



Punkt Kontaktowy ds. e-handlu  
dla Usługodawców i Usługobiorców  
**PUNKT**

2014

# Prawo obrotu elektronicznego. Zmiany w przepisach



**Autorzy:**

dr Marcin Mazgaj  
Małgorzata Poznańska  
Mateusz Staszek

**Koncepcja publikacji:**

Paweł Chaber

**Wydawca:**

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)  
ul. Pańska 81/83  
00-834 Warszawa

[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

Wydanie I  
Publikacja bezpłatna

Zadanie finansowanie jest przez Ministerstwo Gospodarki ze środków budżetu państwa.

Copyrights by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości Warszawa 2014.  
Wszelkie prawa zastrzeżone

Opinie i poglądy wygłoszone przez Autorów publikacji nie muszą być zbieżne z poglądami i opiniami PARP i jego pracowników.

# Spis treści

<b>1. Zmiany w e-handlu</b>	<b>s.4</b>
1.1. Nowa ustawa o prawach konsumenta	s.4
1.2. Sprzedaż żywności w Internecie oraz produktów pochodzących z rolnych dostaw bezpośrednich	s.15
1.3. Wzory dokumentów	s.20
1.3.1. Regulamin e-sklepu	s.20
1.3.2. Wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy	s.28
1.3.3. Wzór formularza odstąpienia od umowy	s.30
1.3.4. Wzór protokołu reklamacyjnego	s.31
1.3.5. Wzór informacji dotyczącej potwierdzenia zamówienia	s.32
<b>2. Zmiany podatkowe w 2015 r.</b>	<b>s.33</b>
2.1. Nowe definicje usług nadawczych, telekomunikacyjnych i elektronicznych	s.33
2.2. Opodatkowanie usług elektronicznych w 2015 r.	s.33
2.3. Mini One Stop Shop (MOSS)	s.35
<b>3. Wspólne europejskie prawo sprzedaży (CESL)</b>	<b>s.37</b>
3.1. Internetowy handel transgraniczny	s.38
3.2. Ochrona konsumenta	s.38
3.3. Ochrona MŚP	s.41

*„Niniejsze opracowanie uwzględnia stan prawny na dzień 15.11.2014 r. i zawiera jedynie informacje natury ogólnej, które nie stanowią porad księgowych, podatkowych, inwestycyjnych, finansowych, konsultingowych, prawnych czy innych. Nie należy wyłącznie na podstawie publikacji podejmować decyzji, dotyczących działalności przedsiębiorstwa. Istnieje konieczność weryfikacji zapisów z prawnikiem pod kątem aktualności treści zawartych w e-booku.”*

## 1. Zmiany w e-handlu

25 grudnia 2014 r. wejdzie w życie nowa ustawa o prawach konsumenta<sup>1</sup>, która wdraża szereg przepisów unijnych, również z zakresu e-handlu. Przedsiębiorców zajmujących się działalnością w Internecie warto jednak od razu uspokoić – żadnej rewolucji nie będzie. Zmiany, które nastąpią, mają tylko uprościć dotychczasowe regulacje. Natomiast na barkach osób handlujących w sieci spocznie dostosowanie regulaminów serwisów internetowych do nowych przepisów oraz wprowadzenie zmian systemowych w sprzedaży.

### 1.1. Nowa ustawa o prawach konsumenta

Zmiany dotyczące e-handlu można podzielić na kilka rodzajów: 1) zmiany w zakresie możliwości odstąpienia przez konsumenta od umowy bez podania przyczyny, 2) zmiany techniczne w zakresie zawierania umowy z konsumentem, 3) nowe obowiązki informacyjne e-sklepu, 4) nowa regulacja rękojmi za wady rzeczy sprzedanej (lub dzieła), 5) nowa regulacja gwarancji. W mediach najbardziej nagłośniono zmianę terminu do odstąpienia od umowy przez kupującego bez podania przyczyny (tzw. cooling-off period). Poprzednio wynosił on w Polsce 10 dni, teraz został wydłużony do 14 dni (termin ten zostaje jednak przedłużony o rok, jeżeli przedsiębiorca nie poinformuje kupującego o przysługującym mu prawie do odstąpienia od umowy). Nie będzie to stanowić znaczącej różnicy w praktyce.

#### UWAGA:

Prawo odstąpienia nie będzie przysługiwać konsumentowi w przypadkach wyliczonych w ustawie.

Dla e-handlu natomiast największe znaczenie będzie miało to, że<sup>2</sup>:

- **prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje** przy umowach o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy. Prawo do odstąpienia nie będzie zatem przysługiwało klientowi, gdy np. sprzedajemy w Internecie dostęp do serwisu, na którym można oglądać filmy online;
- **prawo do odstąpienia nie będzie przysługiwać konsumentowi** również w odniesieniu do umowy, w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

W tym miejscu można też wspomnieć o zmianach w zakresie kosztów, jakie zostaną poniesione w przypadku odstąpienia od umowy. Otóż w praktyce będzie to wyglądać następująco:

- koszty związane z wysłaniem towaru do konsumenta w najniższej możliwej wysokości poniesie przedsiębiorca (np. jeśli dany przedmiot może być wysłany listem ekonomicznym za 3 zł lub kurierem za 20 zł, to te 3 zł przedsiębiorca będzie musiał konsumentowi zwrócić);

---

1. Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827), zwana dalej: „UPK”, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20140000827> (dostęp 05.11.2014)

2. Przykłady podane za art. 38 pkt. 9 i 13 UPK.

- koszty związane z wysłaniem towaru do konsumenta przewyższające koszty najniższe poniesie konsument (w przykładzie powyżej będzie chodziło o 17 zł);
- koszty związane z odesłaniem towaru z powrotem do przedsiębiorcy poniesie konsument.



Oczywiście konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy. Na przykład, jeśli sprzedamy konsumentowi stół, a ten – korzystając z prawa odstąpienia od umowy – odeśle nam go bez jednej nogi, to możemy obciążyć konsumenta kosztami doprowadzenia stołu do stanu poprzedniego. Jeśli chodzi o kwestie techniczne związane z zawieraniem umów, trzeba tu wspomnieć o wszelkich dodatkowych płatnościach, jakie konsument miałby ponieść w związku z daną transakcją (np. koszty dostawy). Otóż zabronione będzie domyślne zaznaczanie tego typu opcji pod sankcją zwrotu konsumentowi tego typu kosztów. Przykładowo zatem, jeżeli przedsiębiorca w swoim sklepie internetowym wskaże cenę towaru, a obok umieści automatycznie uzupełniony formularz, zgodnie z którym konsument „wyrazi zgodę” na pokrycie kosztów transportu, montażu itd., to konsument będzie mógł żądać zwrotu tych kosztów. W tym miejscu warto też dodać, że jeżeli zawarcie umowy ma nastąpić przez kliknięcie w przycisk na stronie internetowej, to przycisk ten powinien być opatrzony napisem „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty”<sup>3</sup> lub innym równoważnym pod rygorem niezwiązania konsumenta umową. Jeżeli dla celów kontaktowania się w sprawie zawartej umowy przedsiębiorca podaje numer telefonu, to opłata za połączenie z tym numerem nie może być wyższa niż opłata za zwykłe połączenie telefoniczne, według stawek operatora konsumenta.

3. Z ustawy nie wynika jednoznacznie jak daleko treść przycisku może odbiegać od sformułowania „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty”. Dlatego też, dopóki nie wykształci się jednolite orzecznictwo w tym zakresie, bezpieczniej stosować opis przycisku o brzmieniu dokładnie takim, jakie przewiduje UPK.

Istotną nowością jest to, że ustawa nakłada obowiązek niezwłocznego dostarczenia produktu konsumentowi, nie później niż w ciągu 30 dni od zawarcia umowy. Po tym terminie przedsiębiorca popada w opóźnienie, co może rodzić różne prawne konsekwencje. Z tego powodu w przypadku sklepów oferujących produkty, których dostarczenie może trwać dłużej, zaleca się wprowadzenie do regulaminu odpowiedniego postanowienia wydłużającego termin na dostarczenie rzeczy. Z kolei, jeśli chodzi o obowiązki informacyjne, których listę zawiera art. 12 ust. 1 ustawy, spośród 21 informacji wyliczonych w ustawie bezpośrednio przed złożeniem zamówienia należy wyraźnie przedstawić konsumentowi informacje o:

- głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;
- łącznej cenie produktu wraz z podatkami oraz cenie usług dodatkowych, czyli np. kosztów transportu, usług pocztowych itp.;
- czasie trwania umowy, jeżeli świadczenie ma charakter ciągły (np. prenumerata, czy dostęp do jakichś usług internetowych);
- minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy (np. przez ile miesięcy konsument ma płacić za jakąś usługę).

Zatem, kiedy konsument kupuje produkt w serwisie internetowym, to bezpośrednio przed kliknięciem w przycisk (który musi być odpowiednio opisany) powinny konsumentowi wyświetlić się wyżej wymienione informacje. Pozostałe informacje mogą być dostępne dla konsumenta np. poprzez podanie do nich odpowiedniego odnośnika.

Jeszcze wcześniej, bo przed rozpoczęciem składania zamówienia na stronie internetowej, powinny w sposób wyraźny zostać przedstawione informacje o: ograniczeniach dotyczących dostawy (np. tylko na terytorium Polski), o akceptowanych sposobach płatności (np. ograniczenie wyłącznie do płatności elektronicznych). W zakresie płatności nowelizacja chronić będzie konsumentów również w ten sposób, że zabronione będzie obciążanie konsumenta opłatą dodatkową za skorzystanie z określonego sposobu płatności, większą niż koszty poniesione przez przedsiębiorcę w związku z danym sposobem zapłaty. Przedsiębiorca poza tym ma obowiązek dostarczyć konsumentowi – najpóźniej do chwili wydania rzeczy – potwierdzenie zawarcia umowy na trwałym nośniku. W praktyce wystarczy przesłać takie potwierdzenie mailem – trwałym nośnikiem będzie wtedy serwer obsługujący pocztę elektroniczną kupującego.

Na koniec należy dodać, że ciężar dowodu spełnienia obowiązków informacyjnych względem konsumenta ponosi przedsiębiorca. Ustawodawca wprowadza formularz pouczenia o możliwości odstąpienia od umowy. Dostarczenie takiego formularza na skrzynkę elektroniczną konsumenta czyni zadość obowiązkowi informacyjnym w zakresie poinformowania o:

- sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy;
- kosztach zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument oraz kosztach zwrotu rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą.

Poza tym ustawodawca na nowo uregulował instytucję rękojmi za wady sprzedanego towaru. Instytucji tej nie można mylić z wyżej omówionym prawem odstąpienia od umowy w ciągu 14 dni. Otóż możliwość odstąpienia istnieje zawsze (poza kilkoma wyjątkami, o czym już wspominaliśmy) i jest niezależna od tego, czy sprzedany towar jest wadliwy, czy też nie. Rękojmia natomiast chroni kupującego w przypadku, kiedy sprzedany mu towar posiada jakąś wadę. Odpowiedzialność ta jest niezależna od winy przedsiębiorcy: nie może się od niej uchylić sprzedawca twierdzący np., że to nie on jest producentem towaru, i że nie wiedział o wadliwości towaru. Odpowiedzialności tej nie można również wyłączyć żadnym postanowieniem umowy.

Warto też przypomnieć o znanym już wcześniej rozwiązaniu, którego zakres został teraz dodatkowo rozszerzony. Otóż, jeżeli w związku z wadą towaru konsument wystosuje do nas – jako przedsiębiorcy prowadzącego sklep internetowy – żądanie obniżenia ceny, wymiany lub naprawy rzeczy, musimy się do takiego żądania ustosunkować w ciągu 14 dni. W przeciwnym razie uznaje się, że żądania konsumenta są uzasadnione i będziemy musieli je spełnić. Zmiany dotyczą także wydłużenia terminów, w których konsument może wykonywać swoje uprawnienia z tytułu rękojmi.

Zmianie uległa też instytucja gwarancji. Przede wszystkim do udzielenia gwarancji nie będzie już wymagane wydanie dokumentu gwarancyjnego, a wystarczy jedynie złożenie oświadczenia w dowolnej formie. Może to być nawet reklama, w której producent informuje konsumenta, że udziela na swoje produkty stosownej gwarancji. Jeżeli czas trwania gwarancji nie został sprecyzowany w takim oświadczeniu, przyjmować się będzie, że wynosi on 2 lata (w poprzednim stanie prawnym był to jeden rok). W nowych przepisach sprecyzowany został też czas wykonania przez gwaranta czynności, do których się zobowiązał. Powinno to nastąpić najpóźniej w ciągu 14 dni licząc od dnia dostarczenia rzeczy przez uprawnionego. Ustawa nie określa natomiast jednoznacznie, jakie konkretnie obowiązki będą spoczywać na gwarancie. Przede wszystkim zależy to od treści oświadczenia gwarancyjnego. Jeżeli jednak w tym oświadczeniu obowiązki gwaranta nie zostały sprecyzowane, przyjmuje się, że jest on zobowiązany do naprawy rzeczy albo do jej wymiany. Prawo do wyboru, które z tych działań zostaną podjęte, należy do gwaranta. Przyjmuje się przy tym, że jeżeli dana rzecz psułaby się więcej niż jeden raz w okresie gwarancji, wówczas kupującemu przysługuje żądanie o wydanie rzeczy wolnej od wad, a zatem wymiany rzeczy na nową.

## Obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem

**Na przedsiębiorcy spoczywa** obowiązek informacyjny, który jednak nie dotyczy drobnych umów życia codziennego wykonywanych natychmiastowo np. codziennych zakupów.

W przypadku, gdy dane informacje nie wynikają z okoliczności, przedsiębiorca ma obowiązek najpóźniej przed zawarciem umowy z konsumentem podać mu informacje dotyczące w szczególności:

- a) głównych cech przedmiotu umowy;
- b) danych identyfikujących przedsiębiorcę obejmujących nazwę firmy, organ rejestrujący, a także nadany przedsiębiorcy numer REGON oraz adres i numer telefoniczny;
- c) łącznej ceny wraz z podatkami, ceną dostawy oraz wszelkimi innymi kosztami lub sposób jej obliczenia; gdy nie można ustalić wszystkich kosztów, należy poinformować o obowiązku ich uiszczenia;
- d) terminów i sposobów spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę;
- e) procedury rozpatrywania reklamacji;
- f) odpowiedzialności ponoszonej przez przedsiębiorcę za jakość wykonanego świadczenia;

- g) treści gwarancji;
- h) czasu trwania umowy (w przypadku umowy zawartej na czas z góry nieoznaczony należy podać informację o sposobie i warunkach jej wypowiedzenia)<sup>4</sup>.

Najpóźniej w chwili wyrażenia zgody konsumenta na związanie się umową przedsiębiorca musi uzyskać jego zgodę na każdą dodatkową płatność, która nie obejmuje uzgodnionego wynagrodzenia. Należą do nich np. koszt dostawy do domu lub koszt montażu. Jeżeli przedsiębiorca nie uzyskał wyraźnej zgody, a konsument będzie zobowiązany do dodatkowej płatności, może on żądać zwrotu poniesionych kosztów dodatkowych na podstawie art. 10 ust. 2 UPK.

## Zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>5</sup>

Przed wyrażeniem przez konsumenta zgody na związanie się umową przedsiębiorca ma zatem obowiązek poinformować go w sposób jasny i zrozumiały o wielu istotnych kwestiach. Przepisy określają szereg obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy dotyczących w szczególności:

- a) kosztów zwrotu zamówionego towaru ponoszonych przez konsumenta w przypadku skorzystania z prawa odstąpienia od umowy; a także kosztach związanych ze zwrotem rzeczy, jeżeli ze względu na swój specyficzny charakter nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą (np. z powodu gabarytów);
- b) braku prawa odstąpienia od umowy w enumeratywnie wymienionych przez ustawę przypadkach (np. rozpoczęcie świadczenia dostawy energii przed upływem terminu do odstąpienia od umowy) lub okolicznościach, w których konsument traci prawo odstąpienia od umowy;
- c) kwestii obejmujących wysokość, a także sposób złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument ma obowiązek uiścić na żądanie przedsiębiorcy;
- d) potencjalnych możliwości wykorzystania pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia swoich praw oraz zasadach dostępu do tych procedur. Jeśli konsument sam zażąda wykonania usługi albo dostarczenia wody, gazu, energii elektrycznej, a nie są one dostarczane w ograniczonych ilościach, natomiast wykonanie to (lub dostarczanie) ma się **rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca powinien wymagać od konsumenta złożenia na trwałym nośniku wyraźnego oświadczenia zawierającego takie żądanie.**

Gdy wartość umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie przekracza 600 zł, a konsument zażądał dokonania naprawy lub konserwacji przez przedsiębiorcę, zaś strony natychmiast wykonują swoje zobowiązania, przedsiębiorca ma obowiązek przedstawić podstawowe informacje o swoich danych identyfikujących, adresie przedsiębiorstwa, wynagrodzeniu i kosztorysie przedmiotowej naprawy/konserwacji. Musi też przedstawić główne cechy świadczenia, podać informację o prawie odstąpienia od umowy oraz o sytuacjach, w których konsumentowi ono nie przysługuje. Jeśli umowa jest zawierana z konsumentem przy użyciu środków komunikacji elektronicznej (np. e-mail), a także przewiduje, że będzie on obarczony obowiązkiem zapłaty, przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć konsumentowi **bezpośrednio przed złożeniem zamówienia** informacji obejmujących przede wszystkim: główne cechy świadczenia, sposobu kontaktowania się między stronami stosunku prawnego i wynagrodzenia.

4. Art. 8 UPK.

5. Opisane w tej części kwestie unormowane są w art. 12-26 UPK.



Strona internetowa prowadzona przez przedsiębiorcę musi zawierać informacje dotyczące ograniczeń w sposobach dostawy i płatności. Powinna np. wymieniać firmy kurierskie, z którymi współpracuje dany e-sklep, czy wyszczególniać akceptowane formy płatności. Ponadto jeżeli do złożenia zamówienia używa się przycisków na wzór „kup teraz”, muszą być one opatrzone słowami: „zamówienie z obowiązkiem zapłaty”. Jeżeli przedsiębiorca nie zastosuje się do tych dwóch wymagań, umowa między nim a konsumentem będzie uważana w świetle prawa za niezawartą. Jeżeli wykorzystany do kontaktowania się z konsumentem środek komunikacji ogranicza możliwości przekazania mu pełnego wachlarza wymaganych informacji, przedsiębiorca musi przynajmniej dostarczyć konsumentowi informacje dotyczące głównych cech świadczenia i czasu trwania umowy, oznaczenia, ceny oraz prawa odstąpienia od umowy. Przedsiębiorca ma również obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe wymagane prawem informacje (tj. informacje zawarte we wcześniej przedstawionym wyliczeniu). Musi to uczynić w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość, a informacje te powinny być czytelne i wyrażone zrozumiałym językiem.

Jeżeli przedsiębiorca w celu zawarcia umowy kontaktuje się z konsumentem drogą telefoniczną, na początku rozmowy musi poinformować konsumenta o tym celu oraz podać dane identyfikujące. Oświadczenie konsumenta o zawarciu umowy jest skuteczne, jeżeli zostało utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy. Przedsiębiorca ma bowiem obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie takie obejmuje:

- 1) wszelkie wymagane informacje, które zostały wspomniane powyżej, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy;
- 2) informację o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy.

Spełnienie obowiązków informacyjnych przez przedsiębiorcę oraz ich potwierdzenie sprawia, że informacje te stają się częścią umowy i mogą być zmienione jedynie za zgodą obu stron. Jeżeli przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o kosztach, które ten ma ponieść, skutkuje to brakiem obciążenia tymi kosztami konsumenta. Odnosi się to wówczas do sposobu określenia kosztów i ich zwrotu w przypadku odstąpienia od umowy. Taka sytuacja ma miejsce, zwłaszcza, gdy zwrot rzeczy, ze względu na jej charakter, nie jest możliwy w zwykłym trybie odesłania pocztą. Ewentualne udowodnienie, że przedsiębiorca udzielił konsumentowi wszystkich wymaganych informacji, spoczywa na przedsiębiorcy. Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową przedsiębiorca ma obowiązek uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie. Jeżeli przedsiębiorca nie uzyskał takiej zgody, lecz założył, że ją uzyska, a konsument poniósł dodatkowe koszty, konsument ma prawo do zwrotu uiszczonych dodatkowych kosztów.

## Zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa <sup>6</sup>

Konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, przy czym:

- a) jeżeli konsument wybrał sposób dostarczenia rzeczy inny niż najtańszy zwykły sposób oferowany przez przedsiębiorcę, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu poniesionych przez niego dodatkowych kosztów;
- b) konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów przed zawarciem umowy;
- c) jeżeli konsument zażądał wykonania świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, ponosi on koszty wykonanego świadczenia do chwili odstąpienia. Konsument będzie wówczas zmuszony uiścić przedsiębiorcy wynagrodzenie proporcjonalne do wykonanego świadczenia, za okres w którym świadczona była usługa, aż do dnia odstąpienia od umowy.

Za początek czternastodniowego terminu do odstąpienia od umowy uznaje się moment wydania rzeczy konsumentowi. Gdy umowa obejmuje dostarczanie towaru częściowo, będzie to moment, w którym konsument posiada ostatnią dostarczoną część. Jeśli umowa wymaga regularnego dostarczania pewnych towarów, a znany jest określony czas jej trwania, 14 dni liczy się od chwili, w której konsument wszedł w posiadanie pierwszej rzeczy. W przypadku innych umów bieg terminu zaczyna się w dniu zawarcia umowy.

Jeżeli konsument nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy, prawo to wygasa po upływie 12 miesięcy, licząc od dnia upływu terminu czternastodniowego. Jednakże w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie poinformował przed zawarciem umowy o przysługującym prawie, lecz dopełnił tego obowiązku w terminie późniejszym, termin 14 dni na odstąpienie liczymy od dnia, w którym konsument uzyskał tę informację.

Konsument może odstąpić od umowy, składając przedsiębiorcy oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Oświadczenie to można złożyć na formularzu oraz jest skuteczne, jeżeli zostało wysłane przed upływem terminu. Przedsiębiorca może zapewnić możliwość złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy przez Internet. Musi wówczas niezwłocznie przesłać konsumentowi potwierdzenia tego oświadczenia o odstąpieniu na trwałym nośniku.

Jeżeli konsument złożył oświadczenie o odstąpieniu od umowy zanim przedsiębiorca przyjął jego ofertę, oferta ta przestaje wiązać. Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy. Jeżeli przedsiębiorca nie zaproponował, że sam odbierze rzecz od konsumenta, może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jej odesłania. Konsument ma obowiązek zwrócić rzecz przedsiębiorcy lub przekazać ją osobie upoważnionej przez przedsiębiorcę niezwłocznie, jednak nie później niż w ciągu 14 dni od dnia, w którym odstąpił od umowy.

6. Opisane kwestie dot. prawa odstąpienia uregulowane są w art. 27-38 UPK.

Jeżeli umowę zawarto poza lokalem przedsiębiorstwa, a rzecz dostarczono konsumentowi do miejsca, w którym zamieszkiwał, przedsiębiorca jest zobowiązany do odebrania rzeczy na swój koszt, gdy ze względu na charakter rzeczy nie można jej odesłać w zwykły sposób pocztą. Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny, chyba że przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy.

Konsument nie ponosi kosztów w dwóch przewidzianych przypadkach. Po pierwsze, jeżeli przy zawieraniu umowy obejmującej np. świadczenie usług przedsiębiorca nie dopełnił obowiązku informacyjnego, który miał uświadomić konsumentowi jego prawo do odstąpienia od umowy. W drugim przypadku, gdy konsument zamawia treść cyfrową i nie został poinformowany o utracie przysługującego mu prawa. Jeżeli np. sklep internetowy nie informuje konsumenta o tym, że utraci on prawo do odstąpienia po pobraniu pliku, będzie on mógł skorzystać z tego prawa także po pobraniu pliku.

Ustawodawca przyjął katalog obejmujący szereg umów, w których konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem lub na odległość. W szczególności są to umowy:

- w których cena lub wynagrodzenie jest uwarunkowane wahaniami na rynkach finansowych, np. cena akcji;
- w których przedmiotem świadczenia jest rzecz wyprodukowana według specyfikacji konsumenta, np. szycie na wymiar; w których głównym przedmiotem świadczenia są towary ulegające szybkiemu zepsuciu, np. żywność; w których przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych (np. bielizna, stroje kąpielowe); obejmujące zakup napojów alkoholowych, których wartość zależy od wahań rynkowych;
- w których przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte – w przypadku zerwania folii z płyty CD. Poza tym należą do nich umowy zawarte na aukcjach publicznych, o dostarczanie czasopism, najmu samochodów, a także dotyczące zakwaterowania w lokalach przeznaczonych do innych celów niż mieszkalne (np. wynajęcie pokoju w hotelu dokonanego w celach turystycznych).

## Zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych <sup>7</sup>

Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową przedsiębiorca jest obowiązany poinformować konsumenta o zamiarze zawarcia umowy oraz o sposobie porozumiewania się na odległość. Oczywiście, ciąży na nim także obowiązek informacyjny, który obejmuje podanie wielu danych, również tych przytoczonych powyżej, wśród nich należy wymienić te najważniejsze jak na przykład:

- nazwa oraz adres przedsiębiorcy, a w przypadku gdy posiada on przedstawiciela polskiego należy także podać odpowiednio jego dane;
- istotne właściwości świadczenia – tu należy podkreślić bardzo szeroki zakres takich właściwości, który wynika ze specyfiki oferowania usług finansowych;
- cena lub wynagrodzenie; analogicznie do poprzednich rodzajów umów należy także przedstawić wszelkie koszty, a jeżeli nie można na daną chwilę ich ustalić trzeba przynajmniej przedstawić sposób ich obliczania;
- wszelkie informacje dotyczące terminów płatności, sposobie świadczenia usługi finansowej;
- prawo odstąpienia od umowy oraz wskazanie sytuacji, w których nie przysługuje ono konsumentowi, a także kosztach związanych z potencjalnym odstąpieniem;
- czas trwania umowy jeżeli umowa zawierana jest na czas określony, ale także przewidywany minimalny czas trwania stosunku prawnego łączącego strony w świadczeniach o charakterze okresowym lub ciągłym;
- kwestia reklamacji – np. procedura, miejsce, sposób i termin obejmujący gwarancje;
- należy wskazać także sąd, który jest właściwy do rozstrzygnięcia możliwego sporu;
- istnieniu funduszu gwarancyjnego lub innych systemów gwarancyjnych, jeżeli takie istnieją.

W sytuacji, gdy przedsiębiorca przekazuje informacje konsumentowi podczas rozmowy telefonicznej nie musi on **po uzyskaniu zgody konsumenta** podawać wszelkich wymienionych wcześniej danych. Wyjątkiem jest informacja o prawie do odstąpienia od umowy oraz wszelkich związanych z tym faktem kosztach, a także o prawie do żądania przedstawienia informacji, o których mowa i sposobie ich uzyskania. Co więcej przedsiębiorca jest obowiązany do przekazania konsumentowi tych informacji, utrwalonych na papierze lub innym trwałym nośniku (np. płyta CD, pendrive, ale też e-mail<sup>8</sup>), przed zawarciem umowy, a gdy umowa jest zawierana z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość, którego możliwości techniczne na to nie pozwalają – niezwłocznie po jej zawarciu. W czasie trwania umowy konsument ma prawo żądać potwierdzenia jej treści na piśmie. Konsument ma także prawo żądać zmiany środka porozumiewania się na odległość, chyba że stosowanie takiego środka nie jest przewidziane w umowie.

7. Kwestie opisane w tej części uregulowane są w art. 39-43 UPK.

8. B. Kaczmarek-Templin i in., Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz, komentarz do art. 2, Nb 31 (dostęp w systemie informacji prawnej Legalis).

## Przedsiębiorca, zanim zwiąże się z konsumentem umową, ma obowiązek poinformowania go o:

- głównych cechach oferowanych towarów lub usług;
- wszelkich danych identyfikujących przedsiębiorcę;
- pełnym adresie pocztowym, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, a także numerze faksu, telefonu, czy adresie e-mail, tak aby umożliwić konsumentowi szybki i skuteczny kontakt z przedsiębiorcą;
- pełnym adresie prowadzenia działalności, jeżeli jest on inny od adresu, o którym mówiliśmy powyżej;
- pełnej, łącznej cenie towarów i usług wraz z podatkami – ma to ułatwić konsumentom podjęcie świadomej decyzji o zakupie poprzez umożliwienie mu łatwego porównania cen oferowanych przez różnych przedsiębiorców;
- kosztach korzystania ze środka służącego do zawarcia umowy, jeżeli koszty te przewyższają cenę taryfy standardowej;
- szczegółowych warunkach płatności i dostarczenia towaru oraz o zasadach rozpatrywania ewentualnych reklamacji;
- warunkach, terminie oraz procedurach korzystania z prawa odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, jeżeli w odniesieniu do kupowanego towaru prawo to przysługuje, a także o specjalnym wzorze formularza do odstąpienia od umowy;
- kosztach, jakie konsument będzie obowiązany zapłacić przedsiębiorcy w razie odstąpienia od umowy
- o tym, że w danym przypadku konsumentowi nie będzie przysługiwało prawo do odstąpienia od umowy albo, że z jakiegoś powodu utracił on możliwość skorzystania z tego prawa;
- kosztach jakie będzie musiał ponieść konsument w razie ewentualnego zwrotu zakupionego produktu;
- o tym, że istnieje prawny obowiązek zapewnienia zgodności oferowanego towaru z umową;
- warunkach ewentualnej obsługi posprzedażnej oraz informacji o udzieleniu gwarancji handlowej na dany produkt;
- istnieniu i stosowaniu określonych kodeksów postępowania;
- czasie trwania umowy i warunkach jej rozwiązania jeżeli została zawarta na czas nieokreślony lub miałyby podlegać automatycznemu przedłużeniu
- minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy;
- kaucjach lub innych gwarancjach finansowych, do których zobowiązany może być konsument;
- interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym lub oprogramowaniem;
- możliwościach skorzystania z pozasądowych mechanizmów dochodzenia roszczeń i wykonywania reklamacji.

Obowiązek informacyjny nie dotyczy jednorazowych świadczeń, które są spełniane przy użyciu środków porozumiewania się na odległość, i za które fakturę wystawia osoba fizyczna lub prawna, która w ramach swojego przedsiębiorstwa udostępnia co najmniej jeden środek porozumiewania się na odległość dostępny dla konsumenta i przedsiębiorcy. Wyjątkiem są informacje o nazwie i siedzibie (w zależności od sytuacji i struktury firmy) przedsiębiorcy, jego przedstawiciela na terenie RP, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

W wypadku wykonywania poszczególnych czynności o tym samym charakterze pomiędzy tymi samymi stronami, jeżeli czynności te wynikają z wcześniej zawartej umowy ramowej, obowiązek informacyjny dotyczy tylko pierwszej z tych czynności. Innymi słowy, jeżeli konsumenta oraz przedsiębiorcę łączy jedna umowa ramowa, i w związku z nią dokonują oni czynności o tym samym charakterze, nie trzeba po raz kolejny przedstawiać całego katalogu informacji wymaganych przez ustawodawcę. Obowiązek informacyjny uważa się za spełniony, jeżeli przedsiębiorca przekazał konsumentowi informacje zgodnie ze wzorem określonym w formularzu informacyjnym.

Konsument, który zawarł na odległość umowę o usługi finansowe, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając oświadczenie na piśmie, w terminie 14 dni (w przypadku umów ubezpieczenia przewidzianych jest 30 dni) od dnia zawarcia umowy lub od dnia potwierdzenia tych informacji, jeżeli jest to termin późniejszy. Termin uważa się za zachowany, jeżeli oświadczenie zostało wysłane przez konsumenta przed jego upływem.

W przypadku odstąpienia od umowy, umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym w terminie 30 dni:

- 1) od odstąpienia od umowy – w przypadku świadczeń konsumenta albo
- 2) od otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy – w przypadku świadczeń przedsiębiorcy.

W przypadku rozpoczętego za zgodą konsumenta świadczenia usług przed upływem terminów, o których mowa powyżej - w pkt. 1) i 2) - przedsiębiorca może żądać zapłaty ceny lub wynagrodzenia za usługę rzeczywiście wykonaną (analogicznie jak przy umowach zawieranych na odległość). Jednakże przedsiębiorca nie może żądać zapłaty, o której mowa powyżej, jeżeli rozpoczął świadczenie usług bez zgody konsumenta, a także jeżeli nie wskazał wysokości ceny lub wynagrodzenia, które konsument byłby zobowiązany zapłacić w takim przypadku.

**Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje konsumentowi w przypadkach umów:**

- 1) **całkowicie wykonanych na żądanie konsumenta** przed końcem upływu terminu do odstąpienia od umowy;
- 2) **dotyczących instrumentów rynku pieniężnego**, zbywalnych papierów wartościowych, tytułów uczestnictwa w instytucjach zbiorowego inwestowania, sprzedaży papierów wartościowych ze zobowiązaniem do ich odkupu oraz operacji finansowych, w których ustalono cenę, kurs, stopę procentową lub indeks, a w szczególności nabywanie walut, papierów wartościowych, złota lub innych metali szlachetnych, towarów lub praw, w tym umowy obliczone tylko na różnice cen, opcje i prawa pochodne, zawarte na umówioną datę lub umówiony termin, w obrocie rynkowym;

**3) ubezpieczenia podróży i bagażu**, jeżeli do umowy o świadczenie usług finansowych jest dołączona inna umowa zawarta na odległość dotycząca usług świadczonych przez przedsiębiorcę lub podmiot inny niż przedsiębiorca, odstąpienie od umowy zawartej na odległość dotyczącej usług finansowych jest skuteczne także wobec tej kolejnej umowy.

Bardzo ważny w tego typu umowach jest fakt, iż w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie dopełni **poszczególnych obowiązków informacyjnych, konsument ma prawo odstąpić od umowy w każdym momencie bez konieczności ponoszenia kosztów** przyznanych przedsiębiorcy.

Ustawodawca zastrzega, że w przypadku umowy zawartej na czas nieoznaczony, każda ze stron może ją wypowiedzieć bez wskazania przyczyn, z zachowaniem miesięcznego (lub – jeżeli strony tak ustaliły – krótszego) terminu wypowiedzenia. Przepisy te nie znajdują zastosowania do usług polegających na gromadzeniu środków pieniężnych i ich lokowaniu, z przeznaczeniem na wypłatę członkom otwartego funduszu emerytalnego lub uczestnikom pracowniczego funduszu emerytalnego po osiągnięciu przez nich wieku emerytalnego. Nie stosuje się ich także do odstąpienia od umowy o kredyt konsumencki zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

## 1.2. Sprzedaż żywności w Internecie oraz produktów pochodzących z rolnych dostaw bezpośrednich

13 grudnia 2014 r. wchodzi w życie rozporządzenie unijne z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności<sup>9</sup>. Rozporządzenie to ma zapewnić wysoki stopień ochrony konsumentów, przy uwzględnieniu poziomu ich wiedzy i potrzeb informacyjnych oraz zapewnić płynne funkcjonowanie rynku wewnętrznego. Określa ono przede wszystkim wymogi dotyczące obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy i odpowiedzialności, jaką może ponieść w przypadku ich niewypełnienia. Poza tym wyposaża konsumentów w narzędzia umożliwiające wyegzekwowanie przysługujących im praw do informacji. Rozporządzenie dotyczy wszelkich środków spożywczych, które finalnie mogą trafić do konsumenta.

Głównym celem obciążenia przedsiębiorców omawianymi obowiązkami informacyjnymi jest ochrona zdrowia konsumentów poprzez umożliwienie im dokonywania bardziej świadomych wyborów przy zakupie żywności oraz udostępnienie wiedzy, jak bezpiecznie korzystać z zakupionych produktów. Wiele z tych obowiązków informacyjnych jest zupełnie nowych, dlatego unijny ustawodawca wprowadza w ich przypadku specjalne okresy przejściowe, podczas których przedsiębiorcy będą mieli czas na przystosowanie swojej produkcji do nowych wymogów. Produkty niewłaściwie oznaczone, które w tych okresach trafią do sklepów, będą mogły być sprzedawane aż do wyczerpania zapasów. Warto dodać, że przy tworzeniu regulacji unijnych z zakresu informacji o żywności, umożliwia się producentom udział w różnych formach konsultacji społecznych, co ma uczynić nowe regulacje jak najmniej dotkliwymi dla przedsiębiorców.

9. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 Tekst mający znaczenie dla EOG (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, str. 18—63), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:PL:PDF> (dostęp 05.11.2014)

Ogólne wymogi dotyczące informacji na temat żywności i zakresy odpowiedzialności podmiotów działających na rynku spożywczym określa rozdział III omawianego rozporządzenia. Zwraca się w nim uwagę na wymagane cechy udzielanych informacji. Przede wszystkim nie mogą one wprowadzać w błąd, np. co do właściwości środka spożywczego, jego składu, trwałości, miejsca pochodzenia, czy kraju, w którym został wyprodukowany. Zabronione będzie zwłaszcza – często wykorzystywane do tej pory w reklamie – sugerowanie, że dany środek charakteryzuje się pewnymi wyjątkowymi właściwościami, podczas gdy w rzeczywistości dany środek nie wyróżnia się niczym w porównaniu z innymi tego typu środkami. Nie będzie wolno też w jakikolwiek sposób sugerować (np. poprzez wygląd opakowania), że dany środek zawiera jakiś składnik, podczas gdy w rzeczywistości został on zastąpiony innym komponentem. Wszelkie udostępniane konsumentowi informacje muszą być łatwe w odbiorze. Producenci nie będą mogli również przypisywać swoim produktom właściwości leczenia chorób (z zastrzeżeniem nielicznych wyjątków dotyczących naturalnych wód mineralnych i żywności specjalnego przeznaczenia). Warto podkreślić, że wszystkie do tej pory omówione wymagania odnoszą się nie tylko do informacji umieszczanych na opakowaniach, ale także do przekazywanych w reklamach oraz za pomocą różnego rodzaju prezentacji środków spożywczych, np. poprzez zastosowanie określonego kształtu opakowania. Odpowiedzialność za wypełnianie obowiązków informacyjnych ponoszą podmioty, pod których nazwą wprowadzany jest na rynek dany środek lub, co bardzo ważne – importer danego środka na rynek unijny, jeżeli podmiot, pod którego nazwą dany środek jest wprowadzany, nie prowadzi działalności na terenie Unii. Taki podmiot zapewnia udostępnienie konsumentom stosownych informacji o produkcie wymaganych tak przez prawo unijne, jak i prawa krajowe państw członkowskich. Jednak nie tylko one odpowiadają za ewentualną niezgodność prezentowanych informacji z przepisami prawa. Otóż podmioty, które nie mają wpływu na informacje na temat żywności, nie mogą dostarczać żywności, o której wiedzą lub co do której mają podejrzenia, że prezentowane informacje mogą być niezgodne z właściwymi normami prawnymi. Pozostałe podmioty działające na rynku spożywczym nie mogą natomiast modyfikować informacji przedstawianych wraz z produktem, jeżeli taka modyfikacja w jakikolwiek sposób mogłaby zagrażać interesom konsumentów (np. zmniejszałaby możliwość dokonania świadomego wyboru przez konsumenta kupującego dany produkt). Wszelkie podmioty działające na rynku żywności są obowiązane do zapewnienia w swoich przedsiębiorstwach przestrzegania prawa dotyczącego obowiązków informacyjnych. Z tego powodu również wszelkiego rodzaju pośrednicy w handlu żywnością powinni na bieżąco kontrolować spełnianie właściwych wymogów przez produkty, którymi handlują. Wytwórcy żywności nieopakowanej są obowiązani przekazywać swoim kontrahentom (hurtownikom czy pośrednikom) stosowne informacje na temat żywności. Wszelkie te podmioty powinny zadbać, aby omawiane informacje dotyczące produktu znajdowały się na opakowaniu lub na dołączonej do niego etykiecie. Można je ewentualnie zawrzeć w dokumentach handlowych, jednakże tylko wtedy, gdy można zagwarantować, że będą one towarzyszyć żywności lub zostaną wysłane przed lub równocześnie z dostawą żywności.

Z zastrzeżeniem nielicznych wyjątków wyraźnie wskazanych w przepisach prawa obowiązkowe jest podanie następujących danych dotyczących produktu żywnościowego:

***1. nazwy żywności; chodzi tu o nazwę określoną przez właściwe przepisy, a jeżeli brak takiej nazwy, to o nazwę zwyczajową, lub w ostateczności nazwę opisową.***

Dozwolone jest przy tym stosowanie nazwy, pod jaką produkt funkcjonuje w kraju producenta, również w kraju, gdzie jest on wprowadzany na rynek, chyba że w rażącym stopniu utrudniałoby to nabywcom uzyskanie prawidłowych informacji o produkcie. Nazwa produktu nie może być przy tym zastąpiona nazwą chronioną jako własność intelektualna, nazwą marki lub nazwą



wymyśloną. Szczegóły dotyczące nazwy środka spożywczego można znaleźć w załączniku VI do omawianego rozporządzenia.

## ***2. wykazu składników; składniki te podajemy w kolejności malejącej według kryterium ich użycia do utworzenia produktu finalnego.***

Szczegółowe uregulowania dotyczące wykazu składników są zawarte w załączniku VII do rozporządzenia. Nie jest przy tym obowiązkowe podawanie wykazu składników w przypadku: świeżych, nieobranych owoców i warzyw, wody nasyconej dwutlenkiem węgla, octu uzyskanego metodą fermentacyjną, sera, masła, śmietany, fermentowanego mleka oraz środków spożywczych zawierających jeden składnik (o ile nazwa środka umożliwia identyfikację składnika). Niektóre komponenty żywności mogą być jednak pominięte w wykazie składników, ich listę szczegółowo przedstawia art. 20 rozporządzenia.

## ***3. wszelkich składników dodatkowych lub pomocniczych, powodujących alergię lub reakcje nietolerancji, użytych przy wytworzeniu lub przygotowaniu żywności i nadal obecnych w produkcie gotowym, nawet jeżeli ich forma uległa modyfikacji; powinny one być oznaczone w omówionym powyżej wykazie składników.***

Nazwy takich substancji należy jednak wyróżnić na tle innych składników np. przy pomocy podkreślenia, pogrubienia, czy koloru czcionki. Nawet jeśli podawanie wykazu składników nie jest obowiązkowe, nie zwalnia to jednak z obowiązku poinformowania konsumenta o składnikach potencjalnie alergicznych. Tutaj również oznaczenie szczegółowe substancji nie jest konieczne, jeżeli nazwa produktu wyraźnie odnosi się do nazwy substancji.

## ***4. ilości poszczególnych składników lub kategorii składników; przy czym te dane w odniesieniu do niektórych składników nie są obowiązkowe.***

Obowiązek ich zamieszczenia powstaje jeżeli dany środek: występuje w nazwie produktu lub jest z tą nazwą kojarzony przez konsumenta; jest podkreślony w etykiecie w jakikolwiek sposób np. graficzny; nie konieczny do scharakteryzowania danego środka spożywczego i odróżnienia go od innych środków, z którymi z różnych względów mógłby być mylony. Przepisy techniczne dotyczące oznaczeń ilościowych zostały zawarte w załączniku VIII do rozporządzenia.

## ***5. ilości netto żywności; ilość ta jest określana w jednostkach objętości lub masy.***

Produkty płynne określamy w jednostkach objętości (w litrach, centylitrach lub mililitrach), zaś inne produkty w jednostkach masy (w kilogramach lub gramach). Przepisy techniczne z tego zakresu są zawarte w załączniku IX do rozporządzenia.

## ***6. daty minimalnej trwałości lub terminu przydatności do spożycia; co do zasady podajemy datę minimalnej trwałości, natomiast tylko w odniesieniu do produktów psujących się bardzo szybko, które potem mogą być niebezpieczne dla zdrowia – termin przydatności do spożycia.***

Po upływie terminu przydatności do spożycia produkt uznawany jest za niebezpieczny. Szczegóły podawania daty zostały określone w załączniku X do rozporządzenia.

## ***7. wszelkich specjalnych warunków przechowywania lub warunków użycia;***

Podajemy je oczywiście tylko wtedy, gdy dany produkt wymaga takich specjalnych warunków.

*8. nazwy lub firmy i adresu podmiotu działającego na rynku spożywczym;*

*9. kraju lub miejsca pochodzenia produktu (ten obowiązek dotyczy jednak tylko niektórych przypadków, szczegółowo omówionych w art. 26 rozporządzenia);*

*10. instrukcji użycia danego środka, jednakże tylko wtedy, gdy użycie takiego środka bez dysponowania instrukcją byłoby utrudnione;*

Instrukcja użycia danego środka powinna być oczywiście właściwie oznaczona, aby konsument nie miał problemów z jej rozpoznaniem.

*11. rzeczywistej zawartości objętościowej alkoholu, jednakże tylko w odniesieniu do produktów, w których zawartość alkoholu przekracza 1,2 %;*

Zaznaczmy w tym miejscu, że w przypadku produktów oznaczonych kodem CN 2204, oznaczenie objętościowej zawartości alkoholu regulowane jest odrębnymi przepisami unijnymi dotyczącymi tych właśnie produktów. W pozostałych przypadkach szczegóły dotyczącego tego zagadnienia znajdziemy w załączniku XII do omawianego rozporządzenia.

*12. informacji o wartości odżywczej; tego zagadnienia dotyczy cała sekcja III rozdziału IV rozporządzenia.*

Obowiązkowa informacja o wartości odżywczej obejmuje: wartość energetyczną, ilość tłuszczów, kwasów tłuszczowych nasyconych, węglowodanów, cukrów, białka oraz soli. Ponadto można zamieścić informacje o ilości: kwasów tłuszczowych jednonienasyconych i wielonienasyconych, alkoholi wielowodorotlenkowych, skrobi, błonnika, witamin lub składników mineralnych wymienionych w załączniku XIII do rozporządzenia. Wartość energetyczną oblicza się przy pomocy specjalnych współczynników określonych w załączniku XIV do rozporządzenia. Wszystkie te informacje ilościowe odnoszą się tylko do żywności w postaci dostępnej w sprzedaży, a nie np. do żywności zaraz po jej przygotowaniu. Wartość energetyczną i składników odżywczych podajemy w przeliczeniu na 100 g lub 100 ml. W przypadkach określonych w art. 33 wartość energetyczna i ilość składników odżywczych może być przedstawiana w przeliczeniu na porcję lub jednostkową ilość żywności łatwo rozpoznawalną dla konsumenta.

Powyższe informacje powinny być przedstawione zarówno słownie, jak i liczbowo, dodatkowo mogą być również wyrażane za pomocą różnego rodzaju piktogramów lub symboli. Są to informacje, które należy przedstawić w przypadku wszelkiego rodzaju żywności. Jednakże ze względu na szczególne cechy niektórych rodzajów żywności określono także pewne dodatkowe obowiązki informacyjne w odniesieniu do niektórych produktów. Ich listę zawiera załącznik III do omawianego rozporządzenia. Znajdują się tam takie produkty jak środki spożywcze zawierające substancje słodzące, czy zamrożone produkty mięsne. Warto dodać, że omówione przez nas obowiązki informacyjne, które dotyczą każdego rodzaju produktu żywieniowego, nie są jedynymi tego typu obowiązkami. Można tu wskazać na przepisy unijne dotyczące miar i wag, do przestrzegania których producenci są także zobowiązani.

Aby ułatwić konsumentom dotarcie do niezbędnych informacji na temat produktu, wprowadzono zasadę, iż w przypadku żywności opakowanej wszystkie one powinny znajdować się na opakowaniu lub na dołączonej do niego etykiecie. Wątpliwości dotyczące produktów nieopakowanych lub pakowanych bezpośrednio przed sprzedażą czy też

na życzenie konsumenta, rozstrzyga art. 45 rozporządzenia. Otóż obowiązkowe jest udzielenie w takim przypadku informacji, które wymieniliśmy powyżej w punkcie 3., czyli informacji o składnikach dodatkowych lub pomocniczych powodujących alergię albo nietolerancję. Obowiązek przekazywania konsumentom innych danych w tego typu przypadkach nie wynika już z prawa unijnego i może powstać tylko wtedy, gdy dane państwo członkowskie postanowi tak w swoich regulacjach wewnętrznych. Wszystkie zaś obowiązkowe informacje powinny być prezentowane tak, aby były czytelne, dobrze widoczne, a w określonych przypadkach nawet nieusuwalne. Nie mogą być one w żaden sposób ukryte, a dostęp do nich nie może być utrudniony. W przypadku informacji drukowanych na opakowaniu lub etykiecie przepisy określają dopuszczalną wielkość stosowanej czcionki. Jej wysokość obliczana w sposób określony w załączniku IV do rozporządzenia powinna wynosić co najmniej 1,2 mm, a w przypadku mniejszych opakowań (pole powierzchni do 80 cm<sup>2</sup>) – 0,9 mm. Szczególnymi przepisami prawa uregulowany będzie handel żywnością w Internecie. W trosce o interesy konsumentów rozporządzenie nakazuje, aby wszystkie wymagane dane (z wyjątkiem informacji dotyczących daty minimalnej trwałości lub terminu przydatności do spożycia), były dostarczone konsumentowi przed ostatecznym dokonaniem zakupu. Ponadto muszą się one znajdować na materiałach towarzyszących sprzedaży w Internecie, czyli np. na stronie internetowej właściwego serwisu, za pośrednictwem, którego dokonuje się transakcji z konsumentami. Mogą one na wyraźne życzenie producenta zostać dostarczone również w inny sposób, jednak konsument nie może tu ponosić żadnych opłat. Wszystkie dane powinny być (i tu już nie ma żadnych wyjątków) dostarczone konsumentowi w momencie dostawy. Jeżeli chcemy jednak sprzedawać online żywność nieopakowaną, to warto pamiętać, że obowiązkowo musimy przekazać tylko niektóre dane (patrz wyżej), tak samo jak w przypadku sprzedawania żywności nieopakowanej w normalnym sklepie.

Producenci żywności powinni pamiętać, aby wszelkie niezbędne informacje o produkcie podać w sposób zrozumiały dla konsumenta w kraju, na terenie, którego środek jest wprowadzany do obrotu, a zatem co najmniej w języku znanym przez większość społeczności, przy czym czasami warto przedstawić te dane nawet w kilku językach.

Na koniec naszych rozważań warto wspomnieć, że niezależnie od obowiązków informacyjnych, z których przedsiębiorcy muszą się wywiązać, istnieje możliwość dobrowolnego udzielania konsumentom informacji. Pamiętajmy jednak o tym, że w takiej sytuacji udzielane informacje wciąż muszą odpowiadać wymogom rozporządzenia przedstawionym szczegółowo w art. 36 i 37 rozporządzenia. Trzeba również powiedzieć, że rozporządzenie przewiduje możliwość wydawania szeregu aktów prawnych, które mogą modyfikować postanowienia rozporządzenia ze względu na bieżącą sytuację na rynku. Z tego powodu trzeba regularnie kontrolować, czy w związku z omawianym rozporządzeniem nie zostały wydane np. odpowiednie normy unijne.

Podsumowując, rozporządzenie unijne w sprawie obowiązków informacyjnych, dotyczące również handlu żywnością w Internecie, nie będzie wymagało żadnych rewolucyjnych zmian w tym zakresie. Zmiany te będą głównie formalne, a z pewnością przyczynią się do zwiększenia zaufania konsumentów do e-handlu żywnością, przez co okażą się przydatne dla całego rynku usług internetowych.

## 1.3. WZORY DOKUMENTÓW

### 1.3.1. REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO

*Uwagi wstępne:*

*1) Regulamin uwzględnia stan prawny na dzień 15.11.2014 r.*

*2) Poniższy regulamin stanowi jedynie przykład regulaminu sklepu internetowego. Nie należy go traktować jako wzór odpowiedni do zastosowania w każdym przypadku – poszczególne postanowienia poniższego wzoru w niemal każdym przypadku wymagać będą, bowiem dostosowania do sytuacji prawnej, w której znajduje się konkretny przedsiębiorca prowadzący konkretny sklep internetowy.*

*3) Rozwiązania przedstawione w poniższym regulaminie nie stanowią jedynych możliwych. W zależności od funkcjonalności konkretnego sklepu internetowego konieczne może być ich rozwinięcie lub ich modyfikacja.*

#### §1. Postanowienia ogólne

1.1. Niniejszy regulamin (zwany dalej: „Regulaminem”) określa zasady zawierania i wykonywania umów sprzedaży w sklepie internetowym [ ] oraz prawa i obowiązki stron tych umów.

1.2. Sklep internetowy [ ] (dalej: [ ]), o którym mowa w pkt. 1.1., dostępny jest pod adresem internetowym: [ ].

1.3. Sklep internetowy prowadzony jest przez [ ] (zwaną/nym dalej: „Sprzedającym”), wykonującą/cym działalność gospodarczą pod firmą: [ ] z siedzibą w [ ] (adres: [ ]), identyfikującą/cym się numerami NIP: [ ], REGON: [ ].

1.4. Przedmiotem działalności [ ] jest sprzedaż detaliczna [ ] (zwanych dalej łącznie: „Produktami”).

1.5. Serwis internetowy [ ] umożliwia:

1.5.1. Pozyskiwanie informacji o Produktach dostępnych w [ ];

1.5.2. Składanie ofert zakupu przez korzystające z niej osoby, które dokonały rejestracji w serwisie internetowym [ ] (zwane dalej: „Kupującymi”).

Dostępne za pośrednictwem strony internetowej, wskazanej w pkt. 1.2., informacje, w tym opisy Produktów i oznaczenie ich cen, nie stanowią ofert w rozumieniu ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, lecz są jedynie zaproszeniami do złożenia przez Kupującego oferty zakupu (zwanej dalej: „Zamówieniem”).

1.6. Dokonanie przez osobę korzystającą ze sklepu internetowego [ ] rejestracji, o której mowa w pkt. 1.5.2., jest równoznaczne z akceptacją Regulaminu.

1.7. Do korzystania ze sklepu internetowego [ ], w tym pozyskiwania informacji o Produktach, niezbędne są:

1.7.1. [ ];

1.7.2. [ ];

1.7.3. Aktywne konto poczty elektronicznej (e-mail).

1.8. Sprzedający w najszerszym dopuszczalnym przez prawo zakresie nie ponosi odpowiedzialności za zakłócenia, w tym przerwy, w funkcjonowaniu sklepu internetowego [ ] spowodowane siłą wyższą, niedozwolonym działaniem osoby lub osób trzecich bądź niekompatybilnością sklepu internetowego [ ] z infrastrukturą techniczną osób korzystających bądź próbujących korzystać z [ ].

1.9. W najszerszym dopuszczalnym przez prawo zakresie, Sprzedający nie ponosi odpowiedzialności za niedostarczenie lub opóźnienie w dostarczeniu przedmiotu Zamówienia, wynikłe z podania przez Kupującego błędnych lub niedokładnych danych,

w tym w szczególności błędnego lub niedokładnego adresu zamieszkania lub siedziby, adresu dostawy, bądź błędnego lub niedokładnego adresu e-mail.

1.10. W najszerszym dopuszczalnym przez prawo zakresie Sprzedający nie ponosi odpowiedzialności za blokowanie przesyłania wiadomości e-mail (lub usuwanie wiadomości e-mail) przez administratorów serwerów pocztowych lub przez oprogramowanie zainstalowane na komputerze osoby korzystającej z sklepu internetowego , w tym przez filtry antyspamowe.

## §2. Zamówienia

2.1. Zakupów w sklepie internetowym  mogą dokonywać wyłącznie pełnoletnie osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawa przyznaje zdolność prawną. Osoba dokonująca zakupów w sklepie internetowym  w imieniu osoby prawnej bądź jednostki, o której mowa w zdaniu poprzedzającym, a także w imieniu dowolnej osoby trzeciej (takiej jak np. pracodawca) poprzez dokonanie zakupu oświadcza, że ma należyte umocowanie do reprezentowania tej osoby lub jednostki.

2.2. Umowa może zostać zawarta jedynie w języku polskim.

2.3. Zamówienia w sklepie internetowym  można składać za pomocą formularza dostępnego na stronie internetowej wskazanej w pkt. 1.2. Regulaminu.

2.4. Procedura składania Zamówienia, o którym mowa w pkt. 2.3., każdorazowo kończona jest skutecznym kliknięciem przez Kupującego przycisku „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty”, co jest równoznaczne z potwierdzeniem przez Kupującego, iż formularz zamówienia wypełniony został prawidłowo. Generuje to automatyczną odpowiedź systemu, który na adres wskazany w formularzu wysyła wiadomość e-mail o zarejestrowaniu złożenia Zamówienia. Potwierdzenie otrzymania oferty zakupu nie jest równoznaczne z akceptacją oferty. Z chwilą niezwłocznego potwierdzenia przez Sprzedającego otrzymania Zamówienia, o którym mowa w dwóch poprzednich zdaniach, oferta ta wiąże Kupującego.

2.5. Jeżeli realizacja zakupu jest możliwa, na adres poczty elektronicznej Kupującego zostanie wysłana wiadomość elektroniczna z potwierdzeniem przyjęcia Zamówienia do realizacji. Potwierdzenie przyjęcia Zamówienia do realizacji jest oświadczeniem Sprzedającego o akceptacji oferty.

2.6. Zamówienia realizowane są zgodnie z kolejnością ich złożenia.

2.7. Sprzedający uprawniony jest do wprowadzenia maksymalnej liczby sztuk danego Produktu objętej jednym Zamówieniem, jak również do wprowadzenia ograniczenia, co do sposobów dostawy lub form płatności. Wszelkie ograniczenia, o których mowa w zdaniu poprzednim, będą każdorazowo wskazane na stronie, na której znajduje się przycisk „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty”, o którym mowa w pkt. 2.4.

2.8. W wyjątkowych przypadkach (np. w razie braku Produktu w magazynie lub w razie braku możliwości zakupu Produktu przez Sprzedającego od dostawców w terminie wskazanym jako orientacyjny termin dostępności Produktu) realizacja transakcji wskazanej w Zamówieniu może nie być możliwa. W takiej sytuacji Sprzedający poinformuje Kupującego pocztą elektroniczną o zaistniałym stanie rzeczy, w terminie zgodnym z obowiązującymi przepisami.

2.9. W sytuacji opisanej w pkt. 2.8. Sprzedający zaproponuje Kupującemu:

2.9.1. unieważnienie Zamówienia (w rozumieniu pkt. 2.11.) w całości;

2.9.2. unieważnienie Zamówienia (w rozumieniu pkt. 2.11.) w części, w odniesieniu do której zachodzi sytuacja opisana w pkt. 2.8.

2.10. W przypadku gdy Kupujący nie dokona wyboru żadnego z rozwiązań opisanych w pkt. 2.9, Sprzedający unieważni Zamówienie (w rozumieniu pkt. 2.11.) w części, w odniesieniu do której zachodzi sytuacja opisana w pkt. 2.9. oraz zrealizuje umowę sprzedaży w pozostałej części.

2.11. Przez unieważnienie Zamówienia, o którym mowa w pkt. 2.9.1. oraz 2.9.2., należy

rozumieć przysługujące Sprzedającemu umowne prawo odstąpienia, które niniejszym zostaje zastrzeżone. Prawo to może zostać wykonane w razie wystąpienia sytuacji opisanej w pkt. 2.8., z uwzględnieniem zasad określonych w pkt. 2.9. i 2.10. Prawo to może zostać wykonane przez Sprzedającego w terminie 30 (trzydziestu) dni od zawarcia z Kupującym umowy sprzedaży.

### §3. Ceny i płatności

3.1. Ceny Produktów podawane są w polskich złotych (PLN) i są cenami brutto. Podane ceny Produktów nie uwzględniają kosztów dostawy, które są zależne od wybranego sposobu realizacji zamówienia, wartości zamówienia, przewoźnika oraz wagi Produktów. Całkowita cena wraz ze wszystkimi kosztami, w szczególności kosztami dostawy, jest podana po wypełnieniu przez Kupującego formularza dostępnego na stronie internetowej wskazanej w pkt. 1.2. Regulaminu, bezpośrednio przed kliknięciem przez Kupującego przycisku „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty”.

3.2. do wyboru Kupującego pozostają następujące sposoby zapłaty:

3.2.1. przelew zwykły – uiszczany na rachunek bankowy Sprzedającego o numerze: ;

3.2.2. płatność za pośrednictwem serwisu , dostępnego pod adresem ;

3.2.3. płatność za pobraniem – uiszczana kurierowi dostarczającemu zamówione Produkty;

3.2.4. płatność gotówką w przypadku odbioru osobistego Produktów pod adresem wskazanym w pkt. 1.3.

3.3. rozliczenia transakcji, w których zapłata następuje za pośrednictwem serwisu wskazanego w pkt. 3.2.2., dokonywane są za pośrednictwem serwisu  należącego do podmiotu innego niż Sprzedający.

### §4. Dostawa

4.1. Zamówione przez Kupującego Produkty dostarczane są w jeden z następujących sposobów:

4.1.1. za pośrednictwem kuriera;

4.1.2. za pośrednictwem Poczty Polskiej – w przypadku przesyłek o wadze do  kg ( kilogramów);

4.1.3. Poprzez osobisty odbiór zamówionych Produktów przez Kupującego pod adresem wskazanym w pkt. 1.3.

4.2. Kupujący dokonuje wyboru jednego ze sposobów dostawy określonych w pkt. 4.1.1.-4.1.3. poprzez wybór odpowiedniej pozycji w formularzu, o którym mowa w pkt. 2.3.

4.3. osobisty odbiór, o którym mowa w pkt. 4.1.3., możliwy jest wyłącznie po wcześniejszym uzgodnieniu przez Kupującego ze Sprzedającym terminu odbioru. W razie braku takiego uzgodnienia Sprzedający nie gwarantuje możliwości osobistego odbioru Produktu.

### §5. Prawo odstąpienia

5.1. Konsument w terminie 14 (czternastu) dni od dnia dostawy Produktu ma możliwość odstąpienia od zawartej ze Sprzedającym umowy sprzedaży Produktu bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów innych niż: bezpośrednio koszty zwrotu, dodatkowe koszty wynikające z wyboru przez konsumenta, innego niż najtańszy sposób dostarczenia. Ponadto konsument ma obowiązek dokonania zapłaty za świadczenia spełnione do chwili odstąpienia od umowy. Prawo odstąpienia, o którym mowa w zdaniu poprzednim, może zostać wykonane poprzez złożenie oświadczenia na formularzu, którego wzór jest dostępny w załączniku nr 2 do ustawy o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r. (jak również jest udostępniany Konsumentowi każdorazowo przed złożeniem Zamówienia) lub przez złożenie oświadczenia na stronie internetowej: , przy czym do zachowania terminu wskazanego

w zdaniu poprzednim wystarczające jest wysłanie oświadczenia przed jego upływem na adres sprzedawcy wskazany w pkt. 1.3.

5.2. Prawo odstąpienia, o którym mowa w pkt. 5.1., nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów:

5.2.1. o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy.;

5.2.2. w których cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;

5.2.3. w których przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;

5.2.4. w których przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;

5.2.5. w których przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;

5.2.6. w których przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami;

5.2.7. w których przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;

5.2.8. w których konsument wyraźnie żądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji; jeżeli przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza rzeczy inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy;

5.2.9 w których przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;

5.2.10. o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;

5.2.11. zawartej w drodze aukcji publicznej;

5.2.12. o świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi;

5.2.13. o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.

5.3. Sprzedający ponosi wobec konsumentów odpowiedzialność za niezgodność Produktów z umową na zasadach dotyczących rękojmi za wady określonych w ustawie – Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. W razie stwierdzenia niezgodności Produktów z umową, konsument będący Kupującym, który dokonał Zamówienia Produktów, zobowiązany jest powiadomić o tym fakcie sklep internetowy [\[ \]](#), opisując stwierdzoną niezgodność i wskazując sposób realizacji reklamacji. Adresem właściwym do składania reklamacji jest adres wskazany w pkt. 1.3.

## 56. Ochrona danych osobowych i polityka prywatności

6.1. Sklep internetowy [ ] przywiązuje szczególną wagę do poszanowania prywatności Kupujących. Respektując ustawę z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych<sup>11</sup> oraz rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie dokumentacji przetwarzania danych osobowych<sup>12</sup> oraz warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urządzenia i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych, Sklep internetowy [ ] starannie dobiera i stosuje odpowiednie środki techniczne i organizacyjne w celu zapewnienia należytej ochrony przetwarzanych danych. W szczególności zabezpiecza dane przed ich udostępnieniem osobom nieupoważnionym, jak również przed ich przetwarzaniem z naruszeniem obowiązujących przepisów prawa. Sklep internetowy [ ] sprawuje permanentną kontrolę nad procesem przetwarzania danych oraz limituje dostęp do danych w możliwie największym stopniu, udzielając stosownych upoważnień na przetwarzanie tylko wówczas, gdy jest to niezbędne do prawidłowego prowadzenia sklepu internetowego [ ]. W ramach wdrożonej Polityki Bezpieczeństwa Informacji i Instrukcji Zarządzania Systemem Informatycznym sklep internetowy [ ] informuje o następujących, opisanych poniżej w pkt. 6.2.-6.13. zasadach dotyczących ochrony danych Kupujących.

6.2. Administratorem danych osobowych zbieranych przez sklep internetowy [ ] jest [ ], zamieszkała/y w [ ] (adres: [ ]), wykonująca/y działalność gospodarczą pod firmą [ ] z siedzibą w [ ] (adres: [ ]), identyfikująca/y się numerami NIP: [ ], REGON: [ ], będąca/y właścicielem serwisu [ ].

6.3. Zbiór danych osobowych klientów sklepu internetowego [ ] oraz użytkowników [ ] (w Regulaminie określanych jako „Kupujący”) został zgłoszony do rejestracji Generalnemu Inspektorowi Ochrony Danych Osobowych i jest wpisany do ogólnokrajowego rejestru zbiorów danych osobowych pod numerem [ ].

6.4. Dane osobowe Kupujących są przetwarzane zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych oraz rozporządzeniem Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie dokumentacji przetwarzania danych osobowych oraz warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urządzenia i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych

6.5. Dane osobowe Kupujących są przetwarzane na podstawie zgody samych Kupujących oraz ustawowych upoważnień zezwalających na przetwarzanie danych wyłącznie w celu realizacji i rozliczenia umów zawieranych przez Sprzedającego.

6.6. Podanie jakichkolwiek danych osobowych Sprzedającemu jest dobrowolne, niemniej jednak podanie niektórych danych jest warunkiem zawarcia umowy ze Sprzedającym.

6.7. Dane podawane przez Kupujących w trakcie rejestracji i przy składaniu zamówień będą wykorzystywane do celów księgowych, do kontaktowania się z Kupującymi w celu wykonania umowy oraz do innych czynności związanych z wykonaniem umowy przez Sprzedającego, a także do innych prawnie uzasadnionych celów w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych.

6.8. Dane Kupujących mogą być udostępniane podmiotom uprawnionym do ich otrzymania na mocy obowiązujących przepisów prawa, w tym właściwym organom wymiaru sprawiedliwości.

6.9. Sprzedający nie przechowuje żadnych wrażliwych danych osobowych Kupujących.

6.10. Dane Kupujących będą przechowywane przez okres nie dłuższy niż jest to konieczne do realizacji celu ich przetwarzania, a następnie zostaną usunięte.

11. Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych <http://isip.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19971330883> (dostęp 05.11.2014)

12. Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie dokumentacji przetwarzania danych osobowych oraz warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urządzenia i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych.



6.11. Kupujący mają prawo do:

6.11.1. poprawiania, uzupełniania, uaktualnienia bądź sprostowania swoich danych osobowych;

6.11.2. żądania usunięcia swoich danych osobowych;

6.11.3. zgłoszenia sprzeciwu w zakresie przetwarzania swoich danych osobowych.

W powyższych celach Kupujący mogą wysłać e-mail na adres , bądź przesłać stosowne żądanie listem poleconym na adres wskazany w pkt. 1.3.

6.12. Sprzedający wykorzystuje adresy IP zbierane w trakcie połączeń internetowych w celach technicznych, związanych z administracją sklepu internetowego . Ponadto adresy IP służą do zbierania ogólnych informacji statystycznych.

6.13. Sprzedający stosuje pliki „cookies”. Informacje zbierane przy pomocy plików „cookies” pozwalają dostosowywać usługi i treści do indywidualnych potrzeb i preferencji Kupujących, jak również służą do opracowywania ogólnych statystyk dotyczących korzystania ze sklepu internetowego . Wyłączenie w przeglądarce internetowej opcji pozwalającej na zapisywanie plików „cookies” zasadniczo nie uniemożliwia korzystania ze sklepu internetowego .

## §7. Dodatkowe zastrzeżenia prawne

7.1. Zawartość i struktura serwisu internetowego  chronione są prawami autorskimi. Powielanie danych lub informacji, w szczególności wykorzystywanie umieszczonych na stronie tekstów, jak również ich fragmentów oraz zdjęć w celach innych niż niekomercyjne bez zgody uprawnionego jest zabronione.

7.2. Strony i serwisy internetowe, do których odnośniki znajdują się na stronie dostępnej pod adresem wskazanym w pkt. 1.2., zostały przygotowane przez osoby trzecie i w związku z tym Sprzedający nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności za informacje, porady, opinie, sugestie oraz materiały zawarte na tych stronach i w serwisach.

7.3. Opisy Produktów widniejące w sklepie internetowym  służą wyłącznie celom informacyjnym i identyfikacyjnym. Opisy te zamieszczone są w postaci skróconej. Przed użyciem Produktów należy zapoznać się z ulotką/instrukcją oraz ewentualnymi informacjami widniejącymi na opakowaniu.

## §8. Postanowienia szczególne związane ze świadczeniem przez usługą drogą elektroniczną

8.1. W razie świadczenia przez sklep internetowy  usług drogą elektroniczną, w zakresie tych usług Regulamin stanowi regulamin świadczenia usług drogą elektroniczną w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, z zastrzeżeniem pkt. 8.8.

8.2. Wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Sprzedający, określone są w pkt. 1.7.

8.3. Zakazane jest dostarczanie przez osoby korzystające ze sklepu internetowego  treści o charakterze bezprawnym.

8.4. Zawarcie umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną następuje z chwilą rozpoczęcia przez osobę korzystającą z  i korzystania z danej usługi.

8.5. Umowa o świadczenie usług drogą elektroniczną może zostać rozwiązana na zasadach określonych w obowiązujących przepisach prawa, jak również – w zakresie, w jakim jest to dopuszczalne przez obowiązujące przepisy – poprzez złożenie Sprzedającemu sporządzonego w formie pisemnej (a przesłanego na adres wskazany w pkt. 1.3.) lub przesłanego pocztą elektroniczną (na adres e-mail ) oświadczenia o rozwiązaniu umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną, precyzującego umowę, która ulega rozwiązaniu.

8.1. W razie świadczenia przez sklep internetowy  usług drogą elektroniczną, w zakresie tych usług Regulamin stanowi regulamin świadczenia usług drogą elektroniczną w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, z zastrzeżeniem pkt. 8.8.

8.2. Wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Sprzedający, określone są w pkt. 1.7.

8.3. Zakazane jest dostarczanie przez osoby korzystające ze sklepu internetowego  treści o charakterze bezprawnym.

8.4. Zawarcie umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną następuje z chwilą rozpoczęcia przez osobę korzystającą z  i korzystania z danej usługi.

8.5. Umowa o świadczenie usług drogą elektroniczną może zostać rozwiązana na zasadach określonych w obowiązujących przepisach prawa, jak również – w zakresie, w jakim jest to dopuszczalne przez obowiązujące przepisy – poprzez złożenie Sprzedającemu sporządzonego w formie pisemnej (a przesłanego na adres wskazany w pkt. 1.3.) lub przesłanego pocztą elektroniczną (na adres e-mail ) oświadczenia o rozwiązaniu umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną, precyzującego umowę, która ulega rozwiązaniu.

8.6. Tryb postępowania reklamacyjnego dotyczącego usług świadczonych drogą elektroniczną jest następujący:

8.6.1. osoby będące usługobiorcami danej usługi mogą składać reklamacje w sprawach usług świadczonych drogą elektroniczną przez Sprzedającego; reklamację składa się w formie pisemnej (wysyłając ją na adres wskazany w pkt. 1.3.) bądź za pośrednictwem poczty elektronicznej (wysyłając ją na adres e-mail wskazany w pkt. 8.5.);

8.6.2. reklamacja powinna zawierać:

8.6.2.1. oznaczenie usługobiorcy oraz jego adres lub adres e-mail;

8.6.2.2. oznaczenie usługi, której dotyczy reklamacja;

8.6.2.3. uzasadnienie;

8.6.3. Sprzedający dołoży starań, aby reklamacje, o których mowa w pkt. 8.6.1. i 8.6.2., były rozpatrywane bez zbędnej zwłoki;

8.6.4. po rozstrzygnięciu reklamacji Sprzedający poinformuje składającego reklamację o jej uwzględnieniu lub odmowie uwzględnienia (przy czym informacja o odmowie uwzględnienia reklamacji będzie zawierała uzasadnienie).

8.7. Celem uczynienia zadość wymogom ustawy, o której mowa w pkt. 8.1., Sprzedający niniejszym informuje, iż:

8.7.1. korzystanie z usług świadczonych drogą elektroniczną za pośrednictwem sieci Internet wiąże się z ryzykiem. Podstawowym zagrożeniem jest możliwość zainfekowania systemu teleinformatycznego przez złośliwe oprogramowanie w tym tzw. wirusy, robaki i konie trojańskie. By uniknąć zagrożeń z tych związanych zaleca się, by osoby korzystające ze sklepu internetowego  zainstalowały na swoim urządzeniu oprogramowanie antywirusowe i na bieżąco je aktualizowały.

8.7.2. Sprzedający wprowadza do systemu informatycznego, którym posługuje się osoba korzystająca z sklepu internetowego  pliki cookies, tj. .

8.8. Sprzedający zastrzega możliwość sporządzenia dla konkretnych usług świadczonych drogą elektroniczną regulaminów odrębnych od niniejszego. W razie obowiązywania takiego odrębnego regulaminu, postanowień ust. 8.1.-8.7. nie stosuje się w odniesieniu do usługi, której on dotyczy.

## §9. Reklamacje

9.1. Sprzedający jako sprzedawca odpowiada wobec konsumentów na zasadach dotyczących rękojmi za wady uregulowanej w – Kodeksie cywilnym (ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r.).

9.2. W przypadku umów sprzedaży, w których kupującym nie jest konsument, w maksymalnym zakresie dopuszczalnym przez prawo wyłącza się zastosowanie przepisów art. 556-576 Kodeksu cywilnego.

9.3. Pod pojęciem „konsumenta” używanym w pkt. 9.1. i 9.2. należy rozumieć osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

9.4. Reklamacje (w tym również reklamacje dotyczące działania sklepu internetowego ) mogą być zgłaszane:

9.4.1. pisemnie, na adres wskazany w pkt. 1.3.;

9.4.2. e-mailem, na adres wskazany w pkt. 8.5.

Sprzedający dołoży starań, by reklamacje były rozpatrywane bez zbędnej zwłoki.

## §10. Postanowienia końcowe

10.1. Sprzedający stosuje Kodeks Etyki  dostępny na stronie internetowej Krajowej Izby Gospodarczej pod adresem: , w jego brzmieniu z dnia wejścia w życie Regulaminu.

10.2. Sprzedający może zmienić Regulamin bez zgody Kupujących, bez podania przyczyn i w każdym czasie, z zastrzeżeniem pkt. 10.3. Zmiany, o których mowa w zdaniu poprzednim, nie ograniczają praw nabytych przez Kupujących przed wejściem zmian w życie.

10.3. O treści zmian Regulaminu każdy Kupujący zostanie poinformowany przez umieszczenie przez Sprzedającego na stronie internetowej:  wiadomości o zmianie Regulaminu, zawierającej zestawienie zmian Regulaminu, przy czym wiadomość ta utrzymana będzie na tej stronie przez okres co najmniej 10 (dziesięciu) kolejnych dni kalendarzowych, a nadto Kupujący zostaną dodatkowo powiadomieni przez Sprzedającego o planowanej zmianie Regulaminu poprzez przesłanie na adres poczty elektronicznej informacji zawierającej zestawienie zmian Regulaminu. Poinformowanie, o którym mowa w zdaniu poprzednim, nastąpi nie później niż na 10 (dziesięć) dni przed wprowadzeniem zmian Regulaminu. W razie odmowy akceptacji zmian Regulaminu, Kupujący zobowiązany jest powiadomić o tej odmowie Sprzedającego w ciągu 10 (dziesięciu) dni od poinformowania, o którym mowa w zdaniu poprzednim, przy czym odmowa taka jest równoznaczna z rezygnacją Kupującego z korzystania ze sklepu internetowego  i upoważnieniem Sprzedającego do usunięcia konta Kupującego z serwisu. Brak takiej odmowy jest równoznaczny z akceptacją proponowanych przez Sprzedającego zmian Regulaminu.

10.4. Powołane w Regulaminie bez bliższego oznaczenia numery punktów (pkt.) oznaczają odpowiednie jednostki redakcyjne Regulaminu.

10.5. Wszystkie nazwy i opisy Produktów oraz logotypy poszczególnych marek używane są w celach identyfikacyjnych i mogą podlegać ochronie na podstawie przepisów ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej.

10.6. Wszystkie osoby korzystające ze sklepu internetowego  mogą uzyskać dostęp do Regulaminu w każdym czasie za pośrednictwem odsyłacza zamieszczonego na stronie internetowej: , skopiować treść do pliku oraz wydrukować go.

### 1.3.2. WZÓR POUCZENIA O ODSTĄPIENIU OD UMOWY

#### *Uwaga wstępna:*

*Niniejszy wzór został zaczerpnięty z załącznika nr 1 do ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta.*

#### Prawo odstąpienia od umowy

Mają Państwo prawo odstąpić od niniejszej umowy w terminie 14 dni bez podania jakiejkolwiek przyczyny.

Termin do odstąpienia od umowy wygasa po upływie 14 dni od dnia [1]

Aby skorzystać z prawa odstąpienia od umowy, muszą Państwo poinformować nas [2] o swojej decyzji o odstąpieniu od niniejszej umowy w drodze jednoznacznego oświadczenia (na przykład pismo wysłane pocztą, faksem lub pocztą elektroniczną).

Mogą Państwo skorzystać z wzoru formularza odstąpienia od umowy, jednak nie jest to obowiązkowe. [3]

Aby zachować termin do odstąpienia od umowy, wystarczy, aby wysłali Państwo informację dotyczącą wykonania przysługującego Państwu prawa odstąpienia od umowy przed upływem terminu do odstąpienia od umowy.

Skutki odstąpienia od umowy

W przypadku odstąpienia od niniejszej umowy zwracamy Państwu wszystkie otrzymane od Państwa płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy (z wyjątkiem dodatkowych kosztów wynikających z wybranego przez Państwa sposobu dostarczenia innego niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez nas), niezwłocznie, a w każdym przypadku nie później niż 14 dni od dnia, w którym zostaliśmy poinformowani o Państwa decyzji o wykonaniu prawa odstąpienia od niniejszej umowy. Zwrotu płatności dokonamy przy użyciu takich samych sposobów płatności, jakie zostały przez Państwa użyte w pierwotnej transakcji, chyba że wyraźnie zgodziliście się Państwo na inne rozwiązanie; w każdym przypadku nie poniosą Państwo żadnych opłat w związku z tym zwrotem. [4]

[5]

[6]

Instrukcja wypełniania:

[1] Proszę wpisać jeden z następujących fragmentów tekstu w cudzysłowie:

- w przypadku umów o świadczenie usług lub umów, których przedmiotem jest dostarczanie wody, gazu lub energii elektrycznej, w przypadku gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, dostarczanie energii cieplnej lub dostarczanie treści cyfrowych, które nie są dostarczane na nośniku materialnym: „zawarcia umowy.”;
- w przypadku umowy zobowiązującej do przeniesienia własności rzeczy (np. umowy sprzedaży, umowy dostawy lub umowy o dzieło będące rzeczą ruchomą): „w którym weszli Państwo w posiadanie rzeczy lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie rzeczy.”;
- w przypadku umowy zobowiązującej do przeniesienia własności wielu rzeczy, które dostarczane są osobno: „w którym weszli Państwo w posiadanie ostatniej z rzeczy lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie ostatniej z rzeczy.”;
- w przypadku umowy zobowiązującej do przeniesienia własności rzeczy dostarczanych partiami lub w częściach: „w którym weszli Państwo w posiadanie ostatniej partii lub części lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie ostatniej partii lub części.”;

- w przypadku umów o regularne dostarczanie rzeczy przez czas oznaczony: „w którym weszli Państwo w posiadanie pierwszej z rzeczy lub w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez Państwa weszła w posiadanie pierwszej z rzeczy.”

[2] Proszę wpisać Państwa nazwisko, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, Państwa numer telefonu, numer faksu i adres e-mail.

[3] Jeżeli umożliwiają Państwo konsumentowi wypełnienie i przesłanie informacji o odstąpieniu od umowy drogą elektroniczną na Państwa stronie internetowej, proszę wpisać, co następuje: „Mogą Państwo również wypełnić i przesłać formularz odstąpienia od umowy lub jakiegokolwiek inne jednoznaczne oświadczenie drogą elektroniczną na naszej stronie internetowej [proszę wstawić adres strony internetowej]. Jeżeli skorzystają Państwo z tej możliwości, prześlemy Państwu niezwłocznie potwierdzenie otrzymania informacji o odstąpieniu od umowy na trwałym nośniku (na przykład pocztą elektroniczną).”

[4] W przypadku umów zobowiązujących do przeniesienia własności rzeczy, w których nie zaproponowali Państwo, że odbiorą rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, proszę wpisać, co następuje: „Możemy wstrzymać się ze zwrotem płatności do czasu otrzymania rzeczy lub do czasu dostarczenia nam dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.”

[5] Jeżeli konsument otrzymał rzeczy w związku z umową:

a) proszę wpisać:

– „Odbierzemy rzecz”; lub

– „Proszę odesłać lub przekazać nam rzecz lub ... [proszę tutaj wpisać nazwę i pełny adres pocztowy, w przypadku gdy ma to zastosowanie, osoby upoważnionej przez Państwa do odbioru rzeczy], niezwłocznie, a w każdym razie nie później niż 14 dni od dnia, w którym poinformowali nas Państwo o odstąpieniu od niniejszej umowy. Termin jest zachowany, jeżeli odesłają Państwo rzecz przed upływem terminu 14 dni.”;

b) proszę wpisać:

– „Ponosimy koszty zwrotu rzeczy.”;

– „Będą Państwo musieli ponieść bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy.”;

– Jeżeli w przypadku umowy zawieranej na odległość nie oferują Państwo ponoszenia kosztów zwrotu rzeczy, a rzecz ze względu na swój charakter nie może zostać w zwykły sposób odesłana pocztą: „Będą Państwo musieli ponieść bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy: ... PLN [proszę wpisać kwotę].”; lub jeżeli nie można, rozsądnie oceniając, wcześniej obliczyć kosztów zwrotu rzeczy: „Będą Państwo musieli ponieść bezpośrednie koszty zwrotu towarów. Wysokość tych kosztów szacowana jest maksymalnie na kwotę około ... PLN [proszę wpisać kwotę].”; lub

– Jeżeli, w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, rzecz ze względu na swój charakter nie może zostać w zwykły sposób odesłana pocztą, a dostarczono ją do miejsca zamieszkania konsumenta w chwili zawarcia umowy: „Odbioru rzeczy dokonamy na nasz koszt”; oraz

c) proszę wpisać: „Odpowiadają Państwo tylko za zmniejszenie wartości rzeczy wynikające z korzystania z niej w sposób inny niż było to konieczne do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy.”

[6] W przypadku umów dotyczących świadczenia usług lub dostarczania wody, gazu lub energii elektrycznej, w przypadku gdy nie są one dostarczane w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości, lub dostarczania energii cieplnej, proszę wpisać, co następuje: „Jeżeli zażądali Państwo rozpoczęcia świadczenia usług lub dostarczania wody/gazu/energii elektrycznej/ energii cieplnej [niepotrzebne skreślić] przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, zapłacą nam Państwo kwotę proporcjonalną do zakresu świadczeń spełnionych do chwili, w której poinformowali nas Państwo o odstąpieniu od niniejszej umowy.”

### 1.3.3. WZÓR FORMULARZA ODSTĄPIENIA OD UMOWY

(formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy)

*Uwaga wstępna:*

*Niniejszy wzór został zaczerpnięty z załącznika nr 1 do ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta.*

- Adresat [w tym miejscu przedsiębiorca powinien wpisać nazwę przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, numer faksu i adres e-mail]
- Ja/My\* niniejszym informuję/informujemy\* o moim/naszym odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy\* umowy dostawy następujących rzeczy\* umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy\*/o świadczenie następującej usługi\*
- Data zawarcia umowy\*/odbioru\*
- Imię i nazwisko konsumenta(-ów)
- Adres konsumenta(-ów)
- Podpis konsumenta(-ów) (tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej)
- Data

\* niepotrzebne skreślić

### 1.3.4. WZÓR PROTOKOŁU REKLAMACYJNEGO

**Uwaga:**

*Poniższy wzór stanowi jedynie przykład protokołu reklamacyjnego. Nie należy go traktować jako wzoru odpowiedniego do zastosowania w każdym przypadku – poszczególne fragmenty mogą bowiem wymagać dostosowania do sytuacji prawnej, w której znajduje się konkretny przedsiębiorca prowadzący konkretny sklep internetowy.*

Data złożenia reklamacji	
Sprzedający	
Adres Sprzedającego	
Kupujący	
Adres Kupującego	
Data wskazywana przez Kupującego jako data stwierdzenia przyczyny reklamacji	
Przyczyna reklamacji	
Żądanie Kupującego dotyczące sposobu rozpatrzenia reklamacji	
Inne uwagi Kupującego	

\_\_\_\_\_  
(podpis Kupującego)

Decyzja Sprzedającego	
-----------------------	--

\_\_\_\_\_  
(podpis Sprzedającego)

### 1.3.5. WZÓR INFORMACJI DOTYCZĄCEJ POTWIERDZENIA ZAMÓWIENIA

*Uwaga:*

*1) Poniższy wzór stanowi jedynie przykład informacji dotyczącej potwierdzenia zamówienia. Nie należy go traktować jako wzoru odpowiedniego do zastosowania w każdym przypadku – poszczególne fragmenty mogą bowiem wymagać dostosowania do sytuacji prawnej, w której znajduje się konkretny przedsiębiorca prowadzący konkretny sklep internetowy (a w szczególności do regulaminu tego sklepu internetowego), jak również do funkcjonalności oferowanych przez ten sklep internetowy.*

*2) Poniższy wzór zawiera jedynie potwierdzenie przyjęcia zamówienia do realizacji. W myśl przedstawionego wzoru regulaminu sklepu internetowego potwierdzenie to stanowi akceptację oferty złożonej przez Kupującego.*

#### Potwierdzenie przyjęcia zamówienia do realizacji

Niniejszym potwierdzamy przyjęcie do realizacji zamówienia nr , którego przedmiotem jest/są:

[wyliczenie zamówionych towarów/usług, ich ilości, cen jednostkowych oraz ceny łącznej]

Informację o aktualnym statusie zamówienia można uzyskać klikając w poniższy link:

W przypadku pytań lub uwag prosimy o kontakt z działem obsługi klienta (e-mail: , tel.: )

Z poważaniem



## 2. Zmiany podatkowe w 2015 r.

Ustawa z dnia 25 lipca 2014 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz ustawy – Ordynacja podatkowa wprowadza nowe unormowania w zakresie świadczenia usług telekomunikacyjnych, nadawczych i elektronicznych na rzecz osób niebędących podatnikami. Zmiany te są podyktowane koniecznością dostosowania polskich przepisów do regulacji unijnych.

### 2.1. Nowe definicje usług nadawczych, telekomunikacyjnych i elektronicznych

Ustawa nowelizująca wprowadziła do słownika ustawowego nowe definicje. Zostało w niej m.in. zdefiniowane pojęcie „państwo członkowskie konsumpcji”. Przez takie państwo należy rozumieć państwo członkowskie, na terytorium którego - zgodnie z odrębnymi regulacjami - będzie znajdowało się miejsce świadczenia tj. opodatkowania usług telekomunikacyjnych, nadawczych lub usług elektronicznych. W ustawie zostały także zdefiniowane pojęcia: „usługi telekomunikacyjne” i „usługi nadawcze”. Definicje te odwołują się do przepisów unijnych, podobnie jak definicja usług elektronicznych zawarta w art. 2 pkt 26 tej ustawy. Został doprecyzowany także przepis określający, jakie terytoria dla celów VAT uznaje się za terytorium Unii Europejskiej.

### 2.2. Opodatkowanie usług elektronicznych w 2015 r.

Zgodnie z obowiązującą zasadą w przypadku świadczenia usług na rzecz podmiotów niebędących podatnikami (np. na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej, tj. konsumentów) miejscem świadczenia usługi jest kraj usługodawcy<sup>13</sup>. Zasadę tę stosuje się również w przypadku świadczenia usług telekomunikacyjnych, nadawczych czy elektronicznych. Wyjątek stanowi sytuacja, gdy usługi te są świadczone na rzecz konsumentów spoza lub z UE, zaś usługodawcą jest podmiot spoza Unii Europejskiej. Wówczas miejscem świadczenia usługi jest kraj konsumenta (art. 28k-28m ustawy o VAT). Warto tu przypomnieć, iż unijne rozporządzenia to przepisy, które stosuje się wprost i nie wymagają one dodatkowych działań legislacyjnych w poszczególnych państwach członkowskich.

Od 1 kwietnia 2015 r. ulegnie zmianie zasada miejsca świadczenia usługi. Miejscem świadczenia ww. usług dla konsumentów będzie mianowicie kraj, w którym ten konsument posiada siedzibę, stałe miejsce zamieszkania lub zwykłe miejsce pobytu, co będzie wynikało ze znowelizowanego art. 28k ustawy o VAT. Jeśli miejsce świadczenia usługi znajduje się w kraju konsumenta z innego kraju Unii Europejskiej, usługodawca jest zobowiązany do rejestracji na potrzeby rozliczania podatku w kraju tego konsumenta. W przypadku świadczenia usług telekomunikacyjnych, nadawczych i elektronicznych dla konsumentów z innych krajów Unii Europejskiej dokonanie tej rejestracji nie będzie jednak konieczne w związku z wprowadzeniem tzw. małego punktu kompleksowej obsługi (MOSS - system Mini One Stop Shop), który ułatwi rozliczenie VAT od omawianych usług.

Z powyższej, uproszczonej procedury rozliczania VAT będą mogli korzystać zarówno podatnicy posiadający siedzibę działalności gospodarczej w Unii Europejskiej (tzw. procedura unijna),

---

13. Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20040540535> (dostęp 05.11.2014)

jak również podatnicy niemający siedziby w kraju UE (tzw. procedura nieunijna). Regulacje dotyczące procedury unijnej będą znajdowały się w art. 130a-130d ustawy o VAT, a dotyczące procedury nieunijnej - w art. 131-134 tej ustawy. Podatnik, który będzie zamierzał rozliczać VAT od omawianych usług według szczególnej procedury, tj. w systemie MOSS, będzie musiał złożyć odpowiednie zgłoszenie informujące o takim zamiarze. Państwo członkowskie, w którym to zgłoszenie zostanie złożone, będzie uznawane za państwo członkowskie identyfikacji. W procedurze unijnej państwem członkowskim identyfikacji będzie mogło stać się państwo, w którym usługodawca posiada siedzibę oraz stałe miejsce prowadzenia działalności gospodarczej w przypadku braku siedziby na terenie UE lub gdy prowadzi swoje interesy w więcej niż jednym miejscu na obszarze Unii Europejskiej bez posiadania siedziby i zgłasza stałe miejsce prowadzenia działalności. W tej ostatniej sytuacji podatnik nie będzie mógł zmienić państwa członkowskiego identyfikacji wcześniej niż po upływie dwóch kolejnych lat, licząc od końca roku, w którym rozpoczął korzystanie ze szczególnej procedury rozliczania VAT. Przeciwnie zaś w procedurze nieunijnej, państwem członkowskim identyfikacji będzie państwo członkowskie, które podmiot zagraniczny wybierze w celu złożenia zgłoszenia informującego o skorzystaniu z procedury szczególnej rozliczania VAT.



W sytuacji, gdy państwem członkowskim identyfikacji będzie Polska, zgłoszenia na potrzeby rozliczania VAT w systemie MOSS trzeba będzie dokonać przy pomocy środków komunikacji elektronicznej do Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego Warszawa-Śródmieście. Jeżeli zgłoszenia tego dokona podatnik unijny, Naczelnik potwierdzi zgłoszenie, wykorzystując numer, przy pomocy którego podatnik jest zidentyfikowany na potrzeby podatku. Jeżeli natomiast zgłoszenia dokona podmiot spoza Unii Europejskiej, Naczelnik potwierdzi to zgłoszenie, nadając podmiotowi zagranicznemu numer identyfikacyjny na potrzeby rozliczania świadczonych przez niego usług telekomunikacyjnych, usług nadawczych lub usług elektronicznych. Jeśli podatnik nie będzie spełniał warunków niezbędnych do korzystania z procedury szczególnej rozliczania VAT, Naczelnik wyda postanowienie o odmowie przyjęcia zgłoszenia, na co przysługuje zażalenie. Podatnik będzie powiadamiany o wydaniu postanowienia również poprzez środki komunikacji elektronicznej. Podatnik będzie musiał powiadomić Naczelnika Urzędu Skarbowego nie później niż 10-go dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym wystąpiła okoliczność wymagająca zawiadomienia o zmianie danych objętych zgłoszeniem, z wyłączeniem tych, których aktualizacji podatnik dokonuje na podstawie przepisów o ewidencji i identyfikacji podatników i płatników, zmianach działalności objętej procedurą szczególną rozliczania VAT, w wyniku których podatnik przestanie spełniać warunki do jej stosowania oraz o zaprzestaniu świadczenia usług telekomunikacyjnych, usług nadawczych i usług elektronicznych,.

### 2.3. Mini One Stop Shop (MOSS)

W systemie MOSS można się rejestrować od dnia 1 października 2014 r. Należy nadmienić, że rejestracji nie będą musiały dokonywać podmioty zagraniczne spoza Unii Europejskiej, które już zarejestrowały się na potrzeby rozliczania VAT w związku ze świadczeniem na terytorium UE usług elektronicznych dla konsumentów. Takie podmioty będą uznane za zidentyfikowane w ramach „nowej” procedury MOSS.

Podatnicy ci przy pomocy środków komunikacji elektronicznej w terminie do 20-go dnia miesiąca następującego po każdym kolejnym kwartale będą musieli składać kwartalne deklaracje VAT. W deklaracji tej trzeba będzie wykazać wartość usług i kwoty podatku odrębnie dla każdego państwa członkowskiego konsumpcji. Trzeba też będzie w niej wykazać kwotę podatku należnego ogółem.

Brzmienie art. 12 §5 Ordynacji podatkowej zostało zmodyfikowane pod kątem procedur szczególnych rozliczania podatku VAT dla usług telekomunikacyjnych, nadawczych i elektronicznych. Dotychczas jeśli ostatni dzień terminu rozliczenia upływał w sobotę, niedzielę lub święto będące dniem ustawowo wolnym od pracy, za ostatni jego dzień uznawano następny dzień po dniu lub dniach wolnych. Jeżeli więc termin złożenia deklaracji lub zapłaty podatku wypadał w dniu wolnym od pracy, można było dopełnić tych obowiązków - bez ujemnych konsekwencji - jeszcze pierwszego dnia po przerwie weekendowej lub świątecznej. Regulacja ta została zmieniona poprzez dodanie po słowach: *„Jeżeli ostatni dzień terminu przypada na sobotę lub dzień ustawowo wolny od pracy, za ostatni dzień terminu uważa się następny dzień po dniu lub dniach wolnych od pracy”*, zastrzeżenia: *„chyba że ustawy podatkowe stanowią inaczej”*. Od 1 kwietnia 2015 r. podatnicy będą składać kwartalne deklaracje VAT z wyszczególnieniem świadczonych usług, do 20-go dnia miesiąca po zakończeniu okresu rozliczeniowego - niezależnie od tego, czy termin ten wypadnie w dniu roboczym, sobotę, niedzielę lub święto będące dniem ustawowo wolnym od pracy. Podobna sytuacja wystąpi przy zapłacie podatku wykazanego w rozliczeniu. Płatności trzeba będzie dokonać do 20-go dnia miesiąca następującego po każdym kolejnym kwartale. Termin ten nie ulegnie zmianie, nawet gdy przypadnie na dzień wolny. Zmiana art. 12 §5 Ordynacji podatkowej ma charakter ogólny. Wyjątek od ogólnej reguły będzie obowiązywał w przypadku rozliczania się za pośrednictwem systemu MOSS.

W deklaracji VAT składanej w związku z rozliczaniem VAT w systemie MOSS kwoty będą wykazywane w euro. W tej walucie również trzeba będzie dokonywać płatności podatku. W związku z powyższym, najlepszym rozwiązaniem będzie określanie w euro należności za usługę telekomunikacyjną, nadawczą czy elektroniczną. Jeżeli jednak płatność z tytułu świadczenia takiej usługi będzie dokonywana w innej walucie, do ich przeliczenia trzeba będzie stosować kurs wymiany opublikowany przez Europejski Bank Centralny w ostatnim dniu danego okresu rozliczeniowego. Jeżeli nie zostanie on opublikowany w tym dniu - kurs wymiany opublikowany następnego dnia.

Jak wskazało Ministerstwo Finansów w uzasadnieniu do projektu omawianej nowelizacji, system MOSS będzie fakultatywny. Decydując się na korzystanie z niego, podatnik będzie musiał go stosować w odniesieniu do wszystkich państw członkowskich konsumpcji. Z systemu tego nie będzie można zatem korzystać fakultatywnie w odniesieniu do poszczególnych państw członkowskich. Podatnicy rozliczający VAT w systemie MOSS będą musieli prowadzić - w formie elektronicznej - ewidencję transakcji objętych tą procedurą. Będzie ona udostępniana przy pomocy środków komunikacji elektronicznej na każde żądanie państwa

członkowskiego identyfikacji oraz państwa członkowskiego konsumpcji. Ewidencję tę trzeba będzie przechowywać przez 10 lat od zakończenia roku, w którym dokonano świadczenia usług. Obowiązek prowadzenia ewidencji będzie wynikał z art. 130d ust. 1., zgodnie z którym ewidencja musi zawierać określenie państwa członkowskiego konsumpcji, rodzaj usługi, datę jej świadczenia, podstawę opodatkowania wraz z wyrażeniem stosowanej waluty, zdefiniowanie kwot wpływających na podstawę opodatkowania, stawkę i kwotę VAT, datę i wysokość otrzymanych płatności oraz zaliczek uzyskanych przed wykonaniem świadczenia usługi, informacje zawarte na fakturze, jak również dane imienne i adresowe usługobiorcy, o ile są znane usługodawcy. Ewentualnej korekty deklaracji podatkowej dokonuje się poprzez złożenie deklaracji korygującej wraz z pismem uzasadniającym przyczyny dokonania zmian. Korekta deklaracji składanych w związku ze stosowaniem procedury szczególnej rozliczania

VAT (o których mowa w art. 130c i 133 ustawy o VAT) nie będzie wymagała dołączenia pisemnego wyjaśnienia. Przewiduje to nowy art. 81 §3 Ordynacji podatkowej.

Pełnomocnik podatnika ustanowiony w procedurach szczególnych rozliczania VAT dla usług telekomunikacyjnych, nadawczych i elektronicznych, który nie jest rezydentem, nie będzie musiał posiadać krajowego identyfikatora podatkowego i wskazywać krajowego adresu do doręczeń. Będzie miał obowiązek podać numer służący do identyfikacji dla celów podatkowych nadany w jego państwie, a w przypadku braku tego numeru - numer i serię paszportu lub innego dokumentu potwierdzającego tożsamość. Pełnomocnik będzie również zobligowany do wskazania adresu elektronicznego. Takie regulacje zostały zawarte w nowym art. 137 §1b Ordynacji podatkowej.

Zmiany omówione powyżej wejdą w życie z dniem 1 kwietnia 2015 r. Jedynie regulacje określające terytoria uznawane dla celów VAT za terytorium UE zaczęły obowiązywać z dniem ogłoszenia niniejszej nowelizacji, a więc od dnia 1 stycznia 2014 r. Natomiast przepisy odnoszące się do możliwości rejestracji w systemie MOSS obowiązują od 1 października 2014 r.

### 3. Wspólne europejskie prawo sprzedaży (CESL)

26 lutego 2014 r. Parlament Europejski przyjął rezolucję dotyczącą CESL (ang. Common European Sales Law), czyli wspólnego europejskiego prawa sprzedaży. Prawo to ma regulować stosunki między przedsiębiorcami oraz konsumentami w zakresie zawieranych przez te podmioty umów międzynarodowej sprzedaży dokonywanych przez Internet. Ma to być dodatkowy instrument prawny ułatwiający współpracę między profesjonalistami i nie tylko – CESL stanowić będzie alternatywny porządek prawny dla przedsiębiorców oraz konsumentów z całej UE.

Dyskusje dotyczące CESL toczyły się od 2011 r. Kwestionowano m.in. chęci podmiotów gospodarczych, co do wyboru reżimu prawnego, jakim jest CESL, a związane to było z obowiązkiem zapewnienia wysokiej ochrony strony słabszej umowy sprzedaży (jaką jest konsument). I w tym aspekcie widać było tendencje prawodawcy unijnego było podwyższenie gwarancji dla osób fizycznych dokonujących czynności prawnych niezwiązanych z własną działalnością gospodarczą lub zawodową.



Dla przeciętnego uczestnika w obrocie gospodarczym CESL stanowi nowatorski pomysł. Jego wyjątkowość polega na tym, że strony transakcji same dokonują wyboru tego reżimu prawnego, a nie jest on z góry narzucony jako będący częścią porządków prawnych państw członkowskich UE. Ustawodawca unijny zmierza tu do eliminacji przepisów krajowych w zakresie normowanym przez wspólne europejskie prawo sprzedaży. Celem jest ujednoczenie tego prawa podlegającego jednej wykładni na kontynencie europejskim.

Regulacja CESL ma zwiększyć poziom ochrony konsumentów w kontaktach z przedsiębiorcami, także w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw. Do korzyści wynikających z tej regulacji należy np. ułatwienie rozwoju kontaktów handlowych i nawiązywania współpracy gospodarczej, a w konsekwencji – wzrost wskaźnika PKB oraz wymiany międzynarodowej. Sprzyja temu stabilność i przejrzystość prawa, a więc uproszczenie przepisów stanowiących jednolitą bazę dla każdego podmiotu działającego na arenie UE.

### 3.1. Internetowy handel transgraniczny

Internetowy handel transgraniczny to dynamicznie rozwijający się rynek. Ma szansę zająć dominującą pozycję wśród wszelkich usług online. Składają się na niego wszystkie zakupy dokonane przez Internet poza granicami naszego kraju. Internetowy handel transgraniczny jest korzystny tak dla przedsiębiorców, jak i konsumentów. Pozwala na wejście na rynki inne niż lokalny przy stosunkowo małych kosztach takiego przedsięwzięcia. Jednocześnie umożliwia uniknięcie silnej konkurencji na rynku lokalnym. Konsumentom natomiast daje większą możliwość wyboru produktu. E-handel w skali międzynarodowej ma jednak również pewne wady. Szczególnie uciążliwym problemem są dostawy oraz ewentualny zwrot przesyłki z zagranicy.

Aby zaradzić tym problemom oraz zwiększyć zaufanie konsumentów i przedsiębiorców do rynku e-commerce, UE postanowiła ujednoczyć zasady rządzące rynkiem usług internetowych w Europie. Po pierwsze, wprowadzono szereg obowiązków informacyjnych dla przedsiębiorcy zawierającego z konsumentem umowę online. Uregulowała je dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów.

Wprowadza ona zharmonizowane mechanizmy świadczenia usług online w całej Unii. Zawarte w dyrektywie przepisy regulujące zagadnienia e-handlu zostały ujęte przede wszystkim w rozdziale II, dotyczącym tzw. umów zawieranych na odległość. Zgodnie z tymi postanowieniami przedsiębiorca, zanim zwiąże się z konsumentem umową, ma obowiązek poinformowania go.

Drugim mechanizmem usprawniającym internetowy handel transgraniczny ma być lepsza organizacja, jakość i niższe ceny usług dostawczych. Można tu wspomnieć o rozwiązaniu polegającym na tzw. śledzeniu przesyłek oraz ich oznaczaniu. Trzecim etapem rozwoju e-handlu jest stworzenie jednolitego systemu rozpatrywania skarg czy zażaleń konsumentów na działalność przedsiębiorców online.

Wszystkie te rozwiązania będzie można już wkrótce poddać ocenie w praktyce. Klienci na rynku e-usług powinni poczuć się pewniej, a przedsiębiorcy – cieszyć jeszcze większą sprzedażą. Pozwoli to obu stronom korzystać w pełni z zalet rynku transgranicznego, który, choć jest dopiero w początkowej fazie rozwoju, to w najbliższych latach ma szansę utrzymać intensywny wzrost.

### 3.2. Ochrona konsumenta

Obecnie przedsiębiorcy nie otrzymują odpowiednich zachęt, aby wchodzić na rynki innych państw UE. Z reguły są wręcz od tego odstraszeni przez obce (czasami diametralnie) porządki prawne, do których muszą się dostosowywać. W kontaktach z konsumentami są bowiem zobowiązani do respektowania prawa państwa, w którym konsument zamieszkuje. Z kolei konsumenci, słabsza strona tych kontaktów, są także niepewni praw przysługujących jej poza macierzystym rynkiem.

CESL ma w przyszłości stanowić tzw. „instrument opcjonalny”. Oznacza to, że aby CESL był stosowany, strony muszą wyraźnie wskazać, iż wybierają ten reżim prawny. Już na początku, czyli na etapie zawierania umowy przedsiębiorca będzie obowiązany uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na zastosowanie wspólnego europejskiego prawa sprzedaży. Ustawodawca idzie nawet dalej, wymagając odrębnej zgody dla CESL niezawartej w umowie. W przypadku

niezastosowania się do wspomnianych warunków, przedsiębiorcy będą zmuszeni ponieść kary nakładane przez ustawodawstwa krajowe. Stanowi to kolejną przeszkodę dla profesjonalistów – w postaci odpowiedzialności finansowej, która egzekwowana na poziomie krajowym, będzie skuteczniejsza niż na poziomie unijnym.

Na istotny dla konsumenta stan prawny składają się aktualnie: rozporządzenie w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)<sup>14</sup> oraz rozporządzenie regulujące jurysdykcje, uznawanie orzeczeń sądowych i ich wykonywanie w sprawach cywilnych i handlowych (Bruksela I)<sup>15</sup>. Na ich podstawie umowa zawarta przez osobę fizyczną w celu, który można uznać za niezwiązany z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (konsument), z inną osobą wykonującą działalność gospodarczą lub zawodową (przedsiębiorca) podlega prawu państwa, w którym konsument zwykle przebywa (np. zamieszkuje), pod warunkiem, że przedsiębiorca:

- a) wykonuje swoją działalność gospodarczą lub zawodową w państwie, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu
- b) lub kieruje taką działalność do tego państwa lub do kilku państw z tym państwem łącznie.

Strony mogą dokonać wyboru prawa właściwego dla ich umowy. Ten wybór nie może jednak prowadzić do pozbawienia konsumenta ochrony przyznanej mu na podstawie przepisów, których nie można wyłączyć w drodze umowy, na mocy prawa, jakie byłoby właściwe w braku wyboru. Przedsiębiorca ma zatem obowiązek znać przepisy prawa krajowego danego państwa, w którym konsument przebywa, a których nie można wyłączyć w drodze umowy. Przedmiotowy reżim prawny, jakim jest CESL, w swoim założeniu jest dobrowolnym reżimem prawa umów w wewnętrznym porządku prawnym każdego państwa członkowskiego UE. Proponowane rozporządzenie przewiduje, że w treści zawieranej umowy musi znaleźć się informacja: „*umowa którą zamierzasz zawrzeć będzie podlegała Wspólnemu Europejskiemu Prawu Sprzedaży, która jest alternatywnym krajowym prawem sprzedaży, mającym zastosowanie w przypadku transakcji transgranicznych*”.

### Transakcje umożliwiające stosowanie CESL

CESL jest instrumentem opcjonalnym. Oznacza to, że strony mogą postanowić, iż reżim ten będzie miał zastosowanie do transgranicznych umów sprzedaży towarów, dostawy treści cyfrowych oraz świadczenia usług z nimi związanych. W rzeczywistości to od strony oferującej, czyli przedsiębiorcy, będzie zależało, czy chce zastosować Wspólne Europejskie Prawo Sprzedaży.

CESL znajduje zastosowanie wyłącznie do transakcji transgranicznych, czyli takich, w przypadku których adres wskazany przez konsumenta, adres dostawy oraz adres umieszczony na fakturze znajdują się w innym kraju aniżeli kraj miejsca zwykłego pobytu przedsiębiorcy. Oba kraje muszą przy tym należeć do UE.

14. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I) (Dz.Urz.U.E.L 2008 Nr 177, str. 6) <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:177:0006:0016:PL:PDF> (dostęp 05.11.2014)

15. Rozporządzenie Rady (WE) nr 44/2001 z dnia 22 grudnia 2000 r. w sprawie jurysdykcji i uznawania orzeczeń sądowych oraz ich wykonywania w sprawach cywilnych i handlowych (Dz.Urz.U.E.L 2001 Nr 12, str. 1) <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32001R0044&from=PL> (dostęp 05.11.2014)

Jeżeli zaś chodzi o zakres umów, do jakich można stosować CESL, to są to umowy:

- sprzedaży;
- dostarczenia treści cyfrowych (niezależnie od tego, czy zostały one dostarczone na materialnym nośniku), które użytkownik może przechowywać, przetwarzać lub uzyskiwać do nich dostęp, i ponownie wykorzystywać, przy czym nie ma znaczenia to, czy treści cyfrowe zostały dostarczone w zamian za zapłatę ceny;
- świadczenia usług z nimi związanych, niezależnie od tego, czy za usługi te ustalono odrębną cenę.

Wyłączone zostały z tego umowy o mieszanym celu oraz umowy związane z kredytem.

Obecny stan prawny	CESL
Niespójny i niejednorodny system ochrony konsumenta oparty na implementacji przez państwa członkowskie UE dyrektyw mających na celu jedynie harmonizację przepisów, a nie ich ujednolicenie.	Pełny i spójny system, w którym nie występują różnice będące naturalnym i nieuniknionym efektem implementacji dyrektyw. Ułatwienia dla przedsiębiorców przejawiające się w braku konieczności sprawdzania przepisów państwa, na terenie którego działa kontrahent.  Zwiększenie ochrony konsumenta oraz wydłużenie terminów przysługujących w sytuacji niezgodności towaru z umową.

Niewątpliwymi korzyściami dla konsumentów będą:

- brak wątpliwości co do tego, które przepisy stosuje się przy interpretacji i wykonywaniu zawartej umowy;
- szerokie nakreślenie ram odpowiedzialności przedsiębiorcy w sytuacji, gdy będący przedmiotem umowy towar nie jest z nią zgodny, m.in.: samodzielna i swobodna decyzja konsumenta co do wyboru środków, które przysługują mu w takiej sytuacji;
- wyższy, niż w aktualnie obowiązującym reżimie, poziom ochrony;
- pomimo fakultatywnego zastosowania postanowień CESL konsumenta nadal chronią przepisy obowiązujące kraju macierzystego;
- obowiązek poinformowania konsumenta przed zawarciem umowy o ochronie, którą zapewniają mu normy CESL, co jest znamienne różnicą w porównaniu z ustawodawstwami krajowymi, które takiego obowiązku nie przewidują.

Problemem we wprowadzeniu w życie systemu CESL może być fakt, iż mimo że konsument zostanie powiadomiony o ochronie zapewnianej przez wspomniany system, to jednak w dalszym ciągu powszechna świadomość prawna może ograniczać się jedynie do tego zakresu (zapewnienie ochrony). W rezultacie konsument, choć będzie świadom swoich praw wynikających z zastosowania CESL, to jednak nie zdobędzie informacji o całości kształcie tego systemu, a także o rzeczywistych różnicach pomiędzy CESL a ustawodawstwem krajowym. Tymczasem takie zestawienie i porównanie dwóch systemów prawnych nie jest w tej chwili wymagane przez prawo. Obecnie firma, zawierając umowy z kontrahentami w wielu różnych państwach członkowskich Unii Europejskiej, jest zmuszona przygotować 28 wzorców umów, osobno dla każdego państwa. Dzięki CESL funkcjonowanie przedsiębiorstw będzie można oprzeć na przepisach Europejskiego Prawa sprzedaży obowiązującego bez względu na lokalizację. Niewątpliwym skutkiem takiego rozwiązania będzie pobudzenie rynku unijnego i zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw, a w konsekwencji zwiększenie wyboru towarów i spadek cen (z korzyścią dla konsumentów) oraz wzrost obrotów (z korzyścią dla sprzedawców).



### 3.3. Ochrona małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP)

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią dźwignię rozwoju gospodarczego Europy i świata. Na unijnym rynku cieszy znaczny wzrost ich liczby w ostatnich latach. Jednocześnie małe, zwłaszcza początkujące na rynku firmy, borykają się z wieloma trudnościami. Często problemem staje się uzyskanie kapitału czy dostęp do najnowszych technologii oraz ograniczone możliwości rozwoju na rynku zdominowanym przez światowe koncerny. Naprzeciw potrzebom sektora małych i średnich przedsiębiorstw wyszła Unia Europejska, tworząc rozbudowany system ich wspierania. Pośrednio może on przyczynić się również do rozwoju polityki spójności, tworzenia nowych miejsc pracy czy wzrostu gospodarczego.



Wobec wspólnego rynku wewnętrznego Unii Europejskiej pojawiła się potrzeba stworzenia wspólnej definicji małych i średnich przedsiębiorstw, tak aby unijna pomoc trafiała do podmiotów rzeczywiście jej potrzebujących. Istnieje także konieczność ukształtowania jednolitych ram pomocy firmom ze wszystkich krajów członkowskich UE. Zadania te ma wypełnić najnowsze rozporządzenie unijne z dnia 17 czerwca 2014 r. uznające niektóre rodzaje pomocy (w tym pomoc dla MŚP) za zgodne z rynkiem wewnętrznym<sup>16</sup>.

16. Rozporządzenie Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu (Dz.Urz.Ue.L 2014 Nr 187, str. 1) <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014R0651&from=PL> (dostęp 05.11.2014)

Definicję MŚP kilkakrotnie już zmienianą (w 1998 i 2005 r.) odnajdujemy w załączniku nr 1 do wspomnianego rozporządzenia. Za przedsiębiorstwo uznaje ona każdy podmiot prowadzący działalność gospodarczą bez względu na jego formę prawną. Będą nim zatem zarówno osoby fizyczne prowadzące działalność na własny rachunek, a także spółki, czy wszelkiego rodzaju firmy rodzinne zajmujące się działalnością gospodarczą. Dla definicji MŚP podstawowe znaczenie ma też określenie pułapów finansowych oraz pułapów zatrudnienia, od których możemy mówić o małych lub średnich przedsiębiorstwach. Zgodnie z tym załącznikiem pułapy te stanowią odpowiednio roczny obrót nieprzekraczający 50 milionów euro lub roczna suma bilansowa nieprzekraczająca 43 milionów euro oraz zatrudnienie wynoszące poniżej 250 pracowników.

W ramach MŚP zróżnicowane zostały też następujące kategorie:

	Pułap finansowy	Pułap zatrudnienia
Średnie przedsiębiorstwa	Roczny obrót mniejszy niż 50 mln euro lub roczna suma bilansowa mniejsza niż 43 mln euro	Mniej niż 250 pracowników
Małe przedsiębiorstwa	Roczny obrót lub roczna suma bilansowa mniejsza niż 10 mln euro mniejsza niż 43 mln euro	Mniej niż 50 pracowników
Mikroprzedsiębiorstwa	Roczny obrót lub roczna suma bilansowa mniejsza niż 2 mln euro	Mniej niż 10 pracowników

Załącznik bardzo precyzyjnie reguluje również rodzaje przedsiębiorstw brane pod uwagę przy obliczaniu liczby personelu i kwot finansowych. Jeżeli już nasza firma zostanie zakwalifikowana jako podmiot MŚP, to wówczas może liczyć na wsparcie (przede wszystkim finansowe) instytucji europejskich. W ramach tego wsparcia wyróżnić można dotacje dla osób fizycznych zakładających przedsiębiorstwo (po to aby ułatwić im start na rynku), dotacje dla przedsiębiorstw (w tym dotacje inwestycyjne, na rozwój ICT, czy dotacje na innowacje), a także wszelkiego rodzaju inwestycje w kapitał ludzki (np. szkolenia, staże, wsparcie tymczasowego zatrudnienia).