



Zbyszko Krojenka

Prawa e-konsumenta

Euro-Label to znak potwierdzający realizację przez e-sprzedawcę praw należnych konsumentowi na terenie Unii Europejskiej. Tym znakiem mogą się posługiwać jedynie witryny internetowe, które zostały pozytywnie zweryfikowane odnośnie realizacji w praktyce postanowień Europejskiego Kodeksu Postępowania w handlu elektronicznym. Kodeks składa się z 12 artykułów. W tym numerze przedstawiony zostanie opis pierwszych sześciu artykułów Kodeksu, ich praktyczne zastosowanie wraz z odniesieniem do prawodawstwa polskiego.

Artykuł 1. Informacje o firmie.

Jest to obszar często zaniewany nawet przez największe i najbardziej znane witryny internetowe. Często zawęża się go do przedstawienia standardowych informacji o witrynie, opisywanych w Ustawie z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, takich jak: nazwa firmy, adres siedziby, adresy korespondencyjne. Tymczasem w prawodawstwie polskim obszar ten reguluje Ustawa z 14 lutego 2003 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych, która przez powyższą informację rozumie: oznaczenie/nazwę firmy; jej siedzibę i adres; numer, pod którym jest wpisana do właściwego rejestru dla prowadzonej działalności (wraz z oznaczeniem organu rejestrowego); numer identyfikacji podatkowej; statystyczny numer REGON, a także imiona i nazwiska osób wchodzących w skład organów zarządzających, prokurentów lub pełnomocników firmy oraz główny przedmiot działalności gospodarczej.

Artykuł 2. Informacje na temat ochrony danych osobowych.

Zapewnienie ochrony wymagane Ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych wraz z późniejszymi zmianami oraz aktami wykonawczymi dotyczy nie tylko baz na serwerze obsługującym konsumenta, ale także bardzo często aplikacji sprzedażnej, która posługuje się zewnętrznymi plikami *cookies*. Należy pamiętać, by zawartość plików, które mogą zawierać dane osobowe klienta, miały zaszyfrowaną zawartość. Szyfrowanie dotyczy także transmisji danych osobowych.

Artykuł 3. Poprzedzające umowę informacje o sprzedawanych produktach.

Europejski Kodeks Postępowania jako wymagane informacje o produkcie wymienia:

- zasadnicze cechy jakościowe (nazwa, charakter, itp.) i ilościowe (wymiary, waga, ilość, itp.), z uwzględnieniem – jeżeli dotyczy – informacji na temat potencjalnych zagrożeń związanych z produktem,
- istniejące gwarancje i serwis posprzedażny,
- cenę, w tym wszystkie podatki i opłaty,
- okres, w jakim dana oferta lub cena obowiązuje i – jeżeli dotyczy – zasięg geograficzny oferty,
- koszty dostawy – jeżeli dotyczy,
- ustawodawstwo regulujące umowę,
- środki i sposoby postępowania w przypadku ewentualnych sporów sądowych,
- warunki płatności,
- w przypadku sprzedaży na kredyt, ogólne warunki kredytu, ewentualne ograniczenia i koszty dodatkowe,
- warunki i sposoby dostawy,
- warunki anulowania umowy, jeżeli czas trwania umowy przekracza rok lub jest ona zawierana na czas nieokreślony;
- prawo do wycofania się w ramach systemu umów konsumenckich oraz opis warunków oraz sposobów i środków korzystania z takiego prawa.

Artykuł 4. Procedura zawierania umów *on-line*.

Wymagania prawne dotyczące przedstawienia konsumentowi procedury opisuje artykuł 66 Kodeksu Cywilnego, nadmieniający przy tym także, że informacja ta powinna obejmować także kodeks lub kodeksy etyczne, które przedsiębiorca stosuje.

Artykuł 5. Wykonanie umowy.

Ten obszar zwykle jest realizowany właściwie, choć często się zdarzają opóźnienia w dostawie towaru, czasami z winy przewoźnika, częściej natomiast z winy sprzedającego, o czym powinien on niezwłocznie poinformować konsumenta. Wymagane jest jednak, by okres ten nie był dłuższy niż 30 dni.

Artykuł 6. Produkty zastępcze.

Sprzedawca może na swoje własne ryzyko zaproponować konsumentowi inny niż wybrany przez niego produkt o równorzędnej wartości pieniężnej. Dostarczenie go może nastąpić wyłącznie za zgodą konsumenta. „Własne ryzyko sprzedawcy” oznacza, że w przypadku zwrotu towaru przez konsumenta wszelkie koszty związane ze zwrotem towaru zastępczego ponosi sprzedawca.

Dalszy ciąg w następnym numerze „e-Faktów”.