

PL

PL

PL



KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH

Bruksela, dnia 8.10.2008
KOM(2008) 614 wersja ostateczna

2008/0196 (COD)

Wniosek

DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY

w sprawie praw konsumentów

{SEK(2008) 2544}

{SEK(2008) 2545}

{SEK(2008) 2547}

UZASADNIENIE

1. KONTEKST WNIOSKU

- **Podstawa i cele wniosku**

Wniosek jest wynikiem przeglądu prawa konsumenckiego, obejmującego szereg dyrektyw dotyczących ochrony konsumentów.

Przegląd rozpoczął się w 2004 r., a jego celem jest uproszczenie i uzupełnienie istniejących ram prawnych. Ogólnym celem przeglądu jest dążenie do stworzenia rzeczywistego, wewnętrznego rynku transakcji między przedsiębiorcami a konsumentami, opartego na właściwym zrównoważeniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów z konkurencyjnością przedsiębiorstw, przy jednoczesnym poszanowaniu zasady pomocniczości.

Dyrektywy objęte przeglądem zawierają klauzule minimalnej harmonizacji, co oznacza, że państwa członkowskie mogą utrzymać lub przyjąć bardziej surowe przepisy w zakresie ochrony konsumentów. Państwa członkowskie korzystały z tej możliwości w dużym stopniu. Wynikiem tego są różne ramy prawne we Wspólnocie, co prowadzi do wysokich kosztów przestrzegania przepisów w przypadku przedsiębiorstw, które chcą prowadzić handel transgraniczny.

Problem ten nie znalazł rozwiązania w uregulowaniach dotyczących kolizji przepisów prawnych, między innymi tych ujętych w rozporządzeniu w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych („Rzym I”). Dzięki temu rozporządzeniu konsumenci zawierający umowę z zagranicznym przedsiębiorcą nie mogą zostać pozbawieni ochrony wynikającej z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawnych w ich kraju ojczystym.

Skutkiem różnic w przepisach dla rynku wewnętrznego jest niechęć przedsiębiorstw do sprzedaży transgranicznej na rzecz konsumentów, co z kolei ma negatywne skutki dla samych konsumentów. Jeżeli konsumentom uniemożliwia się dostęp do konkurencyjnych ofert transgranicznych, nie mogą oni w pełni korzystać z rynku wewnętrznego, zwłaszcza z możliwości wyboru i konkurencji cenowej.

Poziom zaufania konsumentów do zakupów transgranicznych jest niski. Jednym z powodów jest segmentacja prawa konsumenckiego. Segmentacja i związany z nią nierówny poziom ochrony konsumentów utrudniają prowadzenie ogólnoeuropejskich kampanii edukacyjnych dotyczących praw konsumentów oraz stosowania alternatywnych mechanizmów rozstrzygania sporów.

Celem wniosku jest poprawa funkcjonowania rynku wewnętrznego transakcji zawieranych między przedsiębiorcami a konsumentami przez poprawę zaufania konsumentów do rynku wewnętrznego i zachęcenie przedsiębiorstw do prowadzenia handlu transgranicznego. Ten nadrzędny cel można osiągnąć przez zniwelowanie różnic w przepisach prawnych, zacieśnienie ram regulacyjnych oraz zapewnienie konsumentom wysokiego i jednolitego poziomu ochrony oraz odpowiednich informacji o ich prawach i możliwościach korzystania z nich. W tym celu Komisja Europejska wprowadzi system umożliwiający znalezienie najlepszego sposobu informowania konsumentów o ich podstawowych prawach w punkcie sprzedaży.

- **Kontekst ogólny**

Koszty ponoszone przez przedsiębiorstwa w związku z przestrzeganiem zróżnicowanego prawa konsumenckiego są znaczne. Z badań wynika, że w przypadku dużej części przedsiębiorców koszty przestrzegania przepisów są istotną barierą w handlu transgranicznym, która zniechęca ich do prowadzenia sprzedaży za granicą, zwłaszcza składania ofert sprzedaży konsumentom w małych państwach członkowskich. Jeżeli na szczeblu wspólnotowym nie zostaną podjęte działania legislacyjne, koszty takie będą nadal przerzucane na konsumentów w formie wyższych cen lub, co gorsza, przedsiębiorstwa nie będą nadal prowadzić sprzedaży transgranicznej lub będą tworzyć podziały geograficzne konsumentów, zależnie od ich kraju zamieszkania.

Parlament Europejski w swojej rezolucji z dnia 16 lipca 2007 r. zalecił podjęcie działań legislacyjnych, sugerując przyjęcie instrumentu w formie dyrektywy horyzontalnej, opartej na pełnej harmonizacji.

W swoim komunikacie „Jednolity rynek dla Europy XXI wieku” z dnia 20 listopada 2007 r. Komisja stwierdza, że jednolity rynek musi przynosić lepsze efekty i konkretne korzyści dla konsumentów i MŚP.

- **Obowiązujące przepisy w dziedzinie, której dotyczy wniosek**

Celem wniosku jest wprowadzenie zmian do dyrektywy 85/577/EWG w sprawie umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, dyrektywy 93/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich., dyrektywy 97/7/WE w sprawie umów zawieranych na odległość oraz dyrektywy 1999/44/WE w sprawie sprzedaży konsumenckiej i gwarancji. Te cztery dyrektywy określają prawa konsumentów wynikające z umów.

Wniosek zakłada połączenie czterech dyrektyw w jeden instrument horyzontalny, który reguluje wspólne aspekty w sposób systematyczny, upraszczając i aktualizując istniejące przepisy, eliminując niespójności i wypełniając luki w prawie.

Wniosek odchodzi od podejścia minimalnej harmonizacji przyjętego w czterech istniejących dyrektywach (zgodnie z którym państwa członkowskie mogą utrzymać lub przyjąć bardziej surowe przepisy krajowe niż te określone w dyrektywie) i zakłada pełną harmonizację (państwa członkowskie nie mogą utrzymać ani przyjąć przepisów odbiegających od tych określonych w dyrektywie).

- **Spójność z pozostałymi obszarami polityki i celami Unii**

Dyrektywa 2005/29/WE dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym określa podstawowe wymogi informacyjne, które muszą zostać spełnione przed zawarciem umowy. Dyrektywy 85/577/EWG, 97/7/WE i 99/44/EWG również zawierają pewne wymogi dotyczące informacji. Zgodnie z celem lepszego stanowienia prawa wniosek zapewnia spójność między tymi różnymi dyrektywami i reguluje skutki prawne niespełnienia takich wymogów.

Wniosek zapewnia również wysoki poziom ochrony konsumentów w umowach

konsumenckich. Jest zatem zgodny z prawami podstawowymi, w szczególności z art. 38 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej.

Wniosek jest również zgodny z podstawowymi zasadami Traktatu WE, takimi jak zasady swobodnego przepływu towarów oraz swobody świadczenia usług, które nie będą ograniczone bardziej surowymi przepisami krajowymi w dziedzinie zharmonizowanej dyrektywą, z wyjątkiem niezbędnych i proporcjonalnych środków, które państwa członkowskie mogą przyjąć, uzasadniając to względami porządku publicznego, bezpieczeństwa publicznego, zdrowia publicznego lub ochrony środowiska, zgodnie z prawem wspólnotowym.

2. KONSULTACJE Z ZAINTERESOWANYMI STRONAMI ORAZ OCENA SKUTKÓW

• Konsultacje z zainteresowanymi stronami

Metody konsultacji, główne sektory objęte konsultacjami i ogólny profil respondentów

W dniu 8 lutego 2007 r. Komisja przyjęła Zieloną księgę w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta, która podsumowuje ustalenia i otwiera konsultacje publiczne, których głównym tematem są kwestie przekrojowe (horyzontalne) zawarte w dyrektywach objętych przeglądem.

Reakcje na zieloną księgę pochodziły od szerokiego kręgu zainteresowanych: przedsiębiorstw, konsumentów, Parlamentu Europejskiego, państw członkowskich, środowisk akademickich i prawników.

Komisja opublikowała również dwa dokumenty konsultacyjne poświęcone dyrektywom 97/7/WE i 85/577/EWG i dotyczące kwestii szczegółowych (wertykalnych) zawartych w tych dyrektywach. Wszystkie zainteresowane strony zostały poproszone o przesłanie odpowiedzi do Komisji, odpowiednio do 21 listopada 2006 r. i 4 grudnia 2007 r. Komisja otrzymała odpowiednio 84 i 62 odpowiedzi od wszystkich zainteresowanych stron. Wyniki tych dwóch konsultacji szczegółowych dostępne są na stronie internetowej: http://ec.europa.eu/consumers/rights/gen_rights_en.htm

Komisja zorganizowała całodniową konferencję dla zainteresowanych stron w dniu 14 listopada 2007 r.

W dniu 20 grudnia 2007 r. na zlecenie Komisji wysłano dwa kwestionariusze adresowane do zainteresowanych stron (jeden do przedsiębiorstw, drugi do konsumentów).

Przy okazji warsztatów, które odbyły się w lutym 2008 r., z udziałem przedstawicieli przedsiębiorstw i konsumentów, których poproszono o odpowiedzi na pytania dotyczące przewidywanego wpływu poszczególnych opcji, omówiono bieżące problemy i planowane zmiany legislacyjne.

Streszczenie odpowiedzi oraz sposób ich uwzględnienia

Większość respondentów odpowiadających na zieloną księgę optowało za przyjęciem horyzontalnego instrumentu prawnego, mającego zastosowanie do transakcji krajowych i transgranicznych, którego podstawą jest pełna harmonizacja; innymi słowy, instrumentu, które rozwiąże kwestie barier w handlu dla przedsiębiorstw, będących również przeszkodą dla konsumentów w transgranicznych zakupach.

Horyzontalny instrument legislacyjny powinien zdaniem większości respondentów być powiązany z wertykalnym przeglądem istniejących dyrektyw sektorowych (na przykład zmiana dyrektywy w sprawie korzystania z nieruchomości w oznaczonym czasie oraz dyrektywy w sprawie imprez turystycznych). Uwidoczniło się silne poparcie dla uszczegółowienia i systematyzacji prawa konsumenckiego, m.in. przez wprowadzenie wspólnych definicji konsumentów/przedsiębiorców oraz dostawy, zharmonizowanych przepisów dotyczących informacji oraz prawa odstąpienia oraz stworzenia na szczeblu wspólnotowym „czarnej” listy nieuczciwych postanowień umownych (czyli postanowień zakazanych z założenia) oraz „szarej” listy postanowień (czyli takich, co do których istnieje domniemanie nieuczciwości), zamiast obecnego wykazu mającego charakter czysto orientacyjny.

Konsultacje na podstawie zielonej księgi prowadzono w Internecie od 08.02.2007 r. do 15.05.2007 r. Komisja otrzymała 307 odpowiedzi. Wyniki konsultacji są dostępne na stronie: http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm.

- **Gromadzenie i wykorzystanie wiedzy specjalistycznej**

Nie zaistniała potrzeba skorzystania z pomocy ekspertów zewnętrznych.

- **Ocena skutków**

Przedmiotem oceny skutków było sześć opcji. Wszystkie opcje uwzględniają jako podstawę przyjęte niedawno rozporządzenie Rzym I.

Opcja 1 to opcja „status quo”, która oznacza utrzymanie minimalnej harmonizacji prawa konsumenckiego. Wpływ gospodarczy tej opcji jest negatywny. Najważniejszym problemem jest również utrzymanie się różnic w przepisach prawnych.

Opcja 2 to opcja nielegislacyjna, obejmująca finansowanie wspólnotowe z przeznaczeniem na kampanie informacyjne i samoregulację. Jako niezależny pakiet opcja taka nie miałaby pozytywnego wpływu, ponieważ podstawowy problem segmentacji prawnej nie uległby zmianie, chyba że kodeksy postępowania byłyby oparte na najwyższych wspólnych standardach i obejmowałyby całą Wspólnotę.

Opcja 3 to łączne przedłożenie 4 wniosków legislacyjnych, opartych na pełnej harmonizacji, które mogłyby stanowić instrument horyzontalny. Podejście takie koncentruje się na ograniczonej liczbie niespójności w prawie wspólnotowym. Jaśniejsze i aktualne definicje upraszczają prawodawstwo, jednak mają bardzo ograniczony wpływ na lepsze funkcjonowanie rynku wewnętrznego, minimalizując w ten sposób obciążenie przedsiębiorstw i zwiększając zaufanie konsumentów.

Opcja 4 obejmuje 16 zmian legislacyjnych, zakładających pełną harmonizację i połączonych z czterema zmianami legislacyjnymi zaproponowanymi w ramach opcji 3. W opcji tej rozwiązuje się wszystkie istotne kwestie ochrony konsumentów, które muszą być uwzględniane przez przedsiębiorców przy przygotowaniu materiałów marketingowych, sporządzaniu ogólnych warunków umów oraz kontakcie z konsumentami. Pełna harmonizacja tych kwestii znacznie zmniejszyłaby koszty administracyjne ponoszone przez przedsiębiorców prowadzących transgraniczną sprzedaż na odległość lub bezpośrednio i miałaby pozytywny wpływ na działanie rynku wewnętrznego. Takie zmiany legislacyjne mają znaczenie dla zaufania

konsumentów do zakupów transgranicznych. Ponadto opcja ta obejmuje aktualizację prawodawstwa w miarę rozwoju sytuacji na rynku. Opcja ta ma pozytywny wpływ gospodarczy, zwiększa zaufanie konsumentów i poprawia jakość prawodawstwa.

Opcja 5 obejmuje 3 wnioski legislacyjne, zakładające pełną harmonizację i, oprócz 20 zmian legislacyjnych proponowanych w opcjach 3 i 4, przyznające konsumentom nowe prawa. Negatywny wpływ na koszty przedsiębiorstw oraz na lepsze funkcjonowanie rynku wewnętrznego wydaje się niezrównoważony korzyściami dla konsumentów.

Opcja 6 obejmuje wnioski legislacyjne objęte opcjami 3 i 4 oraz klauzulę rynku wewnętrznego, stosującą się do aspektów nie w pełni zharmonizowanych. Klauzula rynku wewnętrznego pozwoliłaby stronom umów, w aspektach objętych tą klauzulą wybrać prawo dowolnego państwa członkowskiego, nawet jeśli prawo to przewiduje niższy poziom ochrony konsumentów niż prawo kraju, w którym zamieszkuje konsument. W związku z tym, że istnieje konflikt takiej klauzuli z art. 6 rozporządzenia Rzym I, klauzula taka prowadziła do zmiany prawa i poważnej zmiany strategii politycznej zaledwie kilka miesięcy po przyjęciu rozporządzenia Rzym I, które zawiera klauzulę przeglądu (przeгляд ma się zakończyć do 2013 r.). Ponadto opcja ta, pomimo iż cieszy się poparciem przedsiębiorców, nie zyskała poparcia wyraźnej większości państw członkowskich ani organizacji konsumenckich odpowiadających na zieloną księgę. Opcja ta wyeliminowałaby wprowadzenie bariery na rynku wewnętrznym i pozwoliłaby na zmniejszenie obciążenia przedsiębiorstw, problem niepewności prawnej stałby się jednak udziałem konsumentów, co miałoby negatywny wpływ na ich zaufanie; stworzyłaby ona również problemy dla sądów krajowych oraz organów egzekwowania prawa, które musiałyby stosować prawo zagraniczne.

Komisja przeprowadziła ocenę skutków przewidzianą w programie prac, z której sprawozdanie jest dostępne pod adresem:

http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm.

3. ASPEKTY PRAWNE WNIOSKU

• Krótki opis proponowanych działań

Celem niniejszego wniosku jest przyczynienie się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego w transakcjach między przedsiębiorstwami a konsumentami oraz osiągnięcia wysokiego poziomu ochrony konsumentów przez pełną harmonizację najważniejszych aspektów prawa umów konsumenckich, które są istotne dla rynku wewnętrznego.

• Podstawa prawna

Artykuł 95 Traktatu.

• Zasada pomocniczości

Zasada pomocniczości ma zastosowanie, o ile wniosek nie wchodzi w zakres wyłącznych kompetencji Wspólnoty.

Cele wniosku nie mogą być osiągnięte w sposób wystarczający przez państwa

członkowskie z następujących względów:

Problem różnic w przepisach prawnych nie może być rozwiązany oddzielnie przez poszczególne państwa członkowskie, ponieważ sam problem wynika z różnego wdrożenia przez państwa członkowskie klauzul minimalnej harmonizacji zawartych w obowiązujących dyrektywach. Również brak koordynacji w rozwiązywaniu kwestii bieżących zmian na rynku, luk w prawie oraz niespójności we wspólnotowym prawie konsumenckim prowadzi do większej segmentacji i pogarsza problem. Tylko skoordynowane działania Wspólnoty mogą rozwiązać ten problem, przyczyniając się do urzeczywistnienia rynku wewnętrznego.

Nieskoordynowane działania poszczególnych państw członkowskich nie pozwoliłyby uzyskać wyników rynku wewnętrznego, korzystnych dla przedsiębiorstw, zwłaszcza MŚP, jak i konsumentów. Nieskoordynowane działania uniemożliwiłyby korzystanie z potencjału rynku wewnętrznego transakcji między przedsiębiorstwami a konsumentami, zwłaszcza z dużego potencjału rozwoju transgranicznej sprzedaży na odległość, z której MŚP mogłyby bezpośrednio korzystać. Konsumentom zostałoby również w ten sposób pozbawieni możliwości korzystania z rynku wewnętrznego, oferującego większy wybór i korzystniejsze ceny niż te zawarte w ofertach transgranicznych. Ograniczeniu uległby wreszcie rozwój konkurencyjnych przedsiębiorstw, zwłaszcza MŚP, które chciałyby rozwijać swoją działalność w całej Wspólnocie.

Działanie Wspólnoty zapewni lepsze osiągnięcie celów wniosku z następujących względów.

Wniosek zakłada pełną harmonizację wspólnotowego prawa umów konsumenckich. Przewiduje się jego znaczny pozytywny wpływ na rynek detaliczny. Jak wynika ze sprawozdania z oceny skutków, przedsiębiorstwa, które chcą prowadzić sprzedaż transgraniczną, zaoszczędzą znaczne kwoty w związku ze zmniejszeniem obciążenia administracyjnego.

Wniosek umożliwi stworzenie jednolitego zbioru przepisów, zapewniającego wysoki wspólny poziom ochrony konsumentów w całej Wspólnocie; dzięki niemu przedsiębiorcy będą mogli oferować towary i usługi konsumentom w 27 państwach członkowskich na podobnych zasadach jak w swoim kraju, korzystając z tych samych ogólnych warunków umów i tych samych materiałów informacyjnych. Wniosek pozwoli więc znacznie zmniejszyć przedsiębiorcom koszty przestrzegania przepisów, zapewniając równocześnie konsumentom wysoki poziom ochrony.

Różnica między rozwojem sprzedaży krajowej i transgranicznej jest szczególnie znaczna w przypadku sprzedaży internetowej, gdzie potencjał dalszego wzrostu jest wysoki. Wniosek ten mógłby zatem przynieść podstawowe, namacalne korzyści dla rynku wewnętrznego transakcji między przedsiębiorstwami a konsumentami.

W wyniku analizy porównawczej wdrożenia przepisów prawa konsumenckiego w 27 państwach członkowskich stwierdzono znaczne różnice w przepisach prawnych, wynikające z faktu wdrożenia przez państwa członkowskie klauzuli minimalnej harmonizacji zawartej w dyrektywach objętych przeglądem. Analiza ta została opublikowana na stronie internetowej:

http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm#comp

Wyniki badania Eurobarometru z 2008 r. potwierdzają, że różnice w przepisach prawnych stanowią poważną barierę w handlu transgranicznym.

Zakres wniosku ogranicza się do przepisów dotyczących ochrony konsumentów w umowach zawieranych między przedsiębiorcami a konsumentami. Wniosek w pełni harmonizuje te aspekty ochrony konsumentów, które mają znaczenie dla handlu transgranicznego, czyli takie, które są szczególnie istotne dla przedsiębiorców przy sporządzaniu ogólnych warunków umów i przygotowaniu materiałów informacyjnych, jak również przy prowadzeniu przez nich działalności (np. zarządzanie zwrotami na odległość oraz sprzedaż bezpośrednia).

Wniosek jest zatem zgodny z zasadą pomocniczości.

Komisja uznaje, że podejście pełnej harmonizacji przyjęte z powodzeniem w dyrektywie o nieuczciwych praktykach handlowych w dziedzinie ochrony konsumentów stanowi nowy standard w dziedzinie praw konsumentów wynikających z umów. W związku z tym niezbędna jest odpowiednia strategia komunikacyjna wyjaśniająca wpływ i korzyści płynące z wniosku. Oprócz dialogu międzyinstytucjonalnego z Parlamentem i Radą, Komisja zamierza w najbliższych miesiącach aktywnie współpracować ze wszystkimi zainteresowanymi podmiotami w różnych państwach członkowskich.

- **Zasada proporcjonalności**

Wniosek jest zgodny z zasadą proporcjonalności z następujących względów:

Wniosek reguluje wyłącznie najważniejsze aspekty prawa umów konsumenckich i nie zajmuje się innymi ogólnymi kwestiami prawa umów, takimi jak zdolność do czynności prawnych w kontekście zawierania umów czy też przyznanie odszkodowania.

Wniosek ma zastosowanie do umów krajowych i transgranicznych, zgodnie z ustaleniami przyjętymi na podstawie zielonej księgi. Uwzględnienie transakcji krajowych w zakresie wniosku jest proporcjonalne do celu uproszczenia wspólnotowych ram prawnych, ponieważ unika się w ten sposób podwójnego systemu, który prowadziłby do powstania jeszcze większych różnic i zakłócenia konkurencji między przedsiębiorstwami działającymi tylko na rynku krajowym a tymi, które prowadzą działalność w kraju i za granicą.

Obciążenie administracyjne organów publicznych będzie nieznaczne, ponieważ będzie oznaczać jedynie powiadomienie Komisji o krajowym orzecznictwie w zakresie nieuczciwych postanowień umownych, w kontekście procedury komitetowej.

Przedsiębiorcy wspólnotowi, którzy rozwijają swoją działalność w kontekście transgranicznym, odczuwają znaczne zmniejszenie kosztów administracyjnych w wyniku pełnej harmonizacji. Niektóre przedsiębiorstwa prowadzące tylko sprzedaż krajową, niezainteresowane rynkiem wspólnotowym, odniosłyby nieznaczne straty w związku z jednorazowym kosztem dostosowania się do zmian regulacyjnych. W przypadku detalistów zawierających transakcje z konsumentem bezpośrednio w jego obecności, można oczekiwać nieznacznego dodatkowego obciążenia w przypadku szczególnych rodzajów przedsiębiorstw, przykładowo sklepów oferujących towary używane,

pełniących rolę pośredników konsumentów.

W związku z tym, że wniosek wspiera ochronę konsumentów i konkurencyjność na rynku detalicznym przez rozszerzenie oferty transgranicznej, konsumenci odniosą korzyści, otrzymując więcej możliwości wyboru, lepszą jakość i niższe ceny.

- **Wybór instrumentów**

Proponowane instrumenty: dyrektywa.

Inne instrumenty byłyby niewłaściwe z następujących względów:

Problem różnic we wspólnotowych ramach prawnych można rozwiązać na szczeblu wspólnotowym tylko za pomocą inicjatywy legislacyjnej. Samoregulacja lub współregulacja nie rozwiązałyby problemu różnic w przepisach.

Dyrektywa jest właściwszym instrumentem niż rozporządzenie, ponieważ jej transpozycja pozwoli na sprawniejsze przeniesienie prawa wspólnotowego do istniejących krajowych przepisów prawa umów lub kodeksów praw konsumenckich. Państwa członkowskie uzyskają dzięki temu niezbędny margines uznania, umożliwiającą utrzymanie krajowych przepisów i podstawowych zasad krajowego prawa umów, które są zgodne z celami wniosku legislacyjnego Wspólnoty. W przeciwieństwie do rozporządzenia, wdrożenie dyrektywy może prowadzić do powstania jednego, spójnego zbioru przepisów na szczeblu krajowym, który byłby prostszy do stosowania i interpretacji przez przedsiębiorców, łatwiejszy do egzekwowania przez organy publiczne i bardziej zgodny z zasadą pomocniczości.

4. WPLYW NA BUDŻET

Koszt przyszłego Komitetu ds. Nieuczciwych Postanowień obejmuje wynagrodzenie jednego urzędnika wspierającego procedurę komitetową i wynosi 117 000 EUR. Wpływ obejmuje również koszt sesji plenarnej, w której będzie uczestniczył jeden przedstawiciel każdego z 27 państw członkowskich oraz trzy spotkania rocznie; koszt każdego z nich jest szacowany na 20 000 EUR.

5. INFORMACJE DODATKOWE

- **Uproszczenie**

Wniosek przewiduje uproszczenie prawodawstwa.

Wniosek w znacznym stopniu upraszcza wspólnotowe prawo konsumenckie. Łącząc w jeden akt prawny cztery dyrektywy, wniosek reguluje w systematyczny sposób wspólne aspekty, oraz usuwa zbędne powtórzenia i niespójności. Wniosek spójnie reguluje wspólne elementy, takie jak wspólne definicje, podstawowe informacje udzielane przed zawarciem umowy oraz przepisy dotyczące umów sprzedaży, które do tej pory były rozproszone w wielu dyrektywach.

Wniosek został uwzględniony w programie Komisji na rzecz stopniowej aktualizacji i upraszczania wspólnotowego dorobku prawnego oraz w programie działalności legislacyjnej i prac Komisji pod numerem referencyjnym 2008/SANCO/001.

- **Uchylenie obowiązującego prawodawstwa**

Przyjęcie wniosku doprowadzi do uchylecia obowiązujących przepisów prawnych.

- **Klauzula przeglądu/rewizji/wygaśnięcia**

Wniosek zawiera klauzulę przeglądu.

- **Tabela korelacji**

Państwa członkowskie mają obowiązek przekazania Komisji tekstu przepisów krajowych przyjętych w celu transpozycji dyrektywy oraz tabeli korelacji między tymi przepisami a niniejszą dyrektywą.

- **Europejski Obszar Gospodarczy**

Proponowany akt prawny dotyczy kwestii mających znaczenie dla EOG i z tego względu powinien obejmować także Europejski Obszar Gospodarczy.

- **Szczegółowe wyjaśnienie wniosku**

Rozdział I zawiera wspólne definicje, między innymi definicje „konsumenta” i „przedsiębiorcy” oraz wprowadza zasadę pełnej harmonizacji.

Rozdział II dotyczy najważniejszych informacji, które przedsiębiorca musi podać przed zawarciem wszystkich umów konsumenckich, jak również obowiązku informacyjnego dotyczącego pośredników zawierających umowy w imieniu konsumentów. Rozdział III, który dotyczy tylko umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, zawiera szczegółowe wymogi informacyjne i reguluje w spójny sposób kwestię prawa odstąpienia (długość okresu odstąpienia, warunki korzystania z tego prawa i jego skutki). Rozdział ten zawiera również odesłanie do standardowego formularza odstąpienia, zawartego w załączniku I część B.

Rozdział IV precyzuje przepisy dyrektywy 99/44/WE. Utrzymuje się zasadę, że przedsiębiorca jest odpowiedzialny wobec konsumenta przez okres dwóch lat, jeżeli towary nie są zgodne z umową. Wprowadza się również nową zasadę, zgodnie z którą ryzyko utraty lub uszkodzenia towarów przechodzi na konsumenta dopiero wtedy, gdy konsument lub wskazana przez niego osoba trzecia, inna niż przewoźnik, wchodzi w faktyczne posiadanie towarów.

Rozdział V zasadniczo zawiera przepisy pochodzące z dyrektywy 93/13/EWG. Stosuje się go do nieuczciwych postanowień umownych, które nie były indywidualnie negocjowane, takich jak ogólne warunki umów. Nieuczciwe postanowienia to takie, które prowadzą do powstania znacznej nierównowagi między prawami i obowiązkami konsumentów i przedsiębiorców, i nie są wiążące dla konsumentów. Dwa wykazy nieuczciwych postanowień zawarte w dyrektywie mają zatem zagwarantować pewność prawną. Załącznik II zawiera wykaz postanowień, które w każdych okolicznościach uznawane są za nieuczciwe. Załącznik III zawiera wykaz postanowień, które uznawane są za nieuczciwe, chyba że przedsiębiorca udowodni, że nie mają one takiego charakteru. Te same wykazy będą mieć zastosowanie we wszystkich państwach członkowskich i mogą zostać zmienione tylko w ramach procedury komitetowej przewidzianej w niniejszej dyrektywie.

Wniosek

DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY**w sprawie praw konsumentów****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA UNII EUROPEJSKIEJ,
uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, w szczególności jego art. 95,
uwzględniając wniosek Komisji¹,
uwzględniając opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego²,
stanowiąc zgodnie z procedurą określoną w art. 251 Traktatu³,
a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Szereg praw konsumentów wynikających z umów określono w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa⁴, dyrektywie Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich⁵, dyrektywie 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość⁶ oraz dyrektywie 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji⁷.
- (2) Powyższe dyrektywy poddano przeglądowi na podstawie zdobytych doświadczeń oraz w celu uproszczenia i aktualizacji obowiązujących przepisów, wyeliminowania niespójności oraz wypełnienia zbędnych luk w prawie. Z przeglądu wynika, że właściwe jest zastąpienie tych czterech dyrektyw jedną dyrektywą. Nowa dyrektywa powinna określać standardowe przepisy dotyczące wspólnych aspektów przy równoczesnej rezygnacji z zasady minimalnej harmonizacji przyjętej we wcześniejszych dyrektywach, która zakładała możliwość utrzymania w mocy lub przyjęcia przez państwa członkowskie bardziej surowych przepisów krajowych.
- (3) Artykuł 153 ust. 1 i ust. 3 lit. a) Traktatu stanowi, że Wspólnota ma przyczynić się do osiągnięcia wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez środki, które przyjmuje na podstawie art. 95 Traktatu.

¹ Dz.U. C , , s. .

² Dz.U. C , , s. .

³ Dz.U. C , , s. .

⁴ Dz.U. L 372 z 31.12.1985, s. 31.

⁵ Dz.U. L 95 z 21.4.1993, s. 29.

⁶ Dz.U. L 144 z 4.6.1997, s. 19. Dyrektywa ostatnio zmieniona dyrektywą 2007/64/WE (Dz.U. L 319 z 5.12.2007, s. 1).

⁷ Dz.U. L 171 z 7.7.1999, s. 12.

- (4) Zgodnie z art. 14 ust. 2 Traktatu rynek wewnętrzny obejmuje obszar bez granic wewnętrznych, w którym jest zapewniony swobodny przepływ towarów i usług oraz swoboda przedsiębiorczości. Harmonizacja niektórych aspektów prawa umów konsumenckich jest niezbędnym czynnikiem wspierania faktycznego rynku wewnętrznego dla konsumentów, opartego na właściwym zrównoważeniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów z konkurencyjnością przedsiębiorstw, przy jednoczesnym poszanowaniu zasady pomocniczości.
- (5) Transgraniczny potencjał sprzedaży na odległość, który powinien być jednym z głównych osiągnięć rynku wewnętrznego, nie jest w pełni wykorzystywany przez konsumentów. W porównaniu ze znacznym wzrostem krajowej sprzedaży na odległość w ciągu ostatnich kilku lat, wzrost sprzedaży transgranicznej jest ograniczony. Różnica jest szczególnie znacząca w przypadku sprzedaży internetowej, gdzie potencjał dalszego wzrostu jest nadal wysoki. Transgraniczny potencjał umów negocjowanych poza lokalem przedsiębiorcy (sprzedaż bezpośrednia) jest ograniczony szeregiem czynników, w tym różnymi krajowymi przepisami dotyczącymi ochrony konsumentów, nakładanymi na tę branżę. W porównaniu ze wzrostem krajowej sprzedaży bezpośredniej w ciągu ostatnich kilku lat, w szczególności w sektorze usług (np. mediów), liczba konsumentów korzystających z tego kanału w zakupach transgranicznych utrzymuje się na niezmiennym poziomie. W odpowiedzi na coraz szersze możliwości biznesowe w wielu państwach członkowskich, małe i średnie przedsiębiorstwa (w tym również indywidualni przedsiębiorcy) i przedstawiciele handlowi przedsiębiorstw sprzedaży bezpośredniej powinni mieć więcej możliwości pozyskiwania klientów w innych państwach członkowskich, zwłaszcza w regionach przygranicznych. W związku z tym pełna harmonizacja w zakresie informacji dla konsumentów i prawa odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa przyczyni się do lepszego funkcjonowania wewnętrznego rynku konsumenckiego.
- (6) Przepisy prawne państw członkowskich w zakresie umów konsumenckich zawierają istotne różnice, które mogą powodować znaczne zakłócenia konkurencji oraz tworzyć przeszkody dla sprawnego funkcjonowania rynku wewnętrznego. Istniejące przepisy wspólnotowe w dziedzinie umów konsumenckich zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, towarów konsumenckich i gwarancji oraz nieuczciwych postanowień umownych określają minimalne standardy harmonizacji prawa, dające państwom członkowskim możliwość utrzymania lub wprowadzenia bardziej surowych środków, zapewniających wyższy poziom ochrony konsumentów na ich terytorium. Ponadto w poszczególnych dyrektywach wiele zagadnień zostało uregulowanych niejednolicie, a pewnych nie uregulowano wcale. W poszczególnych państwach członkowskich przewidziano różne rozwiązania tych zagadnień. W związku z tym przepisy krajowe wdrażające dyrektywy z zakresu prawa umów konsumenckich znacznie się od siebie różnią.
- (7) Rozbieżności te przyczyniają się do powstania istotnych barier funkcjonowania rynku wewnętrznego, mających wpływ na przedsiębiorców i konsumentów. Zwiększają one koszty przestrzegania przepisów, ponoszone przez przedsiębiorców chcących prowadzić transgraniczną sprzedaż towarów i świadczenie usług. Różnice takie podważają również zaufanie konsumentów do rynku wewnętrznego. Negatywny wpływ na zaufanie konsumentów ma również nierówny poziom ochrony konsumentów we Wspólnocie. Problem ten jest szczególnie dotkliwy w kontekście obserwowanego rozwoju rynków.

- (8) Pełna harmonizacja niektórych ważniejszych przepisów znacznie poprawi pewność prawną zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. Konsumentom i przedsiębiorcy będą mogli korzystać z jednolitych ram regulacyjnych, opartych na jasno zdefiniowanych instytucjach prawnych, regulujących niektóre aspekty umów zawieranych między przedsiębiorstwami a konsumentami w całej Wspólnocie. Dzięki temu zlikwidowane zostaną bariery wynikające z różnic w przepisach oraz możliwe będzie urzeczywistnienie koncepcji rynku wewnętrznego w tej dziedzinie. Bariery takie można zlikwidować tylko przez stworzenie jednolitych norm prawnych dla całej Wspólnoty. Dzięki nim konsumenci będą mogli korzystać z wysokiego poziomu ochrony w całej Wspólnocie.
- (9) Dziedzina zharmonizowana niniejszą dyrektywą powinna obejmować niektóre aspekty umów zawieranych między przedsiębiorcami a konsumentami. Należą do nich przepisy dotyczące informacji, które mają zostać przekazane przed zawarciem umowy i w trakcie jej wykonywania, prawa odstąpienia w przypadku umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, szczególnych praw konsumenckich związanych z umowami sprzedaży oraz nieuczciwych postanowień umownych w umowach konsumenckich.
- (10) Przepisy niniejszej dyrektywy nie mogą naruszać przepisów rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)⁸.
- (11) Istniejące przepisy wspólnotowe w dziedzinie usług finansowych dla konsumentów zawierają szereg norm zapewniających konsumentom ochronę. W związku z tym przepisy niniejszej dyrektywy stosuje się do umów dotyczących usług finansowych tylko w takim zakresie, w jakim jest to niezbędne do wypełnienia luk w prawie.
- (12) Nowa definicja umowy zawieranej na odległość powinna obejmować wszystkie przypadki, w których umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług są zawierane z wykorzystaniem wyłącznie jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość (takich jak sprzedaż wysyłkowa, Internet, telefon lub faks). Powinno to doprowadzić do stworzenia identycznych warunków dla wszystkich przedsiębiorców sprzedających na odległość. Powinno to również poprawić pewność prawną w porównaniu ze stanem obecnym, ponieważ obecna definicja wymaga stosowania przez przedsiębiorcę zorganizowanego systemu sprzedaży na odległość, aż do momentu zawarcia umowy.
- (13) W definicji umowy zawieranej na odległość nie należy brać pod uwagę szczególnych okoliczności, w których złożono ofertę lub negocjowano umowę. Fakt, że przedsiębiorca nie prowadzi regularnej sprzedaży na odległość lub korzysta ze zorganizowanego systemu prowadzonego przez osobę trzecią, na przykład platformy internetowej, nie powinien wiązać się z pozbawieniem konsumentów ochrony. Również transakcja między przedsiębiorcą a konsumentem negocjowana osobiście poza lokalem przedsiębiorcy powinna być uznana za umowę na odległość, jeżeli umowa została później zawarta wyłącznie z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, takich jak Internet lub telefon. Prostsza definicja umowy na odległość powinna poprawić pewność prawną wśród przedsiębiorców i przeciwdziałać nieuczciwej konkurencji.

⁸ Dz.U. L 177 z 4.7.2008, s. 6.

- (14) Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa powinna być zdefiniowana jako umowa zawierana przy jednoczesnej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, poza lokalem przedsiębiorcy, na przykład w domu konsumenta lub w jego miejscu pracy. Poza lokalem przedsiębiorstwa konsumenci narażeni są na presję psychologiczną, niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez nich zamówiona, czy też nie. Ponadto, aby uniknąć obchodzenia przepisów w przypadku kontaktowania się z konsumentami poza lokalem przedsiębiorcy, umowa negocjowana przykładowo w domu konsumenta, lecz zawarta w punkcie sprzedaży, powinna być uznawana za umowę zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa.
- (15) Lokal przedsiębiorcy powinien obejmować wszelkie lokale niezależnie od ich formy (np. sklep czy samochód ciężarowy), które służą przedsiębiorcy za stałe miejsce prowadzenia działalności. Stoiska handlowe i wystawiennicze powinny zostać uznane za lokal przedsiębiorcy, nawet jeśli przedsiębiorcy korzystają z nich tylko czasowo. Inne obiekty, wynajmowane tylko na krótki czas, gdzie przedsiębiorca nie prowadzi działalności (takie jak hotele, restauracje, ośrodki konferencyjne, kina, wynajmowane przez przedsiębiorców nieprowadzących działalności w tych obiektach), nie powinny być uznawane za lokal przedsiębiorcy. Również wszystkie miejsca publiczne, w tym komunikacja publiczna i inne obiekty publiczne, jak również domy prywatne i miejsca pracy, nie mogą być uznawane za lokal przedsiębiorcy.
- (16) Definicja trwałego nośnika powinna obejmować w szczególności dokumenty na papierze, pamięć podręczną USB, płyty CD-ROM, DVD, karty pamięci i dysk twardy komputera, na którym przechowywana jest poczta elektroniczna i pliki PDF.
- (17) Konsumenci powinni mieć prawo do otrzymania informacji przed zawarciem umowy. Jednak przedsiębiorcy nie powinni być zobowiązani do udzielania informacji, jeżeli wynika ona wyraźnie z okoliczności. Przykładowo w przypadku transakcji zawieranej w lokalu przedsiębiorstwa, główne cechy produktu, tożsamość przedsiębiorcy lub warunki dostawy mogą wynikać z ogólnych okoliczności. W przypadku transakcji zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca powinien zawsze podać informacje o warunkach płatności, dostawy, wykonania oraz procedurze rozpatrywania reklamacji, ponieważ mogą one nie wynikać z okoliczności.
- (18) Przedsiębiorcy powinni być zobowiązani do informowania konsumentów z wyprzedzeniem o obowiązku wniesienia kaucji na rzecz przedsiębiorcy, w tym poprzez zablokowanie określonej kwoty na karcie kredytowej bądź debetowej konsumenta.
- (19) W przypadku aukcji publicznych, w związku z tradycyjnym charakterem tej metody sprzedaży, organizator aukcji może zamiast podawania adresu pocztowego i tożsamości sprzedawcy, w imieniu którego prowadzi sprzedaż, podać własne dane adresowe.
- (20) Konsument powinien być świadomy, czy zawiera umowę z przedsiębiorcą, czy z pośrednikiem występującym w imieniu innego konsumenta, ponieważ w tym drugim przypadku konsument nie może korzystać z ochrony na mocy niniejszej dyrektywy. W związku z powyższym pośrednik powinien poinformować konsumenta o tym fakcie i o wynikających z niego konsekwencjach. Pojęcie pośrednika nie powinno obejmować platformy internetowej, która nie zawiera umowy w imieniu ani na rzecz podmiotu trzeciego.
- (21) W przypadku umów zawieranych na odległość, wymagania dotyczące informacji powinny zostać dostosowane, tak aby uwzględnić ograniczenia techniczne niektórych

mediów, takie jak ograniczenia związane z liczbą znaków na ekranie niektórych telefonów komórkowych lub ograniczenia czasowe dotyczące reklam telewizyjnych. W takim przypadku przedsiębiorca powinien spełnić minimalne wymagania dotyczące informacji i skierować konsumenta do innego źródła informacji, przykładowo podając bezpłatny numer telefonu lub hiperłącze do strony internetowej przedsiębiorcy, na której odpowiednie informacje są dostępne i łatwe do znalezienia.

- (22) Ponieważ w przypadku sprzedaży na odległość konsument nie może zobaczyć towaru przed zawarciem umowy, powinno mu przysługiwać prawo odstąpienia, które pozwala mu ocenić charakter i sposób działania towarów.
- (23) Obecne różnice w długości okresów odstąpienia zarówno między państwami członkowskimi, jak i między umowami na odległość i umowami zawieranymi poza lokalem przedsiębiorstwa, prowadzą do niepewności prawnej i kosztów przestrzegania przepisów. Do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa zastosowanie powinien mieć taki sam okres odstąpienia.
- (24) Aby zapewnić pewność prawną, do obliczenia okresów przewidzianych w niniejszej dyrektywie właściwe jest stosowanie rozporządzenia Rady (EWG, Euratom) nr 1182/71 z dnia 3 czerwca 1971 r. określającego zasady mające zastosowanie do okresów, dat i terminów⁹. Wszystkie okresy przewidziane w niniejszej dyrektywie należy zatem rozumieć jako wyrażone w dniach kalendarzowych.
- (25) Przepisy dotyczące umów zawieranych na odległość powinny pozostawać bez uszczerbku dla przepisów dotyczących zawierania umów w formie elektronicznej i składania zamówień elektronicznych, określonych w art. 9 i 11 dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym).
- (26) W przypadku gdy konsument zamawia więcej niż jeden towar od jednego przedsiębiorcy, powinno mu przysługiwać prawo odstąpienia w odniesieniu do każdego z tych towarów. Jeżeli towary są dostarczane oddzielnie, bieg okresu odstąpienia powinien każdorazowo rozpoczynać się w momencie wejścia konsumenta w faktyczne posiadanie każdego z towarów. Jeżeli towar jest dostarczany w partiach lub częściach, bieg okresu odstąpienia powinien rozpoczynać się w momencie, gdy konsument lub osoba trzecia wskazana przez konsumenta faktycznie wejdzie w posiadanie ostatniej partii lub części.
- (27) Należy przedłużyć okres odstąpienia, przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia przed zawarciem umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, należy przedłużyć okres odstąpienia. Jednakże w celu zapewnienia pewności prawnej, należy wprowadzić trzymiesięczny okres przedawnienia, pod warunkiem że przedsiębiorca w pełni wykonał swoje zobowiązania umowne. Uznaje się, że przedsiębiorca w pełni wykonał swoje zobowiązania, jeżeli dostarczył towary lub w pełni wyświadczył usługi zamówione przez konsumenta.
- (28) Różnice w sposobach wykonania prawa odstąpienia w poszczególnych państwach członkowskich prowadzą do powstania kosztów dla przedsiębiorców prowadzących sprzedaż transgraniczną. Wprowadzenie jednolitego standardowego formularza

⁹ Dz.U. L 124 z 8.6.1971, s. 1.

odstąpienia, który będzie używany przez konsumenta, powinno uprościć proces odstąpienia i prowadzić do pewności prawnej. Z tego powodu państwa członkowskie powinny powstrzymać się od wprowadzania dodatkowych wymogów graficznych odnośnie do wspólnotowego standardowego formularza, przykładowo w zakresie rozmiaru czcionki.

- (29) Z praktyki wynika, że wielu konsumentów i przedsiębiorców woli porozumiewać się za pośrednictwem strony internetowej przedsiębiorcy; powinna zatem istnieć możliwość udostępnienia konsumentowi przez przedsiębiorcę internetowego formularza odstąpienia. W takim przypadku przedsiębiorca powinien niezwłocznie potwierdzić jego odbiór za pośrednictwem poczty elektronicznej.
- (30) W przypadku odstąpienia przedsiębiorca powinien zwrócić wszelkie płatności otrzymane od konsumenta, w tym również płatności pokrywające koszty dostarczenia towarów konsumentowi przez przedsiębiorcę.
- (31) Niektórzy konsumenci korzystają z prawa odstąpienia po zużyciu towarów w stopniu większym niż konieczny do oceny charakteru i sposobu działania towaru. W takim przypadku konsument powinien być odpowiedzialny za obniżoną wartość towarów. W celu oceny charakteru i sposobu działania towaru konsument może jedynie obsługiwać lub próbować towar tak, jak byłoby to możliwe w sklepie. Przykładowo, konsument powinien mieć możliwość jedynie przymierzenia odzieży, natomiast nie może jej nosić. W celu zapewnienia skuteczności prawa odstąpienia od umów o świadczenie usług, w szczególności w przypadku usług remontowych niewymagających natychmiastowej interwencji, w przypadku których na konsumentów może być wywierana presja w związku ze sprzedażą w domu, po której bezpośrednio następuje wykonanie usługi jeszcze przed upływem okresu odstąpienia, konsumenci nie powinni ponosić kosztu takiej usługi.
- (32) Aby uniknąć przypadków, gdy przedsiębiorca zwraca koszty konsumentowi, który nie zwrócił towarów, konsument powinien być zobowiązany do odesłania towarów nie później niż w ciągu czternastu dni od poinformowania przedsiębiorcy o swojej decyzji o odstąpieniu.
- (33) Należy dopuścić pewne wyjątki od prawa odstąpienia, takie jak przypadki, w których prawo odstąpienia byłoby niewłaściwe ze względu na charakter produktu. Dotyczy to przykładowo wina o odległym terminie dostawy, o charakterze spekulacyjnym, którego wartość zależy od wahań rynku (*vin en primeur*).
- (34) Ponadto w przypadku umów o świadczenie usług zawieranych na odległość, których wykonanie rozpoczyna się w trakcie okresu odstąpienia (np. pliki danych pobrane przez konsumenta w tym okresie), nieuczciwe byłoby zezwolenie konsumentowi na odstąpienie, po tym jak konsument w pełni lub w części skorzystał już z usługi. Konsument powinien zatem utracić prawo odstąpienia, jeżeli wykonanie takiej usługi rozpoczyna się za jego wcześniejszą wyraźną zgodą.
- (35) Komisja ustaliła, że wiele poważnych problemów konsumenckich pojawia się w sektorze prac remontowych, gdzie konsumenci znajdują się pod silną presją zamawiania kosztownych usług remontowych. Dlatego też zakres informacji i zasad dotyczących odstąpienia powinien zostać uszczegółowiony i rozszerzony w celu uwzględnienia tego rodzaju umowy. Tylko umowy dotyczące przeniesienia praw rzeczowych powinny być wyłączone z zakresu przepisów dotyczących informacji i prawa odstąpienia, stosowanych w odniesieniu do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

- (36) Stosowanie prawa odstąpienia może być niewłaściwe w przypadku niektórych usług związanych z zakwaterowaniem, transportem i wypoczynkiem. Zawarcie umów na takie usługi może wiązać się z rezerwacją określonych zasobów, które po skorzystaniu z prawa odstąpienia, mogą okazać się dla przedsiębiorcy trudne do ponownego zbycia. Tego typu umowy zawierane na odległość nie powinny być zatem objęte przepisami dotyczącymi informacji dla konsumentów oraz prawa odstąpienia.
- (37) W celu uproszczenia prawa oraz osiągnięcia pewności prawnej prawo odstąpienia powinno być stosowane do wszystkich rodzajów umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, z wyjątkiem umów zawieranych w ściśle określonych okoliczności, których istnienie można łatwo stwierdzić. Prawo odstąpienia nie powinno mieć zatem zastosowania do napraw wymagających natychmiastowej interwencji w domu konsumenta, w przypadku których prawo odstąpienia byłoby nieodpowiednie wobec nagłej sytuacji, jak również do dostawy z supermarketu do domu żywności, napojów i innych towarów przeznaczonych do bieżącej konsumpcji w domu, uprzednio wybranych przez konsumenta za pośrednictwem strony internetowej supermarketu. Są to towary niedrogie i kupowane przez konsumentów do codziennej konsumpcji lub codziennego wykorzystania w gospodarstwie domowym i jako takie nie powinny być przedmiotem prawa odstąpienia. Główne trudności, które napotykają konsumenci, oraz główne przyczyny sporów z przedsiębiorcami dotyczą dostawy towarów, w tym zgubienia i uszkodzenia towarów w czasie transportu, oraz spóźnienia dostawy lub częściowej dostawy. Właściwe jest zatem sprecyzowanie i zharmonizowanie krajowych przepisów dotyczących dostaw oraz przejścia ryzyka.
- (38) W sprzedaży konsumenckiej dostawa towarów może odbywać się w różny sposób. Tylko norma prawna, od której można łatwo odstąpić, pozwoli na niezbędną elastyczność, umożliwiającą uwzględnienie tych różnic. Konsument powinien być chroniony przed ryzykiem utraty lub uszkodzenia towarów w czasie transportu zamówionego lub wykonanego przez przedsiębiorcę. Przepis dotyczący przejścia ryzyka nie powinien mieć zastosowania, jeżeli konsument w nieuzasadniony sposób opóźnia przyjęcie towarów (przykładowo jeżeli towary nie są odbierane przez konsumenta z urzędu pocztowego w terminie określonym przez pocztę). W takich okolicznościach konsument powinien ponosić ryzyko zgubienia lub uszkodzenia po upływie terminu dostawy uzgodnionym z przedsiębiorcą.
- (39) Przedsiębiorca powinien być odpowiedzialny wobec konsumenta, jeżeli towary nie są zgodne z umową. Towary należy uznać za zgodne z umową, jeżeli spełniają szereg warunków dotyczących przede wszystkim jakości towarów. Jakość i funkcjonalność, których racjonalnie mogą spodziewać się konsumenci, zależą między innymi od tego, czy towary są nowe, czy też używane, jak również od oczekiwanego czasu ich przydatności.
- (40) Jeżeli towar jest niezgodny z umową, konsument powinien po pierwsze mieć możliwość żądania od przedsiębiorcy naprawy towarów lub ich wymiany, zależnie od decyzji przedsiębiorcy, chyba że przedsiębiorca dowiedzie, że takie sposoby usunięcia niezgodności są sprzeczne z prawem, niemożliwe lub wiązałyby się z nieproporcjonalnym nakładem dla przedsiębiorcy. Nakład przedsiębiorcy należy określić obiektywnie, biorąc pod uwagę koszty poniesione przez przedsiębiorcę w związku z usunięciem niezgodności, wartość towarów oraz waga niezgodności. Brak części zamiennych nie powinien być ważnym powodem, uzasadniającym nieusunięcie przez przedsiębiorcę niezgodności w rozsądnym czasie lub bez nieproporcjonalnego nakładu.

- (41) Konsument nie powinien ponosić kosztów usunięcia niezgodności, zwłaszcza kosztów wysyłki, robocizny i materiałów. Ponadto konsument nie powinien płacić przedsiębiorcy za używanie i pobieranie jakichkolwiek korzyści z wadliwych towarów.
- (42) Jeżeli przedsiębiorca odmówił lub więcej niż jeden raz nie zdołał usunąć niezgodności, konsument powinien mieć możliwość wolnego wyboru jednego z dostępnych sposobów usunięcia niezgodności. Odmowa przedsiębiorcy może być wyraźna lub dorozumiana, co w tym drugim przypadku oznacza, że przedsiębiorca nie odpowiedział na złożone przez konsumenta żądanie usunięcia niezgodności.
- (43) Dyrektywa 1999/44/WE umożliwiała państwom członkowskim wyznaczenie okresu przynajmniej dwóch miesięcy, w czasie których konsument miał obowiązek poinformować przedsiębiorcę o wykryciu niezgodności. Różne sposoby transpozycji tego przepisu stworzyły bariery w handlu. Konieczna jest zatem rezygnacja z takiej możliwości regulacyjnej i poprawa pewności prawnej przez wprowadzenie obowiązku dla konsumentów do informowania przedsiębiorcy o niezgodności w ciągu dwóch miesięcy od daty jest wykrycia.
- (44) Niektórzy przedsiębiorcy lub producenci oferują konsumentom gwarancje handlowe. Aby konsumenci nie byli wprowadzani w błąd, gwarancje handlowe powinny zawierać określone informacje, w tym czas trwania gwarancji, zakres terytorialny oraz oświadczenie, że gwarancja handlowa nie ma wpływu na prawa konsumenta wynikające z bezwzględnie obowiązujących norm prawnych.
- (45) Konieczna jest ochrona konsumentów przed nieuczciwymi postanowieniami umownymi, które nie są indywidualnie negocjowane, takimi jak ogólne warunki umów. Przepisy dotyczące nieuczciwych postanowień nie powinny stosować się do postanowień, na które konsument zgodził się w drodze negocjacji. Umożliwienie konsumentowi dokonania wyboru między różnymi postanowieniami umownymi, które zostały uprzednio przygotowane przez przedsiębiorcę lub osobę trzecią w imieniu przedsiębiorcy, nie powinno być uznawane za negocjacje.
- (46) Przepisy dotyczące nieuczciwych postanowień umownych nie powinny mieć zastosowania do postanowień, które bezpośrednio lub pośrednio odzwierciedlają bezwzględnie obowiązujące przepisy ustawowe i wykonawcze w państwach członkowskich, jeżeli są zgodne z prawem wspólnotowym. Postanowienia, które odzwierciedlają zasady lub postanowienia międzynarodowych konwencji, których stroną jest Wspólnota lub państwa członkowskie, szczególnie w dziedzinie transportu, nie powinny być również przedmiotem oceny nieuczciwości.
- (47) Umowy konsumenckie powinny być sporządzone prostym i zrozumiałym językiem oraz być czytelne. Przedsiębiorcy powinni mieć możliwość wyboru rodzaju i rozmiaru czcionki, w których sporządzają postanowienia umowne. Konsument powinien mieć możliwość zapoznania się z postanowieniami przed zawarciem umowy. Konsumentowi można dać taką możliwość przez udostępnienie mu postanowień na jego życzenie (w umowach zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa) lub udostępnienie ich w inny sposób (np. na stronie internetowej przedsiębiorcy w przypadku umów zawieranych na odległość) lub przez dodanie ogólnych warunków do formularza zamówienia (w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa). Przedsiębiorca powinien uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na każdą opłatę należną ponad wynagrodzenie za główne zobowiązanie umowne przedsiębiorcy. Należy zakazać praktyk zakładania przez przedsiębiorcę dorozumianej zgody, przykładowo w formie z góry zaznaczonych pól wyboru w formularzach internetowych.

- (48) Przy dokonywaniu oceny działania w dobrej wierze należy szczególnie brać pod uwagę siłę pozycji negocjacyjnej stron umowy, a w szczególności, czy konsument był zachęcany do wyrażenia zgody na postanowienia umowne i czy towary lub usługi były sprzedawane lub dostarczane na specjalne zamówienie konsumenta. Przedsiębiorca może spełnić wymaganie działania w dobrej wierze przez uczciwe i sprawiedliwe postępowanie wobec drugiej strony, której uzasadnione interesy powinien brać pod uwagę.
- (49) Do celów niniejszej dyrektywy nie powinno się oceniać ani uczciwości postanowień dotyczących głównego przedmiotu umowy, ani stosunku jakości towarów i usług do ich ceny, chyba że postanowienia te nie spełniają wymogów przejrzystości. Główny przedmiot umowy oraz stosunek ceny do jakości powinien być jednak brany pod uwagę w ocenie uczciwości innych postanowień. Przykładowo umowy ubezpieczeniowe, które jasno określają ryzyko ubezpieczeniowe oraz odpowiedzialność ubezpieczającego, nie będą podlegały takiej ocenie, ponieważ takie ograniczenia brane są pod uwagę przy obliczaniu składki opłacanej przez konsumenta.
- (50) Aby zapewnić pewność prawną i poprawić funkcjonowanie rynku wewnętrznego, dyrektywa powinna zawierać dwa wykazy nieuczciwych postanowień. Załącznik II zawiera wykaz postanowień, które w każdych okolicznościach należy uznać za nieuczciwe. Załącznik III zawiera wykaz postanowień, które należy uznać za nieuczciwe, chyba że przedsiębiorca dowiedzie, że nie mają one takiego charakteru. Te same wykazy powinny mieć zastosowanie we wszystkich państwach członkowskich.
- (51) Środki niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy powinny zostać przyjęte zgodnie z decyzją Rady 1999/468/WE z dnia 28 czerwca 1999 r. ustanawiającą warunki wykonywania uprawnień wykonawczych przyznanych Komisji¹⁰.
- (52) W szczególności Komisja powinna mieć uprawnienia do zmiany załączników II i III w zakresie postanowień umownych, które są uznawane za nieuczciwe oraz co do których istnieje domniemanie nieuczciwości. Z uwagi na fakt, że środki te są środkami o ogólnym zasięgu i mają na celu zmianę innych niż istotne elementów niniejszej dyrektywy, powinny być one przyjęte zgodnie z procedurą regulacyjną połączoną z kontrolą ustanowioną w art. 5a decyzji 1999/468/WE.
- (53) Uprawnienia Komisji do zmiany załączników II i III powinny służyć zapewnieniu spójnego wdrożenia zasad dotyczących nieuczciwych postanowień przez uzupełnienie załączników o postanowienia umowne, które powinny zostać uznane za nieuczciwe we wszystkich okolicznościach lub które powinny zostać uznane za nieuczciwe, o ile przedsiębiorca nie dowiedzie, że nie mają one takiego charakteru.
- (54) Państwa członkowskie mogą wykorzystać dowolne rozwiązania krajowego prawa umów, które spełniają wymagany cel, a mianowicie że nieuczciwe postanowienia umowne nie powinny być wiążące dla konsumenta.
- (55) Państwa członkowskie powinny dopilnować, aby ich sądy i organy administracyjne dysponowały stosownymi i skutecznymi środkami zapobiegającymi stałemu stosowaniu nieuczciwych postanowień w umowach konsumenckich.
- (56) Zgodnie z Traktatem dyrektywa zapewnia wysoki poziom ochrony konsumentów. Niniejsza dyrektywa w żaden sposób nie zakazuje przedsiębiorcom proponowania

¹⁰ Dz.U. L 184 z 17.7.1999, s. 23.

konsumentom postanowień umownych, które wychodzą swoim zakresem poza zakres ochrony gwarantowany niniejszą dyrektywą.

- (57) Osobom lub organizacjom uważanym na mocy prawa krajowego za mające uzasadniony interes w ochronie praw konsumentów wynikających z umów należy zapewnić środki umożliwiające wszczęcie postępowania przed sądem lub przed organem administracyjnym, który jest właściwy do rozpatrywania skarg lub wszczynania właściwego postępowania sądowego.
- (58) Państwa członkowskie mają obowiązek ustanowić kary za naruszenie przepisów niniejszej dyrektywy i zapewnić ich egzekwowanie. Przewidziane kary powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.
- (59) Konsument nie powinien być pozbawiony ochrony przyznanej niniejszą dyrektywą. Jeżeli prawo stosowane do umowy jest prawem kraju trzeciego, należy stosować rozporządzenie (WE) nr 593/2008 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I) w celu ustalenia, czy konsument zachowuje ochronę przyznaną niniejszą dyrektywą.
- (60) Komisja Europejska przeanalizuje najbardziej właściwe sposoby uświadamiania konsumentów o ich prawach w punkcie sprzedaży.
- (61) Jako że dostarczanie konsumentom niezamówionych towarów i usług jest zakazane dyrektywą 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”)¹¹, ale nie zapewniono w niej środków ochrony wynikających z prawa umów, konieczne jest zatem wprowadzenie w niniejszej dyrektywie środków ochrony wynikających z prawa umów, zwalniających konsumenta ze świadczeń wzajemnych w przypadku takich niezamówionych dostaw.
- (62) Dyrektywa 2002/58/WE reguluje już kwestię niezamówionej informacji i zapewnia wysoki poziom ochrony konsumentów. Należy zatem uchylić odpowiednie przepisy w tym zakresie, zawarte w art. 10 dyrektywy 97/7/WE.
- (63) Właściwe jest dokonanie przeglądu niniejszej dyrektywy, jeśli stwierdzone zostanie istnienie barier dla rynku wewnętrznego. W wyniku takiego przeglądu Komisja może przedstawić wniosek w sprawie zmiany niniejszej dyrektywy, który może zawierać zmiany innych przepisów prawnych dotyczących ochrony konsumentów w myśl podjętego przez Komisję, w ramach strategii polityki ochrony konsumentów, zobowiązania do dokonywania przeglądu istniejącego dorobku w celu osiągnięcia wysokiego wspólnego poziomu ochrony konsumentów.
- (64) Należy uchylić dyrektywy 85/577/EWG, 93/13/EWG i 97/7/WE oraz dyrektywę 1999/44/WE.
- (65) Ponieważ cele niniejszej dyrektywy nie mogą być osiągnięte w sposób wystarczający przez państwa członkowskie, natomiast możliwe jest lepsze ich osiągnięcie na poziomie Wspólnoty, Wspólnota może podjąć działania zgodnie z zasadą pomocniczości określoną w art. 5 Traktatu. Zgodnie z zasadą proporcjonalności,

¹¹ Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22.

ustanowioną w tym artykule, niniejsza dyrektywa nie wykracza poza to, co jest konieczne do wyeliminowania barier na rynku wewnętrznym i osiągnięcia wysokiego wspólnego poziomu ochrony konsumentów.

- (66) Niniejsza dyrektywa przestrzega praw podstawowych i zasad uznanych w szczególności przez Kartę Praw Podstawowych Unii Europejskiej,

PRZYJMUJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

Rozdział I

Przedmiot, definicje i zakres

Artykuł 1 *Przedmiot*

Niniejsza dyrektywa ma przyczyniać się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego i osiągnięcia wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez zbliżenie do siebie niektórych aspektów przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących umów między konsumentami a przedsiębiorcami.

Artykuł 2 *Definicje*

Do celów niniejszej dyrektywy stosuje się następujące definicje:

- (1) „konsument” oznacza każdą osobę fizyczną, która w umowach objętych niniejszą dyrektywą działa w celach niezwiązanych z działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą ani wykonywaniem wolnego zawodu;
- (2) „przedsiębiorca” oznacza każdą osobę fizyczną lub prawną, która w umowach objętych niniejszą dyrektywą działa w celach związanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu, oraz każdą osobę działającą w imieniu lub na rzecz przedsiębiorcy;
- (3) „umowa sprzedaży” oznacza każdą umowę sprzedaży towarów, zawartą między przedsiębiorcą a konsumentem, w tym również umowę mieszaną, której przedmiotem są zarówno towary, jak i usługi;
- (4) „towary” oznaczają wszystkie materialne rzeczy ruchome, z wyjątkiem:
 - a) towarów sprzedawanych w drodze egzekucji lub w inny sposób przez organ władzy publicznej,
 - b) wody i gazu, gdy nie są wystawione na sprzedaż w ograniczonej objętości lub w ustalonej ilości,
 - c) energii elektrycznej;
- (5) „umowa o świadczenie usług” oznacza każdą umowę, inną niż umowa sprzedaży, na podstawie której przedsiębiorca świadczy usługę na rzecz konsumenta;

- (6) „umowa zawierana na odległość” oznacza każdą umowę sprzedaży lub umowę o świadczenie usług, do zawarcia której przedsiębiorca korzysta wyłącznie z jednego lub większej ilości środków porozumiewania się na odległość;
- (7) „środki porozumiewania się na odległość” oznaczają wszelkie środki, które bez jednoczesnej obecności przedsiębiorcy i konsumenta mogą być użyte do zawarcia pomiędzy nimi umowy;
- (8) „umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa” oznacza:
 - a) każdą umowę sprzedaży lub umowę o świadczenie usług, zawieraną poza lokalem przedsiębiorcy przy jednoczesnej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, oraz każdą umowę sprzedaży lub umowę o świadczenie usług, w przypadku której konsument złożył ofertę w takich okolicznościach, lub
 - b) każdą umowę sprzedaży lub umowę o świadczenie usług, zawieraną w lokalu przedsiębiorcy, lecz negocjowaną poza tym lokalem, przy jednoczesnej obecności przedsiębiorcy i konsumenta.
- (9) „lokal przedsiębiorcy” oznacza:
 - a) wszystkie nieruchomości i ruchome miejsca prowadzenia działalności gospodarczej, w tym miejsca prowadzenia działalności sezonowej, w których przedsiębiorca prowadzi swoją działalność na stałe, lub
 - b) stoiska handlowe i wystawiennicze, gdzie przedsiębiorca prowadzi swoją działalność na stałe lub czasowo;
- (10) „trwały nośnik” oznacza urządzenie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych do niego osobiście, w sposób który daje mu do nich dostęp w przyszłości przez okres odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwala na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci;
- (11) „formularz zamówienia” oznacza instrument określający postanowienia umowne, który ma być podpisany przez konsumenta z zamiarem zawarcia umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa;
- (12) „produkt” oznacza każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości oraz prawa i zobowiązania;
- (13) „usługa finansowa” oznacza każdą usługę o charakterze bankowym, kredytowym, ubezpieczeniowym, emerytalnym, inwestycyjnym lub płatniczym;
- (14) „staranność zawodowa” oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności;
- (15) „aukcja” oznacza metodę sprzedaży, w której towary lub usługi są oferowane przez przedsiębiorcę w procedurze składania konkurencyjnych ofert, również z użyciem środków porozumiewania się na odległość, i w której oferent proponujący najwyższą cenę jest zobowiązany do zakupu towarów lub usług. Transakcja zawarta na podstawie oferty o ustalonej cenie, pomimo danej konsumentowi możliwości zawarcia transakcji w procedurze składania konkurencyjnych ofert, nie jest aukcją;

- (16) „aukcja publiczna” oznacza metodę sprzedaży, w której towary są oferowane przez przedsiębiorcę konsumentom, którzy osobiście uczestniczą lub mają możliwość osobistego uczestnictwa w aukcji, w procedurze składania konkurencyjnych ofert prowadzonej przez organizatora aukcji, i w której oferent proponujący najwyższą cenę jest zobowiązany do zakupu towarów;
- (17) „producent” oznacza wytwórcę towarów, importera towarów na terytorium Wspólnoty lub każdą osobę oznaczającą siebie jako producenta poprzez umieszczenie swojej nazwy, znaku towarowego lub innego znaku wyróżniającego na towarach;
- (18) „gwarancja handlowa” oznacza każde zobowiązanie przedsiębiorcy lub producenta („gwarant”) wobec konsumenta do zwrotu zapłaconej ceny lub wymiany towarów, ich naprawy lub zapewnienia ich serwisu, jeśli nie spełniają one specyfikacji określonej w oświadczeniu gwarancyjnym lub w odpowiedniej reklamie dostępnej w momencie zawarcia umowy lub przed jej zawarciem;
- (19) „pośrednik” oznacza przedsiębiorcę, który zawiera umowę w imieniu lub na rzecz konsumenta;
- (20) „umowa dodatkowa” oznacza umowę, na mocy której konsument nabywa towary lub usługi powiązane z umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, przy czym towary te lub usługi są dostarczane przez przedsiębiorcę lub osobę trzecią na podstawie porozumienia pomiędzy tą osobą trzecią a przedsiębiorcą.

Artykuł 3 *Zakres stosowania*

1. Niniejszą dyrektywę stosuje się do umów sprzedaży i umów o świadczenie usług zawartych między przedsiębiorcą a konsumentem, na warunkach i w zakresie przewidzianych w jej przepisach.
2. Niniejszą dyrektywę stosuje się do usług finansowych tylko w zakresie niektórych umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, jak przewidziano w art. 8-20, nieuczciwych postanowień umownych, jak przewidziano w art. 30-39 oraz przepisów ogólnych, jak przewidziano w art. 40-46, w związku z art. 4 dotyczącym pełnej harmonizacji.
3. Do umów objętych zakresem dyrektywy 94/47/WE Parlamentu Europejskiego i Rady¹² oraz dyrektywy Rady 90/314/EWG¹³ zastosowanie mają tylko art. 30-39 dotyczące praw konsumenta w zakresie nieuczciwych postanowień umownych, w związku z art. 4 dotyczącym pełnej harmonizacji.
4. Artykuły 5, 7, 9 i 11 pozostają bez uszczerbku dla przepisów dotyczących wymogów w zakresie informacji zawartych w dyrektywie 2006/123/WE Parlamentu

¹² Dz.U. L 280 z 29.10.1994, s. 83.

¹³ Dz.U. L 158 z 23.6.1990, s. 59.

Europejskiego i Rady¹⁴ oraz w dyrektywie 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady¹⁵.

Artykuł 4
Pełna harmonizacja

Państwa członkowskie nie mogą utrzymywać ani wprowadzać do ich prawa krajowego przepisów odbiegających od tych, które zostały ustanowione w niniejszej dyrektywie; ma to zastosowanie także do przepisów surowszych lub łagodniejszych, zapewniających inny poziom ochrony konsumentów.

Rozdział II

Informacje dla konsumentów

Artykuł 5
Ogólne wymogi w zakresie informacji

1. Przed zawarciem każdej umowy sprzedaży lub umowy o świadczenie usług przedsiębiorca udziela konsumentowi następujących informacji, jeżeli nie wynikają one z okoliczności:
 - a) główne cechy produktu, w takim zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka przekazu i produktu;
 - b) adres pocztowy i tożsamość przedsiębiorcy, np. nazwa firmy i, w stosownych przypadkach, adres pocztowy i tożsamość przedsiębiorcy, na którego rzecz działa;
 - c) cena wraz z podatkami lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również, w odpowiednich przypadkach, wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe albo, w sytuacji, gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informacja o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów;
 - d) warunki płatności, dostawy lub wykonania oraz procedury rozpatrywania reklamacji, jeżeli odbiegają one od wymogów staranności zawodowej;
 - e) istnienie prawa odstąpienia, w stosownych przypadkach;
 - f) dostępność i warunki usług po sprzedaży oraz gwarancje handlowe, w stosownych przypadkach;
 - g) czas trwania umowy, w stosownych przypadkach lub, jeżeli umowa zawarta jest na czas nieoznaczony, warunki jej rozwiązania;
 - h) minimalny czas trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy, w stosownych przypadkach;

¹⁴ Dz.U. L 376 z 27.12.2006, s. 36.

¹⁵ Dz.U. L 178 z 17.7.2000, s. 1.

- i) istnienie oraz warunki kaucji lub innych gwarancji finansowych, które mają być złożone przez konsumenta na żądanie przedsiębiorcy.
2. W przypadku aukcji publicznej informacje określone w ust. 1 lit. b) mogą być zastąpione przez podanie adresu pocztowego i tożsamości organizatora aukcji.
3. Informacja, o której mowa w ust. 1, stanowi integralną część umowy sprzedaży lub umowy o świadczenie usług.

Artykuł 6
Nieudzielenie informacji

1. Jeżeli przedsiębiorca naruszył wymogi informacyjne dotyczące opłat dodatkowych, o których mowa w art. 5 ust. 1 lit. c), konsument nie uiszcza tych opłat dodatkowych.
2. Bez uszczerbku dla art. 7 ust. 2, 13 i 42, konsekwencje każdego naruszenia art. 5 określone są zgodnie z obowiązującym prawem krajowym. Państwa członkowskie przewidują w ich krajowym prawie umów skuteczne środki ochrony prawnej w przypadku naruszenia art. 5.

Artykuł 7
Szczegółowe wymogi w zakresie informacji dotyczące pośredników

1. Przed zawarciem umowy pośrednik informuje konsumenta, że działa w imieniu lub na rzecz innego konsumenta oraz że zawarta umowa nie jest uważana za umowę pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, lecz za umowę pomiędzy dwoma konsumentami i jako taka nie jest objęta zakresem niniejszej dyrektywy.
2. W przypadku niewypełnienia przez pośrednika obowiązku z ust. 1 uważa się, że zawarł on umowę we własnym imieniu.
3. Niniejszy artykuł nie ma zastosowania do aukcji publicznych.

Rozdział III

Informacje dla konsumentów oraz prawo odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa

Artykuł 8
Zakres stosowania

Niniejszy rozdział ma zastosowanie do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

Artykuł 9
Wymogi w zakresie informacji dotyczące umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa

W odniesieniu do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca udziela następujących informacji, które stają się integralną częścią umowy:

- a) informacje, o których mowa w art. 5 i 7 oraz, w drodze odstępstwa od art. 5 ust. 1 lit. d), warunki płatności, dostawy i wykonania, we wszystkich przypadkach;
- b) jeżeli przewidziane jest prawo odstąpienia, warunki oraz procedury korzystania z niego, zgodnie z załącznikiem I;
- c) adres pocztowy miejsca prowadzenia działalności przedsiębiorcy, jeżeli różni się od jego adresu pocztowego (a w stosownych przypadkach adres przedsiębiorcy, na rzecz którego działa), pod który konsument może kierować skargi;
- d) istnienie kodeksów postępowania oraz dostępu do nich, w stosownych przypadkach;
- e) możliwość pozasądowego rozwiązywania sporów, w stosownych przypadkach;
- f) informacja, że umowa zostanie zawarta z przedsiębiorcą, w konsekwencji czego konsument będzie mógł korzystać z ochrony gwarantowanej w niniejszej dyrektywie.

Artykuł 10

Wymogi formalne dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa

1. W odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa informacje przewidziane w art. 9 udzielane są na formularzu zamówienia, w prostym i zrozumiałym języku, oraz są czytelne. Formularz zamówienia zawiera standardowy formularz odstąpienia, określony w załączniku I (B).
2. Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa jest ważna tylko w przypadku, gdy konsument podpisał formularz zamówienia, a w przypadkach, w których brak jest formularza zamówienia na papierze, gdy otrzymał jego kopię na innym trwałym nośniku.
3. Państwa członkowskie nie wprowadzają żadnych innych wymogów formalnych niż te przewidziane w ust. 1 i 2.

Artykuł 11

Wymogi formalne dotyczące umów zawieranych na odległość

1. W odniesieniu do umów zawieranych na odległość informacje przewidziane w art. 9 lit. a) są udzielane lub udostępniane konsumentowi przed zawarciem umowy, w prostym i zrozumiałym języku, oraz są czytelne, w sposób odpowiadający wykorzystywanym środkom porozumiewania się na odległość.
2. Jeżeli przedsiębiorca kontaktuje się z konsumentem drogą telefoniczną z zamiarem zawarcia umowy, na początku rozmowy z konsumentem podaje swoje dane tożsamości oraz wskazuje na handlowy cel rozmowy.
3. Jeżeli umowa jest zawarta za pośrednictwem nośnika, który ze względu na ograniczony rozmiar lub czas uniemożliwia zamieszczenie informacji, przed zawarciem umowy przedsiębiorca dostarcza, na tym szczególnym nośniku, informacje dotyczące przynajmniej głównych cech produktu i łącznej ceny, o których mowa w art. 5 ust. 1 lit. a) i c). Pozostałe informacje, o których mowa w art.

5 i 7, udzielane są przez przedsiębiorcę konsumentowi we właściwy sposób, zgodnie z ust. 1.

4. Konsument otrzymuje potwierdzenie wszystkich informacji, o których mowa w art. 9 lit. a)-f) na trwałym nośniku, w rozsądnym czasie po zawarciu każdej umowy na odległość, a najpóźniej w momencie dostarczenia towarów albo rozpoczęcia wykonywania usługi, chyba że informacja została udzielona konsumentowi na trwałym nośniku przed zawarciem każdej umowy na odległość.
5. Państwa członkowskie nie wprowadzają żadnych innych wymogów formalnych niż te przewidziane w ust. 1-4.

Artykuł 12

Długość i początek okresu odstąpienia

1. Konsumentowi przysługuje prawo odstąpienia od umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa przez okres czternastu dni bez podawania powodów.
2. W przypadku umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa okres odstąpienia rozpoczyna się w dniu podpisania przez konsumenta formularza zamówienia, a w przypadkach, gdy formularz zamówienia nie ma formy papierowej, w dniu otrzymania przez konsumenta kopii formularza zamówienia na innym trwałym nośniku.

W przypadku umowy sprzedaży towarów zawieranej na odległość okres odstąpienia rozpoczyna się w dniu, w którym konsument albo strona trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta wejdzie w faktyczne posiadanie każdego z zamówionych towarów.

W przypadku umowy o świadczenie usług zawieranej na odległość okres odstąpienia rozpoczyna się od dnia zawarcia umowy.
3. Termin, o którym mowa w ust. 1, jest dotrzymany, jeżeli informacja o skorzystaniu z prawa odstąpienia zostanie wysłana przez konsumenta przed jego upływem.
4. Państwa członkowskie nie zabraniają stronom wypełniania ich obowiązków wynikających z umowy w czasie okresu odstąpienia.

Artykuł 13

Nieudzielenie informacji o prawie odstąpienia

Jeżeli przedsiębiorca nie udzielił konsumentowi informacji o prawie odstąpienia, naruszając art. 9 lit. b), 10 ust. 1 i 11 ust. 4), okres odstąpienia kończy się trzy miesiące po całkowitym wypełnieniu przez przedsiębiorcę jego pozostałych zobowiązań umownych.

Artykuł 14

Korzystanie z prawa odstąpienia

1. Konsument informuje przedsiębiorcę o swojej decyzji odstąpienia od umowy na trwałym nośniku poprzez oświadczenie skierowane do przedsiębiorcy, sformułowane własnymi słowami, albo przy wykorzystaniu standardowego formularza odstąpienia, określonego w załączniku I (B).

Państwa członkowskie nie wprowadzają żadnych dodatkowych wymogów formalnych stosowanych do standardowego formularza odstąpienia.

2. W przypadku umów zawieranych na odległość przez Internet przedsiębiorca może, oprócz sposobów, o których mowa w ust. 1, umożliwić konsumentowi elektroniczne wypełnienie i przesłanie standardowego formularza odstąpienia na stronie internetowej przedsiębiorcy. W takim przypadku przedsiębiorca przesyła niezwłocznie konsumentowi potwierdzenie odbioru takiego formularza drogą elektroniczną.

Artykuł 15 *Skutki odstąpienia*

Skorzystanie z prawa odstąpienia powoduje wygaśnięcie obowiązków stron, dotyczących:

- a) wykonania umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, lub
- b) zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadkach złożenia oferty przez konsumenta.

Artykuł 16 *Obowiązki przedsiębiorcy w przypadku odstąpienia*

1. Przedsiębiorca zwraca każdą sumę otrzymaną od konsumenta w terminie 30 dni od dnia, w którym otrzymał informację o skorzystaniu z prawa odstąpienia
2. W przypadku umów sprzedaży przedsiębiorca może wstrzymać się ze zwrotem sumy do czasu otrzymania lub odebrania przez niego towarów albo dostarczenia przez konsumenta dowodu ich wysłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi najwcześniej.

Artykuł 17 *Obowiązki konsumenta w przypadku odstąpienia*

1. Jeżeli w przypadku umów sprzedaży konsument lub, na jego życzenie, osoba trzecia weszła w posiadanie towarów przed wygaśnięciem okresu odstąpienia, konsument odsyła towary albo przekazuje je przedsiębiorcy albo osobie upoważnionej przez niego do ich odbioru, w terminie 14 dni od dnia, w którym poinformował przedsiębiorcę o zamiarze odstąpienia, chyba że przedsiębiorca zaproponował, że sam odbierze towary.

Konsument pokrywa tylko koszty bezpośrednie zwrotu towarów, chyba że przedsiębiorca zgodził się na ich pokrycie.

2. Konsument odpowiada tylko za zmniejszenie wartości towarów wynikające z niewłaściwego obchodzenia się z nimi w stopniu większym niż konieczny do oceny charakteru i sposobu działania towarów. Konsument nie odpowiada za zmniejszenie wartości, jeżeli przedsiębiorca nie poinformował go o prawie odstąpienia zgodnie z art. 9 lit. b). W odniesieniu do umów o świadczenie usług, których dotyczy prawo odstąpienia, konsument nie ponosi żadnych kosztów całkowitych ani częściowych za usługi świadczone w okresie odstąpienia.

Artykuł 18
Skutki skorzystania z prawa odstąpienia dla umów dodatkowych

1. Bez uszczerbku dla art. 15 dyrektywy 2008/48/WE, jeżeli konsument skorzysta z prawa odstąpienia od umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa zgodnie z art. 12-17, automatycznie wygasają wszelkie umowy dodatkowe, bez żadnych kosztów dla konsumenta.
2. Państwa członkowskie ustanawiają szczegółowe warunki rozwiązania takich umów.

Artykuł 19
Wyjątki od prawa odstąpienia

1. W odniesieniu do umów zawieranych na odległość prawo odstąpienia nie ma zastosowania do następujących przypadków:
 - a) usługi, których świadczenie już rozpoczęto, za wyraźną zgodą konsumenta, przed końcem 14-dniowego okresu, o którym mowa w art. 12;
 - b) dostawa towarów lub świadczenie usług, których cena jest zależna od wahań na rynku finansowym, na które przedsiębiorca nie może mieć wpływu;
 - c) dostawa towarów wyprodukowanych według specyfikacji określonych przez konsumenta lub dostosowanych do jego zamówienia lub takich, które ulegają szybkiemu zepsuciu bądź mają krótki termin przydatności do użycia;
 - d) dostawa wina, którego cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a dostawa którego może nastąpić dopiero po upływie terminu, o którym mowa w art. 22 ust. 1 oraz którego faktyczna wartość zależy od wahań na rynku finansowym, na które przedsiębiorca nie może mieć żadnego wpływu;
 - e) dostawa zapieczętowanych nagrań dźwiękowych lub wizualnych lub oprogramowania komputerowego, których opakowanie zostało naruszone przez konsumenta;
 - f) dostawa gazet, periodyków i czasopism;
 - g) świadczenie usług w zakresie gier i loterii;
 - h) umowy zawierane podczas aukcji.
2. W odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa prawo odstąpienia nie ma zastosowania do następujących przypadków:
 - a) umowy na dostawy środków spożywczych, napojów lub innych towarów przeznaczonych do codziennego użytku w gospodarstwach domowych, wybranych wcześniej przez konsumenta za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość i dostarczanych do miejsca zamieszkania, pobytu lub pracy konsumenta przez przedsiębiorcę, który w normalnych warunkach sprzedaje towary we własnym lokalu przedsiębiorcy ;
 - b) umowy, co do których konsument żądał ich natychmiastowego wykonania przez przedsiębiorcę, w celu zaradzenia pilnej sytuacji; jeżeli w takiej sytuacji przedsiębiorca świadczy dodatkowe usługi lub sprzedaje dodatkowe towary, inne niż te wyraźnie konieczne dla zaradzenia pilnej sytuacji konsumenta, prawo odstąpienia ma zastosowanie do tych dodatkowych usług lub towarów;

- c) umów, w przypadku których konsument wezwał przedsiębiorcę, za pośrednictwem środków komunikowania się na odległość, do wykonania w miejscu jego zamieszkania napraw lub konserwacji jego własności; jeżeli w takiej sytuacji przedsiębiorca zapewnia usługi dodatkowe do tych wyraźnie zamówionych przez konsumenta albo towary inne niż części zamienne wykorzystywane w konserwacji lub naprawach, prawo odstąpienia ma zastosowanie do tych dodatkowych usług lub towarów.
3. Strony mogą zgodzić się na niestosowanie ust. 1 i 2.

Artykuł 20

Wyłączenie umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa

1. Artykuły 8-19 nie mają zastosowania do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa:
 - a) dotyczących sprzedaży nieruchomości lub odnoszących się do innych praw rzeczowych, z wyjątkiem najmu oraz usług budowlanych i remontowych związanych z nieruchomościami;
 - b) zawieranych przy wykorzystaniu automatów sprzedających bądź zautomatyzowanych lokali handlowych;
 - c) zawieranych z operatorami telekomunikacji przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych;
 - d) umów na dostawy przez przedsiębiorcę środków spożywczych lub napojów, jeżeli dostawy dokonywane są często i regularnie w pobliżu lokalu przedsiębiorcy.
2. Artykuły 8-19 nie mają zastosowania do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, dotyczących:
 - a) ubezpieczeń,
 - b) usług finansowych, których cena zależy od wahań na rynku finansowym, na które przedsiębiorca nie ma wpływu, a które mogą wystąpić w czasie okresu odstąpienia, jak przewidziano w art. 6 ust. 2 lit. a) dyrektywy 2002/65/WE¹⁶ oraz
 - c) kredytów objętych zakresem dyrektywy 2008/48/WE.
3. Artykuły 8-19 nie mają zastosowania do umów zawieranych na odległość dotyczących świadczenia usług w zakresie zakwaterowania, transportu, wynajmu samochodów, gastronomii lub wypoczynku, jeżeli dotyczą świadczenia tych usług w ściśle określonym dniu lub okresie.

¹⁶ Dz.U. L 271 z 9.10.2002, s. 16.

Rozdział IV

Inne prawa konsumentów charakterystyczne dla umów sprzedaży

Artykuł 21

Zakres stosowania

1. Niniejszy rozdział stosuje się do umów sprzedaży. Bez uszczerbku dla art. 24 ust. 5, jeżeli umowa jest umową mieszaną, mającą za przedmiot zarówno towary, jak i usługi, niniejszy rozdział stosuje się tylko do towarów.
2. Niniejszy rozdział stosuje się także do umów dostawy towarów, które mają być wytworzone lub wyprodukowane.
3. Niniejszy rozdział nie ma zastosowania do części zamiennych zastąpionych przez przedsiębiorcę podczas usuwania niezgodności towarów w drodze naprawy zgodnie z art. 26.
4. Państwa członkowskie mogą zdecydować o niestosowaniu niniejszego rozdziału do towarów używanych, sprzedawanych na aukcjach publicznych.

Artykuł 22

Dostawa

1. Jeżeli strony nie postanowiły inaczej, przedsiębiorca dostarcza towary poprzez przeniesienie faktycznego posiadania towarów na konsumenta albo osobę trzecią, inną niż przewoźnik i wskazaną przez konsumenta, w maksymalnym terminie 30 dni od dnia zawarcia umowy.
2. Jeżeli przedsiębiorca nie spełnił obowiązku dotyczącego dostawy, konsument jest uprawniony do zwrotu wszelkich zapłaconych sum, w terminie 7 dni od daty dostawy, przewidzianym w ust. 1.

Artykuł 23

Przejęcie ryzyka

1. Ryzyko utraty lub uszkodzenia towarów przechodzi na konsumenta w momencie wejścia przez konsumenta lub osobę trzecią, inną niż przewoźnik i wskazaną przez konsumenta, w faktyczne posiadanie towarów.
2. Ryzyko, o którym mowa w ust. 1, przechodzi na konsumenta w momencie dostawy, uzgodnionym przez strony, jeżeli konsument lub osoba trzecia, inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta, nie wypełniła obowiązku w zakresie podjęcia niezbędnych działań mających na celu wejście w faktyczne posiadanie towarów.

Artykuł 24

Zgodność z umową

1. Przedsiębiorca dostarcza towary zgodne z umową sprzedaży.
2. Domniemywa się, że dostarczone towary są zgodne z umową, jeżeli spełniają następujące warunki:

- a) odpowiadają opisowi podanemu przez sprzedawcę i mają właściwości towarów, które sprzedawca przedstawił konsumentowi jako próbkę lub wzór;
 - b) nadają się do jakichkolwiek szczególnych celów, do których potrzebne są konsumentowi, o których zawiadomił on sprzedawcę w czasie zawierania umowy i które sprzedawca zaakceptował;
 - c) nadają się do celów, do których towary tego samego rodzaju są normalnie stosowane lub
 - d) wykazują jakość i wykonanie, które są normalne dla towarów tego samego rodzaju i których konsument może racjonalnie oczekiwać, ze względu na charakter towarów i biorąc pod uwagę wszelkie oświadczenia publiczne na temat szczególnych cech towarów, jakie wygłosił na ich temat sprzedawca, producent lub jego przedstawiciel, w szczególności w reklamie lub na etykiecie.
3. Do celów niniejszego artykułu uznaje się, że niezgodność nie występuje, jeżeli w momencie zawierania umowy konsument miał świadomość, lub, racjonalnie rzecz biorąc, powinien mieć świadomość jej istnienia, albo, gdy niezgodność wynika z materiałów dostarczonych przez konsumenta.
4. Sprzedawca nie jest związany oświadczeniami publicznymi, o których mowa w ust. 2 lit. d), jeżeli wykaże zaistnienie jednej z następujących sytuacji:
- a) nie był i, racjonalnie rzecz biorąc, nie mógł być świadomy takich oświadczeń;
 - b) przed zawarciem umowy oświadczenie zostało skorygowane;
 - c) oświadczenie nie mogło mieć wpływu na decyzję zakupu towarów.
5. Wszelka niezgodność wynikająca z nieprawidłowego montażu towarów uznawana będzie za równoznaczną z niezgodnością towarów, jeżeli montaż stanowi część umowy sprzedaży towarów, a towary były montowane przez przedsiębiorcę lub na jego odpowiedzialność. Ma to zastosowanie także do sytuacji, w której towar, przeznaczony do montażu przez konsumenta, jest montowany przez niego, a nieprawidłowy montaż wynika z braków w instrukcji montażu.

Artykuł 25

Środki prawne – odpowiedzialność za niezgodność

Przedsiębiorca odpowiada przed konsumentem za każdą niezgodność istniejącą w momencie przejścia ryzyka na konsumenta.

Artykuł 26

Środki usuwania niezgodności

1. Jak przewidziano w ust. 2-5, jeżeli towary nie są zgodne z umową, konsument jest uprawniony do:
 - a) usunięcia niezgodności przez naprawę lub wymianę,
 - b) obniżenia ceny,
 - c) rozwiązania umowy.

2. Przedsiębiorca usuwa niezgodność przez naprawę lub wymianę, zgodnie z własnym wyborem.
3. Jeżeli przedsiębiorca udowodnił, że usunięcie niezgodności przez naprawę lub wymianę jest niezgodne z prawem, niemożliwe lub wiązałoby się z jego nieproporcjonalnym nakładem, konsument ma prawo wyboru pomiędzy obniżeniem ceny a rozwiązaniem umowy. Nakład przedsiębiorcy jest nieproporcjonalny, jeżeli wiąże się z nałożeniem na niego kosztów, które w porównaniu z obniżeniem ceny lub rozwiązaniem umowy są nadmierne, biorąc pod uwagę wartość towarów w przypadku braku niezgodności oraz wagę niezgodności.
Konsument może rozwiązać umowę tylko, jeżeli niezgodność nie jest nieznaczna.
4. Konsument może wybrać jakikolwiek środek usunięcia niezgodności z ust. 1, jeżeli zaistniała jedna z następujących okoliczności:
 - a) przedsiębiorca w sposób dorozumiany lub wyraźny odmówił usunięcia niezgodności;
 - b) przedsiębiorca nie zdołał usunąć niezgodności w rozsądnym terminie;
 - c) przedsiębiorca starał się usunąć niezgodność, stwarzając konsumentowi znaczne niedogodności;
 - d) ta sama wada wystąpiła więcej niż raz w krótkim czasie.
5. Znaczne niedogodności dla konsumenta oraz rozsądny czas potrzebny przedsiębiorcy na usunięcie niezgodności są ustalane przy uwzględnieniu charakteru towarów i celu ich nabycia przez konsumenta, jak przewidziano w art. 24 ust. 2 lit. b).

Artykuł 27
Koszty i odszkodowanie

1. Konsument ma prawo do bezpłatnego usunięcia niezgodności.
2. Bez uszczerbku dla przepisów niniejszego rozdziału konsument może domagać się odszkodowania za każdą szkodę niepokrytą zgodnie z art. 26.

Artykuł 28
Terminy i ciężar dowodu

1. Przedsiębiorca jest odpowiedzialny na mocy art. 25, gdy niezgodność uwidoczni się w ciągu 2 lat od momentu przejścia ryzyka na konsumenta.
2. W przypadku usunięcia niezgodności przez wymianę, przedsiębiorca jest odpowiedzialny na mocy art. 25, jeżeli niezgodność uwidoczni się w ciągu dwóch lat od momentu wejścia przez konsumenta lub osobę trzecią przez niego wskazaną w faktyczne posiadanie zastąpionych towarów.
3. W przypadku towarów używanych przedsiębiorca i konsument mogą zgodzić się na krótszy okres odpowiedzialności, który nie może wynosić mniej niż jeden rok.
4. W celu skorzystania z praw na mocy art. 25 konsument informuje przedsiębiorcę o niezgodności w terminie dwóch miesięcy od daty jej wykrycia.
5. Jeżeli nie postanowiono inaczej, domniemywa się, że każda niezgodność, która uwidoczniła się w ciągu sześciu miesięcy od momentu przejścia ryzyka na

konsumenta, istniała w tym momencie, chyba że takie domniemanie jest niezgodne z charakterem towarów lub charakterem niezgodności.

Artykuł 29 *Gwarancje handlowe*

1. Gwarancja handlowa wiąże gwaranta na warunkach ustanowionych w oświadczeniu gwarancyjnym. W razie braku oświadczenia gwarancyjnego gwarancja handlowa wiąże na warunkach ustanowionych w reklamie gwarancji handlowej.
2. Oświadczenie gwarancyjne jest sporządzane prostym i zrozumiałym językiem oraz jest czytelne. Oświadczenie gwarancyjne zawiera:
 - a) określenie praw konsumenta, przewidzianych w art. 26, oraz wyraźne stwierdzenie, że prawa te są niezależne od gwarancji handlowej,
 - b) treść gwarancji handlowej oraz warunki reklamacji, w szczególności czas trwania, zakres terytorialny oraz nazwę i adres gwaranta,
 - c) bez uszczerbku dla art. 32 i 35 oraz załącznika III ust. 1) lit. j), w stosownych przypadkach, stwierdzenie, że gwarancja handlowa nie może być przeniesiona na późniejszego nabywcę.
3. Na żądanie konsumenta przedsiębiorca udostępnia oświadczenie gwarancyjne na trwałym nośniku.
4. Niespełnienie wymogów ust. 2 lub 3 nie ma wpływu na ważność gwarancji.

Rozdział V

Prawa konsumentów dotyczące postanowień umownych

Artykuł 30 *Zakres stosowania*

1. Niniejszy rozdział ma zastosowanie do postanowień umownych sformułowanych uprzednio przez przedsiębiorcę albo osobę trzecią, na które konsument zgodził się nie mając wpływu na ich treść, w szczególności jeżeli takie postanowienia umowne są częścią uprzednio ustalonego wzorca umowy.
2. Fakt, że konsument miał możliwość wpływu na treść niektórych aspektów postanowienia umownego lub na treść jednego szczególnego postanowienia umownego, nie wyłącza stosowania niniejszego rozdziału do innych postanowień umownych, będących częścią umowy.
3. Niniejszy rozdział nie ma zastosowania do postanowień umownych odzwierciedlających obowiązujące przepisy ustawowe lub wykonawcze, zgodne z prawem wspólnotowym oraz postanowienia lub zasady konwencji międzynarodowych, których stroną jest Wspólnota lub państwo członkowskie.

Artykuł 31
Wymogi przejrzystości dotyczące postanowień umownych

1. Postanowienia umowne są sporządzane prostym i zrozumiałym językiem oraz są czytelne.
2. Postanowienia umowne są podawane do wiadomości konsumenta w sposób umożliwiający mu faktyczną możliwość zapoznania się z nimi przed zawarciem umowy, z uwzględnieniem wykorzystywanych środków komunikacji.
3. Przedsiębiorca otrzymuje wyraźną zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność należną oprócz wynagrodzenia za główne zobowiązanie umowne przedsiębiorcy. Jeżeli przedsiębiorca nie otrzymał wyraźnej zgody konsumenta, lecz wywołał ją, stosując opcje, które konsument musiał odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności, konsument jest uprawniony do zwrotu tej płatności.
4. Państwa członkowskie powstrzymują się od wprowadzenia wszelkich wymogów w zakresie formy wyrażania postanowień umownych lub udostępnienia ich konsumentowi.

Artykuł 32
Zasady ogólne

1. Jeżeli postanowienie umowne nie jest zawarte w załączniku II lub III, państwa członkowskie zapewniają uznanie go za nieuczciwe, jeśli, stojąc w sprzeczności z wymogiem dobrej wiary, powoduje ono znaczącą nierównowagę wynikających z umowy praw i obowiązków stron, ze szkodą dla konsumenta.
2. Nie naruszając przepisów art. 34 i 38, nieuczciwość danego postanowienia umownego jest oceniana z uwzględnieniem charakteru produktów będących przedmiotem umowy i z odniesieniem, w momencie zawarcia umowy, do wszelkich okoliczności związanych z zawarciem umowy oraz do innych postanowień tej umowy lub innej umowy, od której ta jest zależna. Przy ocenie uczciwego charakteru postanowienia umownego właściwy organ krajowy bierze pod uwagę sposób sporządzenia umowy przez przedsiębiorcę i poinformowania o niej konsumenta zgodnie z art. 31.
3. Ustępy 1 i 2 nie mają zastosowania do oceny głównego przedmiotu umowy ani adekwatności wynagrodzenia należnego za główne zobowiązanie umowne przedsiębiorcy, pod warunkiem że przedsiębiorca w pełni przestrzega art. 31.

Artykuł 33
Ciężar dowodu

Jeśli sprzedawca twierdzi, że postanowienia umowne zostały wynegocjowane indywidualnie, ciężar dowodu w tym zakresie spoczywa na nim.

Artykuł 34
Postanowienia uznawane za nieuczciwe we wszystkich okolicznościach

Państwa członkowskie zapewniają uznanie postanowień umownych wskazanych w wykazie znajdującym się w załączniku II za nieuczciwe we wszystkich okolicznościach. Ten wykaz

postanowień umownych stosowany jest we wszystkich państwach członkowskich i może być zmieniony tylko zgodnie z art. 39 ust. 2 i 40.

Artykuł 35

Postanowienia, co do których istnieje domniemanie nieuczciwości

Państwa członkowskie zapewniają uznanie za nieuczciwe postanowień umownych wskazanych w pkt 1 wykazu znajdującego się w załączniku III, chyba że przedsiębiorca udowodnił, że takie postanowienia umowne są uczciwe zgodnie z art. 32. Ten wykaz postanowień umownych stosowany jest we wszystkich państwach członkowskich i może być zmieniony tylko zgodnie z art. 39 ust. 2 i 40.

Artykuł 36

Interpretacja postanowień

1. Wszelkie wątpliwości co do treści postanowienia należy interpretować na korzyść konsumenta.
2. Niniejszy artykuł nie ma zastosowania w kontekście procedury ustanowionej w art. 38 ust. 2.

Artykuł 37

Skutki nieuczciwych postanowień umownych

Nieuczciwe postanowienia umowne nie są wiążące dla konsumenta. Umowa nadal obowiązuje strony, jeżeli może pozostać wiążąca po wyłączeniu postanowień nieuczciwych.

Artykuł 38

Egzekwowanie prawa w zakresie nieuczciwych postanowień umownych

1. Zarówno w interesie konsumentów, jak i konkurentów państwa członkowskie zapewniają odpowiednie i skuteczne środki mające na celu zapobieganie stałemu stosowaniu nieuczciwych postanowień w umowach zawieranych przez przedsiębiorców z konsumentami.
2. W szczególności osoby lub organizacje uważane na mocy prawa krajowego za mające uzasadniony interes w ochronie praw konsumentów mogą wszczynać postępowania przed sądem lub organem administracyjnym w celu rozstrzygnięcia, czy ogólne warunki umów są nieuczciwe.
3. Państwa członkowskie umożliwiają sądom lub organom administracyjnym stosowanie odpowiednich i skutecznych środków w celu zapobieżenia dalszemu stosowaniu przez przedsiębiorcę postanowień uznanych za nieuczciwe.
4. Państwa członkowskie zapewniają możliwość oddzielnego lub łącznego prowadzenia postępowań, o których mowa w ust. 2 i 3, w zależności od krajowego prawa procesowego, przeciwko określonej liczbie przedsiębiorców z tego samego sektora gospodarczego albo ich stowarzyszeniom stosującym lub zalecającym stosowanie takich samych ogólnych warunków umów lub podobnych warunków.

Artykuł 39
Przegląd postanowień z załączników 2 i 3

1. Państwa członkowskie zawiadamiają Komisję o postanowieniach, które zostały uznane za nieuczciwe przez właściwe organy krajowe, a które uważają one za istotne z punktu widzenia dokonania zmiany niniejszej dyrektywy, jak przewidziano w ust. 2.
2. Na podstawie zawiadomień otrzymanych na mocy ust. 1 Komisja zmienia załączniki II i III. Środki te, mające na celu zmianę elementów innych niż istotne niniejszej dyrektywy, przyjmuje się zgodnie z procedurą regulacyjną połączoną z kontrolą, o której mowa w art. 40 ust. 2.

Rozdział VI

Przepisy ogólne

Artykuł 40
Komitet

1. Komisję wspomaga Komitet ds. Nieuczciwych Postanowień w Umowach Konsumentkich (zwany dalej „Komitetem”).
2. W przypadku odesłania do niniejszego ustępu stosuje się art. 5a ust.1-4 oraz art. 7 decyzji 1999/468/WE¹⁷, z uwzględnieniem jej art. 8.

Artykuł 41
Egzekwowanie

1. Państwa członkowskie dopilnowują, aby istniały odpowiednie i skuteczne środki zapewniające przestrzeganie niniejszej dyrektywy.
2. Środki, o których mowa w ust. 1, obejmują przepisy, na mocy których jeden lub więcej z wymienionych poniżej organów, zgodnie z prawem krajowym, może wszcząć postępowanie na mocy prawa krajowego przed sądami lub właściwymi organami administracyjnymi, aby zagwarantować stosowanie przepisów krajowych wdrażających niniejszą dyrektywę:
 - a) organy publiczne lub ich przedstawiciele;
 - b) organizacje konsumenckie mające uzasadniony interes w ochronie konsumentów;
 - c) organizacje zawodowe mające uzasadniony interes w podejmowaniu działań.

¹⁷ Dz.U. L 184 z 17.7.1999, s. 23. Decyzja zmieniona decyzją 2006/512/WE (Dz.U. L 200 z 22.7.2006, s. 11).

Artykuł 42
Kary

1. Państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące kar za naruszenie przepisów krajowych przyjętych zgodnie z niniejszą dyrektywą i przyjmują wszelkie niezbędne środki w celu ich wdrożenia. Przewidziane kary muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.
2. Najpóźniej w terminie określonym w art. 46 państwa członkowskie powiadamiają Komisję o ustanowionych przepisach, a o wszystkich późniejszych ich zmianach tak szybko, jak to możliwe.

Artykuł 43
Nakazowy charakter dyrektywy

Jeżeli prawem stosowanym do umów jest prawo państwa członkowskiego, konsumenci nie mogą zrezygnować z praw przyznanych im w niniejszej dyrektywie.

Artykuł 44
Informacja

Państwa członkowskie podejmują właściwe środki w celu poinformowania konsumentów o przepisach krajowych transponujących niniejszą dyrektywę oraz, w stosownych przypadkach, zachęcają przedsiębiorców i twórców kodeksów do informowania konsumentów o swoich kodeksach postępowania.

Artykuł 45
Towary niezamówione

Zwalnia się konsumenta z wszelkich świadczeń wzajemnych w przypadkach niezamówionych dostaw produktu, jak zakazano w art. 5 ust. 5 i pkt 29 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE. Brak odpowiedzi konsumenta na taką niezamówioną dostawę nie jest uważany za zgodę.

Artykuł 46
Transpozycja

1. Państwa członkowskie przyjmą i opublikują, najpóźniej do dnia [18 miesięcy po wejściu w życie], przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy. Niezwłocznie przekażą one Komisji tekst tych przepisów oraz tabelę korelacji pomiędzy tymi przepisami a niniejszą dyrektywą.
Państwa członkowskie stosują te przepisy od [dwa lata po wejściu w życie].
Przepisy przyjęte przez państwa członkowskie zawierają odniesienie do niniejszej dyrektywy lub odniesienie takie towarzyszy ich urzędowej publikacji. Metody dokonywania takiego odniesienia określone są przez państwa członkowskie.
2. Państwa członkowskie przekazują Komisji teksty podstawowych przepisów prawa krajowego przyjętych w dziedzinie objętej niniejszą dyrektywą.

Rozdział VII

Przepisy końcowe

Artykuł 47 *Uchylenia*

Tracą moc dyrektywy 85/577/EWG, 93/13/EWG i 97/7/WE oraz dyrektywa 1999/44/WE, zmienione dyrektywami wymienionymi w załączniku IV.

Odesłania do uchylonych dyrektyw odczytuje się jako odesłania do niniejszej dyrektywy, zgodnie z tabelą korelacji w załączniku V.

Artykuł 48 *Przegląd*

Komisja dokonuje przeglądu dyrektywy i składa sprawozdanie Parlamentowi Europejskiemu i Radzie nie później niż [wprowadzić tę samą datę jak w art. 46 ust. 1 akapit drugi + pięć lat].

Jeśli będzie to konieczne, Komisja będzie przedkładać wnioski legislacyjne w celu dostosowania dyrektywy do zmian zachodzących w tej dziedzinie. Komisja może zwrócić się do państw członkowskich z prośbą o udzielenie informacji.

Artykuł 49 *Wejście w życie*

Niniejsza dyrektywa wchodzi w życie dwudziestego dnia po jej opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Artykuł 50 *Adresaci*

Niniejsza dyrektywa skierowana jest do państw członkowskich.

Sporządzono w Brukseli dnia [...] r.

W imieniu Parlamentu Europejskiego
Przewodniczący

W imieniu Rady
Przewodniczący

ZAŁĄCZNIK I
INFORMACJE DOTYCZĄCE KORZYSTANIA Z PRAWA ODSTĄPIENIA

A. Informacje, które należy przekazać wraz z formularzem odstąpienia

1. Nazwa, adres pocztowy i adres e-mail przedsiębiorcy, któremu należy przesłać formularz odstąpienia.
2. Informacja o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy oraz o tym, że z prawa tego można skorzystać, przesyłając poniższy formularz odstąpienia na trwałym nośniku do przedsiębiorcy, o którym mowa w pkt 1:
 - a) w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa w ciągu czternastu dni od podpisania formularza zamówienia;
 - b) w przypadku umów sprzedaży zawieranych na odległość w ciągu czternastu dni od wejścia konsumenta lub osoby trzeciej, innej niż przewoźnik i wskazanej przez konsumenta, w faktyczne posiadanie towarów;
 - c) w przypadku umów o świadczenie usług, zawieranych na odległość:
 - w ciągu czternastu dni od zawarcia umowy, w przypadku gdy konsument nie udzielił wcześniej wyraźnej zgody na rozpoczęcie wykonania umowy przed końcem tego okresu czternastodniowego;
 - w ciągu okresu kończącego się w momencie rozpoczęcia wykonania umowy, w przypadku gdy konsument udzielił wcześniej wyraźnej zgody na rozpoczęcie wykonania umowy przed końcem tego okresu czternastodniowego.
3. W przypadku umów sprzedaży, informacja dla konsumenta o terminach i sposobach odesłania towarów przedsiębiorcy oraz o warunkach zwrotu kosztów zgodnie z art. 16 i 17 ust. 2.
4. W przypadku umów zawieranych na odległość przez Internet, informacja o tym, że konsument może wypełnić i przesłać standardowy formularz odstąpienia za pośrednictwem strony internetowej przedsiębiorcy i że otrzyma niezwłocznie od przedsiębiorcy potwierdzenie otrzymania informacji o odstąpieniu za pośrednictwem poczty elektronicznej.
5. Informacja o tym, że konsument może skorzystać z formularza odstąpienia zawartego w części B.

B. Wzór formularza odstąpienia

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

- Adresat:
- Ja/My* niniejszym informuję/informujemy* o moim/naszym* odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących towarów*/o świadczenie następującej usługi*
- Data zamówienia*/odbioru*
- Imię i nazwisko/Nazwa konsumenta(-ów)

- Adres konsumenta(-ów)
- Podpis konsumenta(-ów) (tylko jeżeli formularz jest przesyłany na piśmie)
- Data

*Niepotrzebne skreślić.

ZAŁĄCZNIK II

POSTANOWIENIA UMOWNE UZNAWANE ZA NIEUCZCIWE W KAŻDYCH OKOLICZNOŚCIACH

Postanowienia umowne, które mają poniższy cel lub skutek, uznaje się za nieuczciwe w każdych okolicznościach:

- a) wyłączenie lub ograniczenie odpowiedzialności przedsiębiorcy za śmierć konsumenta lub szkody na jego osobie, wynikające z działania lub zaniechania przedsiębiorcy;
- b) ograniczenie zobowiązania przedsiębiorcy do przestrzegania zobowiązań podjętych przez jego pośredników lub uzależnianie jego zobowiązań od określonego warunku, którego spełnienie zależy wyłącznie od przedsiębiorcy;
- c) wyłączenie lub ograniczenie prawa konsumenta do wystąpienia na drogę sądową lub korzystania z innych środków prawnych, zwłaszcza przez zobowiązanie konsumenta do rozstrzygania sporów wyłącznie w drodze nieuregulowanego prawnie sądu polubownego;
- d) ograniczanie środków dowodowych dostępnych dla konsumenta lub przenoszenie na niego ciężaru dowodu, który zgodnie z obowiązującym prawem powinien spoczywać na przedsiębiorcy;
- e) przyznanie przedsiębiorcy prawa ustalania, czy dostarczone towary lub usługi są zgodne z umową, lub przyznanie przedsiębiorcy wyłącznego prawa interpretowania postanowień umowy.

ZAŁĄCZNIK III

POSTANOWIENIA UMOWNE, CO DO KTÓRYCH ISTNIEJE DOMNIEMANIE NIEUCZCIWOŚCI

1. W odniesieniu do postanowień umownych, które mają poniższy cel lub skutek, istnieje domniemanie ich nieuczciwości:
 - a) wyłączenie lub ograniczenie praw konsumenta względem przedsiębiorcy lub innej strony w przypadku całkowitego lub częściowego niewykonania lub nienależytego wykonania przez przedsiębiorcę zobowiązań umownych, w tym praw konsumenta do potrącenia wierzytelności należnej przedsiębiorcy z należnością wynikającą z roszczenia konsumenta względem przedsiębiorcy;
 - b) uprawnienie przedsiębiorcy do zatrzymania płatności dokonanej przez konsumenta, jeżeli konsument nie zawrze lub nie wykona umowy, bez przyznania konsumentowi prawa do żądania takiej samej kwoty, jeżeli przedsiębiorca nie zawrze lub nie wykona umowy;
 - c) nałożenie na konsumenta, który nie wykona zobowiązania, wymogu zapłaty odszkodowania lub kary umownej, które znacznie przekraczają rozmiar szkody poniesionej przez przedsiębiorcę;
 - d) zezwolenie przedsiębiorcy na jednostronne rozwiązanie umowy, jeżeli takie same prawo nie przysługuje konsumentowi;
 - e) uprawnienie przedsiębiorcy do rozwiązania umowy zawartej na czas nieoznaczony bez rozsądnego terminu wypowiedzenia, z wyjątkiem przypadków poważnego naruszenia umowy przez konsumenta;
 - f) automatyczne przedłużenie umowy zawartej na czas oznaczony, o ile konsument, który musi wypowiedzieć umowę z dużym wyprzedzeniem na koniec każdego okresu obowiązywania umowy, nie złoży przeciwnego oświadczenia.
 - g) umożliwienie przedsiębiorcy podwyższenia ceny określonej w momencie zawarcia umowy, bez przyznania konsumentowi prawa do rozwiązania umowy;
 - h) zobowiązanie konsumenta do wykonania wszystkich jego zobowiązań mimo niewykonania wszystkich zobowiązań przez przedsiębiorcę;
 - i) uprawnienie przedsiębiorcy do przeniesienia jego zobowiązań wynikających z umowy bez zgody konsumenta;
 - j) ograniczenie prawa konsumenta do odsprzedaży towarów przez ograniczenie możliwości przenoszenia gwarancji handlowej udzielonej przez przedsiębiorcę;
 - k) umożliwienie przedsiębiorcy jednostronnej zmiany postanowień umownych, w tym charakterystyki produktu lub usługi;
 - l) jednostronna zmiana postanowień umownych przekazanych konsumentowi na trwałym nośniku, przez postanowienia umowne dostępne on-line, na które konsument nie wyraził zgody .
2. Pkt 1 lit. e) nie stosuje się do postanowień, zgodnie z którymi dostawca usług finansowych zastrzega sobie prawo do jednostronnego rozwiązania umowy zawartej na czas nieoznaczony, bez okresu wypowiedzenia, pod warunkiem że dostawca

zobowiązany jest do niezwłocznego zawiadomienia o tym drugiej strony lub stron umowy.

3. Pkt 1 lit. g) nie stosuje się do
 - a) transakcji w obrocie papierami wartościowymi, instrumentami finansowymi lub innymi produktami lub usługami, których cena związana jest ze zmianami notowań giełdowych, indeksu lub kursu rynku finansowego, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;
 - b) umów kupna lub sprzedaży waluty obcej, czeków podróźnych lub międzynarodowych przekazów pieniężnych wystawionych w walucie obcej;
 - c) warunków indeksacji cen, o ile są one zgodne z prawem, pod warunkiem że zostanie jasno przedstawiona metoda, według której następują zmiany cen.
4. Pkt 1 lit. k) nie stosuje się do
 - a) postanowień, zgodnie z którymi dostawca usług finansowych zastrzega sobie prawo do zmiany stopy procentowej płaconej przez konsumenta lub jemu należnej albo zmiany wysokości opłat za inne usługi finansowe bez wcześniejszego powiadomienia, o ile istnieje uzasadniona przyczyna takiego postępowania, pod warunkiem że dostawca usług jest zobowiązany do jak najszybszego powiadomienia o tym drugiej strony umowy, która uzyska prawo do niezwłocznego rozwiązania umowy;
 - b) transakcji w obrocie papierami wartościowymi, instrumentami finansowymi lub innymi produktami lub usługami, jeżeli cena związana jest ze zmianami notowań giełdowych, indeksu lub kursu rynku finansowego, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;
 - c) umów kupna lub sprzedaży waluty obcej, czeków podróźnych lub międzynarodowych przekazów pieniężnych wystawionych w walucie obcej;
 - d) postanowień, na mocy których przedsiębiorca zastrzega sobie prawo do jednostronnej zmiany warunków umowy zawartej na czas nieoznaczony, pod warunkiem że jest on zobowiązany do poinformowania konsumenta przy zachowaniu rozsądnego okresu wypowiedzenia, a konsument ma prawo rozwiązania umowy.

ZAŁĄCZNIK IV
Dyrektywy uchylone wraz z wykazem ich kolejnych zmian
(o których mowa w art. 47)

Dyrektywa Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa Dz.U. L 372 z 31.12.1985, s. 31.

Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich Dz.U. L 95 z 21.4.1993, s. 29.

Dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady Dz.U. L 144 z 4.6.1997, s. 19.

Dyrektywa 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady Dz.U. L 271 z 9.10.2002, s. 16.

Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 29.

Dyrektywa 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 listopada 2007 r. Dz.U. L 319 z 5.12.2007, s. 1.

Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady Dz.U. L 171 z 7.7.1999, s. 12.

ZAŁĄCZNIK V

TABELA KORELACJI

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
Art. 1 ¹⁸				
	Art. 1 ust. 1 ¹⁹			
	Art. 1 ust. 2 (zastąpiony)			Art. 30 ust. 3
		Art. 1 ²⁰		
			Art. 1 ust. 1 ²¹	
			Art. 1 ust. 2 lit. a) (zastąpiony)	Art. 2 pkt 1
			Art. 1 ust. 2 lit. b) ²²	Art. 2 pkt 4
				Art. 21 ust. 3
			Art. 1 ust. 2 lit. c)	Art. 2 pkt 2

¹⁸ Zastąpiony co do istoty artykułem 3 i artykułem 8 w związku z artykułem 2 pkt 8.

¹⁹ Zastąpiony co do istoty artykułem 1.

²⁰ Zastąpiony co do istoty artykułem 1.

²¹ Zastąpiony co do istoty artykułem 1.

²² Zastąpiony co do istoty artykułem 21 ust. 4.

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
			Art. 1 ust. 2 lit. d)	Art. 2 pkt 18
			Art. 1 ust. 2 lit. e) (zastąpiony)	Art. 2 pkt 19
			Art. 1 ust. 2 lit. f)	Skreślony
			Art. 1 ust. 3 (zastąpiony)	Art. 21 ust. 4
			Art. 1 ust. 4	Art. 21 ust. 2
Art. 2 (zastąpiony)				Art. 2 pkt 1
				Art. 2 pkt 2
	Art. 2 lit. a)			Skreślony
	Art. 2 lit. b) (zastąpiony)			Art. 2 pkt 1
	Art. 2 lit. c) (zastąpiony)			Art. 2 pkt 2
		Art. 2 ust. 1 (zastąpiony)		Art. 2 pkt 6
		Art. 2 ust. 2 (zastąpiony)		Art. 2 pkt 1

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
		Art. 2 ust. 3 (zastąpiony)		Art. 2 pkt 2
		Art. 2 ust. 4 zdanie pierwsze (zastąpione)		Art. 2 pkt 7
		Art. 2 ust. 4 zdanie drugie		Skreślony
		Art. 2 ust. 5		Skreślony
			Art. 2 ust. 1	Art. 24 ust. 1
				Art. 22
			Art. 2 ust. 2	Art. 24 ust. 2
			Art. 2 ust. 3	Art. 24 ust. 3
			Art. 2 ust. 4	Art. 24 ust. 4
			Art. 2 ust. 5	Art. 24 ust. 5
Art. 3 ust. 1				Skreślony

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
Art. 3 ust. 2 lit. a) (zastąpiony)				Art. 20 ust. 1 lit. a)
Art. 3 ust. 2 lit. b) (zastąpiony)				Art. 20 ust. 1 lit. d)
Art. 3 ust. 2 lit. c) (zastąpiony)				Art. 12 ust. 2
Art. 3 ust. 2 lit. d)				Art. 20 ust. 2 lit. a)
Art. 3 ust. 2 lit. e)				Art. 20 ust. 2 lit. b)
Art. 3 ust. 3 ²³				
	Art. 3 ust. 1			Art. 32 ust. 1²⁴
	Art. 3 ust. 2, akapit pierwszy (zastąpiony)			Art. 30 ust. 1

²³ Zastąpiony co do istoty artykułem 3 i artykułem 8 w związku z artykułem 2 pkt 8.

²⁴ Należy odczytywać w związku z art. 30 ust. 1.

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
	Art. 3 ust. 2, akapit drugi			Art. 30 ust. 2
	Art. 3 ust. 2, akapit trzeci			Art. 33
	Art. 3 ust. 3 (zastąpiony)			Art. 34
				Art. 35
		Art. 3 ust. 1, tiret pierwsze (zastąpiony)		Art. 3 ust. 2
		Art. 3 ust. 1, tiret drugie		Art. 20 ust. 1 lit. b)
		Art. 3 ust. 1, tiret trzecie (zastąpiony)		Art. 20 ust. 1 lit. c)
		Art. 3 ust. 1, tiret czwarte (zastąpiony)		Art. 20 ust. 1 lit. a)

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
		Art. 3 ²⁵ ust. 1, tiret piąte (zastąpiony)		
		Art. 3 ust. 2, tiret pierwsze (zastąpiony)		Art. 20 ust. 1 lit. d)
		Art. 3 ust. 2, tiret drugie (zastąpiony)		Art. 20 ust. 3
			Art. 3 ust. 1 (zastąpiony)	Art. 25
				Art. 23
			Art. 3 ust. 2 (zastąpiony)	Art. 26 ust. 1
Art. 4, zdanie pierwsze (zastąpiony)				Art. 9
Art. 4, zdanie drugie (zastąpiony)				Art. 10
	Art. 4 ust. 1 (zastąpiony)			Art. 32 ust. 2

²⁵

Częściowo zastąpiony artykułem 19 ust. 1 lit. h).

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
	Art. 4 ust. 2 (zastąpiony)			Art. 32 ust. 3
		Art. 4 ust. 1 lit. a) (zastąpiony)		Art. 5 ust. 1 lit. b)
		Art. 4 ust. 1 lit. b) (zastąpiony)		Art. 5 ust. 1 lit. a)
		Art. 4 ust. 1 lit. c) (zastąpiony)		Art. 5 ust. 1 lit. c)
		Art. 4 ust. 1 lit. d) (zastąpiony)		Art. 5 ust. 1 lit. c)
		Art. 4 ust. 1 lit. e) (zastąpiony)		Art. 9 ust. 1 lit. a)
Art. 5 ust. 1 (zastąpiony)				Art. 12
				Art. 14
Art. 5 ust. 2 (zastąpiony)				Art. 15
				Art. 16

Stara numeracja w dyrektywie Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.	Stara numeracja w dyrektywie 1993/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich	Stara numeracja w dyrektywie 1997/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość	Stara numeracja w dyrektywie 1999/44/WE w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji	Nowa numeracja w niniejszej dyrektywie
				Art. 17
	Art. 5, zdanie pierwsze (zastąpiony)			Art. 31
	Art. 5, zdanie drugie i trzecie			Art. 36
Art. 6 (zastąpiony)				Art. 43
	Art. 6 ust. 1			Art. 37
	Art. 6 ust. 2			Skreślony
Art. 7 ²⁶				
	Art. 7 ust. 1			Art. 38 ust. 1
	Art. 7 ust. 2 (zastąpiony)			Art. 38 ust. 2

²⁶ Zastąpiony co do istoty artykułem 16 i artykułem 17.

Stara numeracja w załączniku do rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów	Należy odczytywać jako odesłania
Pkt 2, 6, 8 i 11	do niniejszej dyrektywy

OCENA SKUTKÓW FINANSOWYCH REGULACJI

1. TYTUŁ WNIOSKU:

Wniosek dotyczący dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw konsumentów wynikających w umów

2. STRUKTURA ABM/ABB

Polityka ochrony konsumentów

3. POZYCJE W BUDŻECIE

3.1. Pozycje w budżecie (pozycje operacyjne i powiązane pozycje pomocy technicznej i administracyjnej (dawnej pozycje B.A)), wraz z treścią:

XX0101: płatności dla urzędników

XX010211: płatności na pokrycie kosztów działalności komitetu

3.2. Czas trwania działania i wpływu finansowego:

Od 2011 r. (tj. rok n=2011), czas trwania nieokreślony

Z budżetu mają zostać pokryte koszty przyszłego Komitetu ds. Nieuczciwych Postanowień w Umowach Konsumenckich, który zostanie powołany, jak postanowiono w niniejszej dyrektywie, po jej przyjęciu przez Parlament i Radę:

1 pracownik administracyjny zatrudniony w wymiarze pełnego etatu (FTE), związany z kosztem 117 000 EUR (zgodnie ze szczegółowymi wytycznymi), w celu wspierania procedury komitetowej.

Koszty sesji plenarnej z udziałem jednego uczestnika z każdego z 27 państw członkowskich. 3 posiedzenia przewidziane na rok, każde związane z kosztem 20 000 EUR. Rzeczywiste koszty posiedzeń i ich częstotliwość mogą wymagać zmian w zależności od ostatecznego kształtu dyrektywy po jej przyjęciu przez Radę i Parlament oraz od koniecznych struktur procedury komitetowej.

3.3. Informacje budżetowe:

Pozycja w budżecie	Rodzaj wydatków		Nowe	Wkład EFTA	Wkład krajów ubiegających się o członkostwo	Dział w perspektywie finansowej
XX 0101	Obowiązki	Nieźróźnicowane ²⁷	NIE	NIE	NIE	5
XX 010211	Nieobowiązkowe	Nieźróźnicowane ²⁸	NIE	NIE	NIE	5

²⁷ Środki nieźróźnicowane zwane dalej NDA

²⁸ Środki nieźróźnicowane zwane dalej NDA

4. ZESTAWIENIE ZASOBÓW

4.1. Zasoby finansowe

4.1.1. Zestawienie środków na zobowiązania (CA) i środków na płatności (PA)

mln EUR (do 3 miejsc po przecinku)

Rodzaj wydatków	Sekcja nr		Rok n (2011)	n + 1 (2012)	n + 2 (2013)	n + 3 (2014)	n + 4 (2015)	n + 5 i później 2016 i później	Razem
-----------------	-----------	--	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	---	-------

Wydatki operacyjne²⁹

Środki na zobowiązania (CA)	8.1.	a							
Środki na płatności (PA)		b							

Wydatki administracyjne w ramach kwoty referencyjnej³⁰

Pomoc techniczna i administracyjna (NDA)	8.2.4.	c							
--	--------	---	--	--	--	--	--	--	--

KWOTA REFERENCYJNA OGÓLEM

Środki na zobowiązania		a+c							
Środki na płatności		b+c							

Wydatki administracyjne niewzględzone w kwocie referencyjnej³¹

Wydatki na zasoby ludzkie i powiązane wydatki (NDA)	8.2.5.	d	0,117	0,117	0,117	0,117	0,117	0,117	0,702
Wydatki administracyjne, inne niż koszty zasobów ludzkich i powiązane koszty, niewzględzone w kwocie referencyjnej (NDA)	8.2.6.	e	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,360

Indykatoryczne koszty finansowe interwencji ogółem

OGÓLEM CA w tym koszty zasobów ludzkich		a+c +d+ e	0,117	0,117	0,117	0,117	0,117	0,117	1,062
OGÓLEM PA w tym koszty zasobów ludzkich		b+c +d+ e	0,177	0,177	0,177	0,177	0,177	0,177	1,062

Szczegółowe informacje dotyczące współfinansowania: Nie dotyczy.

Jeżeli wniosek przewiduje współfinansowanie przez państwa członkowskie lub inne organy (należy określić które), w poniższej tabeli należy przedstawić szacowany

²⁹ Wydatki niewchodzące w zakres rozdziału xx 01 w tytule xx.

³⁰ Wydatki w ramach art. xx 01 04 w tytule xx.

³¹ Wydatki w ramach rozdziału xx 01 z wyłączeniem artykułu xx 01 04 lub xx 01 05.

poziom współfinansowania (można dodać kolejne rubryki, jeżeli współfinansowanie mają zapewniać różne organy):

mln EUR (do 3 miejsc po przecinku)

Organ współfinansujący		Rok n	n + 1	n + 2	n + 3	n + 4	n + 5 i późniejszej	Razem
.....	f							
OGÓLEM CA w tym współfinansowanie	a+c+d+e+f							

4.1.2. Zgodność z programowaniem finansowym

- Wniosek jest zgodny z istniejącym programowaniem finansowym.
- Wniosek wymaga przeprogramowania odpowiedniego działu w perspektywie finansowej.
- Wniosek może wymagać zastosowania postanowień porozumienia międzyinstytucjonalnego³² (tzn. instrumentu elastyczności lub zmiany perspektywy finansowej).

4.1.3. Wpływ finansowy na dochody

- Wniosek nie ma wpływu finansowego na dochody.
- Wniosek ma następujący wpływ finansowy na dochody:

mln EUR (do 1 miejsca po przecinku)

Pozycja budżecia	w	Dochody	Przed rozpoczęciem działania [Rok n-1]	Sytuacja po rozpoczęciu działania						
				[Rok n]	[n+1]	[n+2]	[n+3]	[n+4]	[n+5] ³³	
		a) Dochody w wartościach bezwzględnych								
		b) Zmiana dochodów	Δ							

³² Zob. pkt 19 i 24 porozumienia międzyinstytucjonalnego.

³³ W razie potrzeby, tzn. gdy czas trwania działania przekracza 6 lat, należy wprowadzić dodatkowe kolumny.

- 4.2. Zasoby ludzkie w przeliczeniu na pełne etaty (w tym urzędnicy, pracownicy zatrudnieni na czas określony i personel zewnętrzny) – szczegółowe informacje w pkt 8.2.1.

Zapotrzebowania na dany rok	Rok n (2011)	n + 1 (2012)	n + 2 (2013)	n + 3 (2014)	n + 4 (2015)	n + 5 i później (2016 i później)
Zasoby ludzkie ogółem	1	1	1	1	1	1

5. OPIS I CELE

- 5.1. **Potrzeba, która ma zostać zaspokojona w perspektywie krótko- lub długoterminowej**

Nie dotyczy.

- 5.2. **Wartość dodana z tytułu zaangażowania Wspólnoty i spójność wniosku z innymi instrumentami finansowymi oraz możliwa synergia**

Nie dotyczy.

- 5.3. **Cele, spodziewane wyniki oraz wskaźniki związane z wnioskiem w kontekście ABM (zarządzania kosztami działań).**

Nie dotyczy.

- 5.4. **Metoda realizacji (indykatoryjna)**

Zarządzanie scentralizowane

bezpośrednio przez Komisję

pośrednio przez:

agencje wykonawcze

ustanowione przez Wspólnotę organy określone w art. 185 rozporządzenia finansowego

krajowe organy sektora publicznego/organy pełniące misję służby publicznej

Zarządzanie dzielone lub zdecentralizowane

z państwami członkowskimi

z krajami trzecimi

Zarządzanie wspólne z organizacjami międzynarodowymi (należy wyszczególnić)

Uwagi:

6. MONITOROWANIE I OCENA

6.1. System monitorowania

Regularne sprawozdania z posiedzeń Komitetu będą przygotowywane i rozsyłane do państw członkowskich i służb Komisji.

6.2. Ocena

6.2.1. Ocena ex ante

Nie dotyczy.

6.2.2. Działania podjęte w wyniku oceny pośredniej/ex post (wnioski wyciągnięte z podobnych doświadczeń w przeszłości)

Nie dotyczy.

6.2.3. Warunki i częstotliwość przyszłych ocen.

Ocena działalności Komitetu zostanie dokonana po 5 latach.

7. ŚRODKI ZWALCZANIA NADUŻYĆ FINANSOWYCH

Nie dotyczy.

8. SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE DOTYCZĄCE ZASOBÓW

8.1. Cele wniosku z uwzględnieniem ich kosztu finansowego

Środki na zobowiązania w mln EUR (do 3 miejsc po przecinku)

(Należy wskazać cele, działania i realizacje)	Rodzaj realizacji	Średni koszt	Rok n (2011)		Rok n+1 (2012)		Rok n+2 (2013)		Rok n+3 (2014)		Rok n+4 (2015)		Rok n+5 i później (2016 i później)		RAZEM	
			Liczba realizacji	Koszt całkowity	Liczba realizacji	Koszt całkowity	Liczba realizacji	Koszt całkowity	Liczba realizacji	Koszt całkowity	Liczba realizacji	Koszt całkowity	Liczba realizacji	Koszt całkowity	Liczba realizacji	Koszt całkowity
CEL OPERACYJNY NR 1 ³⁴																
Działanie 1: Komitet ds. Nieuczciwych Postanowień w Umowach Konsumentów																
Realizacja	Liczba posiedzeń		3	0,060	3	0,060	3	0,060	3	0,060	3	0,060	3	0,060	18	0,360
Realizacja 2																
Działanie 2....																

³⁴

Zgodnie z opisem w pkt 5.3

Realizacja 1																
Suma cząstkowa Cel 1																
CEL OPERACYJNY NR.2 1...																
Działanie 1....																
Realizacja 1																
Suma cząstkowa Cel 2																
CEL OPERACYJNY NR. n 1																
Suma cząstkowa Cel n																
KOSZT OGÓLEM																

8.2. Wydatki administracyjne

8.2.1. Liczba i rodzaj pracowników

Rodzaj stanowiska		Personel, któremu powierzono zarządzanie działaniem przy użyciu istniejących i/lub dodatkowych zasobów (liczba stanowisk/pelnych etatów)					
		Rok n (2011)	Rok n+1 (2012)	Rok n+2 (2013)	Rok n+3 (2014)	Rok n+4 (2015)	Rok n+5 (2016)
Urzędnicy lub pracownicy zatrudnieni na czas określony ³⁵ (XX 01 01)	A*/AD	1	1	1	1	1	1
	B*, C*/AST						
Pracownicy finansowani ³⁶ w ramach art. XX 01 02							
Inni pracownicy ³⁷ finansowani w ramach art. XX 01 04/05							
RAZEM							

8.2.2. Opis zadań związanych z działaniem

Działalność nowego komitetu procedury komitetowej („Komitet ds. Nieuczciwych Postanowień w Umowach Konsumenckich”) powołanego zgodnie z art. 39 niniejszej dyrektywy, którego zadaniem będą działania wdrażające niniejszą dyrektywę.

Koszty sesji plenarnej z udziałem jednego uczestnika z każdego z 27 państw członkowskich. Trzy posiedzenia przewidziane na rok, każde związane z kosztem 20 000 EUR. Rzeczywiste koszty posiedzeń i ich częstotliwość mogą wymagać zmian w zależności od ostatecznego kształtu dyrektywy po jej przyjęciu przez Radę i Parlament.

Zapotrzebowanie na zasoby ludzkie i administracyjne zostanie pokryte ze środków, które mogą zostać przyznane zarządzającej DG w ramach corocznej procedury przydziału środków z uwzględnieniem ograniczeń budżetowych.

8.2.3. Źródła zasobów ludzkich (stosunek pracy)

- Stanowiska obecnie przypisane do zarządzania programem, które zostaną utrzymane lub przekształcone.
- Stanowiska wstępnie przyznane w ramach rocznej strategii politycznej/wstępnego projektu budżetu (APS/PDB) na rok n
- Stanowiska, o które zostanie złożony wniosek w ramach następnej procedury APS/PDB
- Przesunięcia w ramach zasobów danej jednostki organizacyjnej (przesunięcia wewnętrzne)
- Stanowiska, których obsadzenie będzie konieczne w roku n, nieprzewidziane w APS/PDB na dany rok.

³⁵ Koszty te NIE są uwzględnione w kwocie referencyjnej.

³⁶ Koszty te NIE są uwzględnione w kwocie referencyjnej.

³⁷ Koszty te są uwzględnione w kwocie referencyjnej.

8.2.4. *Inne wydatki administracyjne uwzględnione w kwocie referencyjnej (XX 01 04/05 – wydatki na administrację i zarządzanie)*

mln EUR (do 3 miejsc po przecinku)

Pozycja w budżecie (numer i treść)	Rok n	Rok n+1	Rok n+2	Rok n+3	Rok n+4	Rok n+5 i później	RAZEM
1 Pomoc techniczna i administracyjna (w tym powiązane koszty personelu)							
Agencje wykonawcze ³⁸							
Inna pomoc techniczna i administracyjna							
- wewnętrzna							
- zewnętrzna							
Pomoc techniczna i administracyjna ogółem							

8.2.5. *Koszt finansowy zasobów ludzkich i powiązane koszty nieuwzględnione w kwocie referencyjnej*

mln EUR (do 3 miejsc po przecinku)

Rodzaj zasobów ludzkich	Rok n (2011)	Rok n+1 (2012)	Rok n+2 (2013)	Rok n+3 (2014)	Rok n+4 (2015)	Rok n+5 i później (2016 i później)
Urzędnicy i pracownicy zatrudnieni na czas określony (XX 01 01)	0,117	0,117	0,117	0,117	0,117	0,117
Pracownicy finansowani w ramach artykułu XX 01 02 (personel pomocniczy, oddelegowani eksperci krajowi (END), personel kontraktowy itp.) (należy określić pozycję w budżecie)						
Koszt zasobów ludzkich i koszty powiązane (nieuwzględnione w kwocie referencyjnej) ogółem						

³⁸ Należy odnieść się do oceny skutków finansowych regulacji dla danej agencji wykonawczej/danych agencji wykonawczych.

Kalkulacja – *urzędnicy i pracownicy zatrudnieni na czas określony*

Stawka 117 000 EUR/pracowników, do określenia ilościowych kosztów, jak zasugerowano w wytycznych BUDG

Kalkulacja – *pracownicy finansowani w ramach art. XX 01 02*

[...]

8.2.6. *Inne wydatki administracyjne nieuwzględnione w kwocie referencyjnej*

mln EUR (do 3 miejsc po przecinku)

	Rok n (2011)	Rok n+1 (2012)	Rok n+2 (2013)	Rok n+3 (2014)	Rok n+4 (2015)	Rok n+5 i później (2016 i później)	RAZEM
XX 01 02 11 01 – podróże służbowe							
XX 01 02 11 02 – spotkania i konferencje							
XX 01 02 11 03 – komitety	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,360
XX 01 02 11 04 – badania i konsultacje							
XX 01 02 11 05 – systemy informatyczne							
2 Inne wydatki na zarządzanie ogółem (XX 01 02 11)	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,360
3 Inne wydatki o charakterze administracyjnym (należy wskazać jakie, odnosząc się do pozycji w budżecie)							
Ogółem wydatki administracyjne inne niż wydatki na zasoby ludzkie i powiązane koszty (nieuwzględnione w kwocie referencyjnej)	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,060	0,360

Kalkulacja – *inne wydatki administracyjne nieuwzględnione w kwocie referencyjnej*

[...]

Zapotrzebowanie na zasoby ludzkie i administracyjne zostanie pokryte ze środków, które mogą zostać przyznane zarządzającej DG w ramach corocznej procedury przydziału środków z uwzględnieniem ograniczeń budżetowych.