



Nowy  ad dla konsumentów

Jakie korzyści uzyskam jako konsument?

Ulotka informacyjna | kwiecień 2018 r.

V ra Jourov 

*Komisarz do spraw sprawiedliwosci,
konsumentów i równouprawnienia płci*



*Dyrekcja Generalna
ds. Sprawiedliwosci i
Konsumentów*



Nowy  ad dla konsumentów wzmacnia prawa konsumentów i zapewnia im możliwość korzystania z dodatkowych narzędzi przy dochodzeniu roszczeń z tytułu naruszenia przysluguj cych im uprawnień.

Wzmocnienie praw konsumentów



Ochrona przed nieuczciwymi praktykami handlowymi

W świetle przepisów prawa ochrony konsumentów stosowanie nieuczciwych praktyk handlowych jest zabronione. Prawo Unii nie określa jednak obecnie, jakiego rodzaju odszkodowania mogą dochodzi  konsumenci, którzy ponieśli szkod  w rezultacie stosowania takich praktyk.

Przykład: Konsument zarezerwowa  wakacje rodzinne w hotelu wyposażonym w centrum odnowy biologicznej. Po przyjeździe na miejsce konsument zostaje poinformowany, że centrum odnowy biologicznej jest zamknięte z uwagi na prowadzony remont.

Nowy  ad dla konsumentów zagwarantuje konsumentom we wszystkich państwach członkowskich prawo do korzystania z indywidualnych środków zaradczych (takich jak odszkodowanie) w przypadku, gdy ponieśli szkod  w rezultacie stosowania nieuczciwych praktyk handlowych, na przykład wskutek agresywnych lub wprowadzających w b d  dzia a  marketingowych.



Przejrzystość na rynkach internetowych

Konsument będzie informowany o tym, kto jest sprzedawc  produktów lub usług kupowanych przez niego na rynkach internetowych, oraz o tym, czy sprzedawca jest osobą prowadzącą działalność gospodarczą w tym zakresie, czy też innym konsumentem. Przyczyni się to do zwiększenia świadomości konsumentów w kwestii przysluguj cych im praw oraz u latwi im zidentyfikowanie podmiotu, do którego powinni się zwr ci  w przypadku napotkania problemów.

Przykład: Konsument kupi  rower górski na rynku internetowym, ale po jego doręczeniu okazało się, że ma uszkodzoną ram . Konsument nie zdawa  sobie sprawy z tego, że nie zakupi  roweru od przedsiębiorstwa, ale od innej osoby fizycznej. Dlatego też nie przyslugiwa y mu  adne prawa, z których mógłby korzysta  w przypadku, gdyby zakupi  rower od przedsiębiorcy zajmującego się sprzeda c ; w szczególności, w takim przypadku konsumentowi nie przyslugiwa aby gwarancja prawna, z której mógłby skorzysta , jeżeli towary okazałyby się wadliwe, ani prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży w terminie 14 dni.

Dzięki **nowemu ładowi dla konsumentów** rynek internetowy musi wyraźnie wskaza , czy konsument kupuje dany produkt / daną us ug  od przedsiębiorcy, czy też od innego konsumenta, i czy jest w związku z tym objęty ochron  zapewnia c  na mocy prawa ochrony konsumentów.



Ochrona przed agresywnymi praktykami w zakresie sprzedaży obwoźnej

Stosowanie agresywnych i wprowadzających w błąd praktyk marketingowych jest zabronione na mocy prawa Unii – dotyczy to również niechcianych wizyt przedstawicieli handlowych w miejscu zamieszkania konsumenta oraz wycieczek komercyjnych dla konsumentów organizowanych przez przedsiębiorców w celu promowania i sprzedaży oferowanych przez nich towarów. Choć tego rodzaju agresywne i wprowadzające w błąd praktyki są stosunkowo rzadkie, biorąc pod uwagę cały sektor sprzedaży bezpośredniej, w niektórych państwach członkowskich odnotowano przypadki organizowania przez przedsiębiorców wizyt, w trakcie których dochodziło do agresywnego promowania produktów wśród grup konsumentów podatnych na zagrożenia, takich jak osoby starsze, oraz do agresywnej sprzedaży produktów przedstawicielom tych grup. Konsumenti mogą odstąpić od umów zawartych w rezultacie takich wizyt w terminie 14 dni.

Dzięki **nowemu ładowi dla konsumentów** państwa członkowskie UE mogą przyjmować dodatkowe przepisy dotyczące niechcianych wizyt przedstawicieli handlowych w miejscu zamieszkania konsumenta i wycieczek organizowanych w celach komercyjnych. Takie dodatkowe przepisy muszą być uzasadnione, biorąc pod uwagę kwestie związane z ładem publicznym lub ochroną życia prywatnego konsumentów.

Przykład: *Konsumenti podatni na zagrożenia, tacy jak osoby starsze, mogą paść ofiarą agresywnych przedstawicieli handlowych organizujących niechciane wizyty w ich domach. Tacy konsumenci mogą zostać nakłonieni do zakupu przedmiotów, których nie potrzebują, albo do zakupu takich przedmiotów po zawyżonej cenie.*

Nowy ład dla konsumentów zapewnia państwom członkowskim możliwość rozwiązania tego problemu w swoich przepisach krajowych.



Równe prawa konsumentów w kwestii „darmowych” usług cyfrowych

Konsument będzie miał również prawo do odstąpienia od umów, których zawarcie nie wiązało się z koniecznością dokonania jakiegokolwiek opłaty, ale na mocy której przedsiębiorca uzyskał prawo do korzystania z danych osobowych konsumenta, np. do celów marketingowych, w terminie 14 dni, podobnie jak ma to miejsce w przypadku zawartej przez internet umowy dotyczącej płatnej usługi cyfrowej. Konsument będzie mógł również uzyskać informacje na temat najistotniejszych właściwości tego rodzaju usług przed zawarciem umowy.

Przykład: *Aby zalogować się do „bezpłatnej” aplikacji randkowej, konsument musi podać swoje imię i nazwisko, płeć, wiek, miejsce zamieszkania i adres e-mail. Konsument musi ponadto zamieścić kilka zdjęć i opublikować krótki opis.*

Dzięki **nowemu ładowi dla konsumentów** konsument będzie musiał mieć prawo do dostępu do przejrzystych informacji np. na temat okresu obowiązywania umowy i warunków odstąpienia od umowy. Konsument będzie miał również prawo do swobodnego usunięcia swojego konta w terminie 14 dni.

Zapewnienie konsumentom możliwości korzystania z narzędzi ochrony przysługujących im praw



Nowe narzędzie zbiorowego dochodzenia roszczeń

Jeżeli działalność danego przedsiębiorcy przyniosła szkodę znacznej liczbie konsumentów, tacy konsumenci będą mogli być reprezentowani przez organizacje nienastawione na zysk. Konsumenci często rezygnują z wniesienia indywidualnych środków zaskarżenia, ponieważ mają poczucie, że procedura związana z wnoszeniem takich środków zaskarżenia jest zbyt złożona lub że wartość doznanej przez nich szkody jest zbyt mała.

Przykład: Konsument kupił nową pralkę. Producent deklarował, że powinna ona zachować sprawność przez 10 lat, ale po 2 latach użytkowania pralka zaczęła ulegać regularnym awariom, po czym pewnego dnia całkowicie się zepsuła. Przedsiębiorca zignorował jednak wystosowane przez konsumenta żądanie wymiany pralki i wypłaty odszkodowania z tytułu poniesionych przez niego szkód. Po zapoznaniu się z komentarzami w internecie okazuje się, że setki innych osób borykają się z takim samym problemem.

Dzięki **nowemu ładowi dla konsumentów** krajowa organizacja konsumencka będzie mogła wytoczyć powództwo przedstawicielskie przeciwko danemu przedsiębiorstwu. Konsument będzie musiał przekazać tej organizacji wszelkie stosowne informacje; następnie organizacja konsumencka będzie reprezentowała nie tylko konsumenta, ale również pozostałe osoby, które poniosły szkodę wskutek działalności danego przedsiębiorcy, w toczącym się postępowaniu, dzięki czemu konsument otrzyma np. nową pralkę lub będzie mógł zawrzeć ugodę finansową z jej producentem.



Wzmocnienie mechanizmu alternatywnego i internetowego rozstrzygania sporów

Dzięki UE konsumenci mogą już korzystać z platformy internetowego rozstrzygania sporów (ODR) przy wypracowywaniu porozumienia z przedsiębiorcami prowadzącymi działalność w internecie w kwestii wyznaczenia osoby trzeciej odpowiedzialnej za rozstrzygnięcie sporu między konsumentem a takimi przedsiębiorcami. Pozwala to uniknąć konieczności wszczęcia postępowania przed sądem, na przykład dzięki skorzystaniu z usług określonego niezależnego mediatora. Z platformy tej mogą korzystać spółki z siedzibą w dowolnym państwie członkowskim UE; platforma oferuje również bezpłatne usługi tłumaczenia na wszystkie języki UE.

Przykład: Konsument kupuje zegarek autorstwa znanego projektanta w internecie. Po doręczeniu zegarka okazuje się jednak, że różni się on od zegarka zaprezentowanego online, ale przedsiębiorca temu zaprzecza. Konsument może zaproponować temu przedsiębiorcy wszczęcie internetowego postępowania służącego rozstrzygnięciu sporu przez internet za pośrednictwem platformy ODR.

Dzięki **nowemu ładowi dla konsumentów** Komisja zapewni, aby platforma ODR była bardziej przyjazna dla użytkowników, i będzie mogła promować platformę wśród przedsiębiorców.

<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=PL>

Zagwarantowanie równego traktowania konsumentów w UE



Wyeliminowanie wprowadzających w błąd praktyk związanych z wprowadzaniem do obrotu produktów niższej jakości

- Producent kawy sprzedaje kawę o mniejszej zawartości kofeiny i większej zawartości cukru w dwóch krajach pod podobną marką.
- Zawartość ryby w mrożonych paluszkach rybnych sprzedawanych w niektórych państwach jest niższa niż w innych państwach, mimo że paluszki te są sprzedawane w praktycznie takim samym opakowaniu.
- Z kolei w innych państwach mrożona herbata zawiera mniejszą ilość cukru i sztucznych substancji słodzących.

Wszystkie powyższe przykłady dotyczą przypadków domniemanych podwójnych standardów jakości produktów spożywczych w poszczególnych państwach UE.

Dzięki **nowemu ładowi dla konsumentów** Komisja będzie mogła zawrzeć w prawie Unii przepisy, na mocy których wprowadzanie do obrotu produktów w takim samym opakowaniu, ale o istotnie różniącym się składzie, bez informowania konsumentów o tych różnicach, będzie stanowiło nieuczciwą praktykę handlową. W rezultacie konsumenci są wprowadzani w błąd, ponieważ informuje się ich, że kupują ten sam produkt, podczas gdy tak nie jest, co prowadzi do nieuzasadnionego różnicowania produktów na jednolitym rynku.

Komisja podejmowała już szeroko zakrojone działania w tym zakresie w przeszłości. Wspólne Centrum Badawcze Komisji, przy wsparciu ponad połowy państw członkowskich i różnych zainteresowanych stron, będzie koordynowało realizację kampanii testowej w maju 2018 r. Oczekuje się, że pierwsze rezultaty tych działań będą widoczne pod koniec roku.

Przewodniczący Juncker stwierdził: „*Nie zaakceptuję tego, że w niektórych częściach Europy [...] sprzedaje się żywność niższej jakości niż w innych krajach, pomimo identycznego opakowania i marki*”.