadliwego towaru, należy zapytać sprzedawcę, czy sam poniesie koszty dostarczenia towaru.

## **Prawne lub umowne ograniczenia praw konsumenta dotyczących zgłoszenia niezgodności towaru z umową**

Prawo do zgłoszenia niezgodności towaru z umową nie może zostać ograniczone przez sprzedającego w umowie lub w dokumencie gwarancyjnym. Nie spowoduje ograniczenia tego prawa nawet podpisanie w zawieranej przez konsumenta umowie oświadczenia, że konsument wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową lub wybór przez sprzedającego prawa obcego. Jeżeli do towaru została wydana gwarancja winna ona zawierać informację, że nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową. Niezamieszczenie tej informacji w dokumencie gwarancyjnym nie powoduje nieważności gwarancji.

Ww. uprawnienia konsumenckie dotyczące niezgodności towaru z umową ustawodawca wyłączył w przypadku:

- umów dotyczących sprzedaży energii elektrycznej, gazu i wody, chyba że te towary są sprzedawane w ograniczonej ilości lub w określonej objętości,
- towarów nabywanych w następstwie sprzedaży egzekucyjnej,
- sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym albo innym postępowaniu sądowym.

## Gwarancja

Gwarancja - podobnie jak niezgodność towaru z umową - umożliwia konsumentowi dochodzenie roszczeń w przypadku, gdy nabyta rzecz okazała się wadliwa. Jest ona jednak dobrowolna - przedsiębiorca może udzielić gwarancji, ale nie musi.

Podstawę stanowi oświadczenie sprzedawcy bądź producenta zamieszczone we wręczanym w chwili sprzedaży towaru dokumencie gwarancyjnym lub w reklamie. Określa ono obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego w przypadku, gdy właściwość sprzedanego towaru nie odpowiada cechom w nim wskazanym. Ponadto, dokument gwarancyjny powinien zawierać między innymi zakres terytorialny i czasowy gwarancji, oraz adres gwaranta.

Należy pamiętać, że gwarancja nie wyłącza uprawnień kupującego wobec sprzedawcy wynikających z niezgodności towaru z umową. Jeżeli na dany towar została udzielona gwarancja, konsument ma prawo wyboru, czy będzie dochodził swoich roszczeń w ramach gwarancji, czy w ramach niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. W przypadku, gdy konsument wybierze np. korzystanie z gwarancji - to korzysta z niej w stosunku do tej jednej, konkretnej usterki. W razie ujawnienia się w zakupionym towarze innej wady znów ma prawo wyboru, czy korzystać z uprawnień wynikających z gwarancji, czy z instytucji niezgodności towaru z umową. Jednakże nie można łączyć uprawnień z tych dwóch sposobów dochodzenia roszczeń.

Decydując się na skorzystanie z gwarancji, konsument składa reklamację: w miejscu wskazanym w gwarancji (punkt serwisowy, sprzedawca, producent - zależy to od gwaranta i musi być określone w warunkach gwarancji); w terminie określonym w gwarancji; wyłącznie z przyczyn, które są podane w dokumencie gwarancyjnym (gwarant często określa, jakiego rodzaju usterek nie obejmuje gwarancja). Przepisy nie ustalają terminu rozpatrzenia ani terminu załatwienia reklamacji złożonej na podstawie gwarancji. Terminy te powinny wynikać z dokumentu gwarancyjnego. W przypadku braku określenia tych terminów, gwarant powinien rozpatrzyć i załatwić reklamację niezwłocznie.

Aby umożliwić konsumentom dokonywanie dobrych wyborów poniżej przedstawiono różnice pomiędzy tymi dwoma reżimami dochodzenia roszczeń:

- **z tytułu niezgodności towaru z umową:** odpowiada sprzedawca, odpowiedzialność ta powstaje z mocy prawa, istnieje 2 lata od wydania towaru, kupujący może żądać naprawy lub wymiany towaru na nowy, a w dalszej kolejności może żądać obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy, konsument powinien zawiadomić sprzedawcę o stwierdzonej niezgodności w ciągu 2 miesięcy od jej stwierdzenia; przy ujawnieniu niezgodności z umową w terminie do 6 miesięcy od daty zakupu domniemywa się, że niezgodność ta (np. wada) istniała w chwili sprzedaży towaru,
- **z tytułu gwarancji:** odpowiada ten, kto udzielił gwarancji, czyli gwarant (w praktyce jest to najczęściej producent), roszczenia kieruje się do gwaranta, udzielenie gwarancji nie jest obowiązkowe, gwarant kształtuje treść gwarancji w dokumencie gwarancyjnym swobodnie, długość okresu gwarancji na dany towar określa ten - kto udziela gwarancji (gwarant), w ramach gwarancji najczęściej spotykaną formą **zaspokojenia roszczeń** jest naprawa lub wymiana, o sposobie zaspokojenia w konkretnej sytuacji decyduje sam gwarant.

## Do kogo zwrócić się o pomoc w razie sporu ze sprzedającym

### Rzecznicy konsumentów

W sytuacji, gdy konsument ma kłopoty ze sprzedającym powinien zwrócić się do właściwego miejscowo miejskiego bądź powiatowego rzecznika konsumentów, do zadań którego należy m.in. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. W razie potrzeby rzecznik może również wystąpić do przedsiębiorcy w imieniu i na rzecz konsumenta. Informacje o siedzibie właściwego dla danego powiatu lub miasta rzecznika konsumentów należy poszukać w najbliższym starostwie powiatowym lub w urzędzie miasta.

Adresy i telefony rzeczników, a także szczegółowe informacje można znaleźć także na stronie [www.uokik.gov.pl/rzecznicy\\_konsumentow.php](http://www.uokik.gov.pl/rzecznicy_konsumentow.php)

### Federacja Konsumentów

W razie problemów można się także zwrócić - osobiście lub telefonicznie - do jednego z klubów Federacji Konsumentów, które znajdują się w 48 miastach na terenie całej Polski. Jeżeli sprawa jest bardziej skomplikowana i nie wystarczy ustna porada, prawnicy Federacji mogą podjąć bezpośrednią interwencję - np. zwrócić się do przedsiębiorcy i wykazać mu, że postąpił nieprawidłowo. Adresy i telefony wszystkich biur Federacji, a także szczegółowe informacje można znaleźć na stronie [www.federajakonsumentow.org.pl](http://www.federajakonsumentow.org.pl)

Ponadto, funkcjonuje infolinia finansowana z budżetu UOKiK prowadzona przez Federację Konsumentów przeznaczona do udzielania porad konsumenckich:

*Bezpłatny telefon: 800 007 707 kontakt z każdego telefonu, codziennie od poniedziałku do piątku w godzinach 9<sup>00</sup> - 17<sup>00</sup> lub email: [porady\\_prawne@federacja-konsumentow](mailto:porady_prawne@federacja-konsumentow) .*

### Stowarzyszenie Konsumentów Polskich

Z problemami można również zwrócić się do prowadzonego przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich Konsumenckiego Centrum E-porad, które w ramach projektu finansowanego ze środków Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, udziela drogą elektroniczną bezpłatnych porad prawnych konsumentom pod adresem: [porady@dlakonsumentow.pl](mailto:porady@dlakonsumentow.pl)

## Przepisy pomocne w egzekwowaniu praw i obowiązków konsumentów w sprzedaży bezpośredniej

- Ustawa z dnia 27 lipca 2002 roku *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U. z 2002 r. nr 14 poz.1176, ze zm.).
- Ustawa z dnia 2 marca 2000 roku *o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Dz. U. z 2000 r. nr 22 poz. 271),
- Art. od 53 do 59 ustawy z dnia 12 maja 2011 roku *o kredycie konsumenckim* (Dz. U. z 2011 r. nr 126 poz.715, ze zm.),
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 roku *Kodeks cywilny* (Dz. U. z 1964 r., Nr 16, poz.93 z późn. zm.)
- Postanowienia „Kodeksu sprzedaży bezpośredniej” Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej, ale w zakresie ograniczonym tylko do członków tego Stowarzyszenia.