KANCELARIA ADWOKACKA TOMASZ WASZKIEWICZ

15 - 094 BIAŁYSTOK, ul. M. SKŁODOWSKIEJ-CURIE 3 LOK. 13A
NIP: 966 202 39 96 REGON: 200796493
tel. + 48 690 433 085 KANCELARIA@KANCELARIAWASZKIEWICZ.PL
WWW.KANCELARIAWASZKIEWICZ.PL

ZMIANY WPROWADZONE przez ustawę o PRAWACH KONSUMENTA

(wejście w życie od 25 grudnia 2014 r.)

Ustawa o prawach konsumenta
z dnia 30 maja 2014 r.

Ustawa określa prawa przysługujące konsumentowi:

1) obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem;

2) zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa;

3) zasady i tryb wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa;

4) zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych.

Ustawa wprowadza zmiany przepisów dot. rękomi i gwarancji dot. umów B2C / B2B.

Obowiązywanie: Ustawa weszła w życie **25 grudnia 2014** r.

Do umów zawartych przed dniem wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, tj. przed 25 grudnia 2014 r. stosuje się przepisy dotychczasowe (art. 51 ustawy o prawach konsumenta).

KONSUMENT – art. 22^1 kc

1) osoba fizyczna - każdy człowiek;

2) dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową - czynność wywołująca skutek w sferze jej praw i obowiązków prawnych np.: zawarcie umowy;

3) z przedsiębiorcą.

PRODUCENT / SPRZEDAWCA / MONTER = PRZEDSIĘBIORCA - art. 43^1 kc

1) osoba fizyczna prowadząca jednoosobową działalność gospodarczą;

2) wspólnicy spółki cywilnej prowadzący działalność gospodarczą;

3) spółki osobowe np.: jawna;

4) spółki kapitałowe np.: z o.o., akcyjna;

5) dokonujące czynności prawnej we własnym imieniu;

6) w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową.

RELACJA **B2C**

KONSUMENT



MONTER



SPRZEDAWCA



PRODUCENT

RELACJA **B2B**

INNY PRZEDSIĘBIORCA



MONTER



SPRZEDAWCA



PRODUCENT

ŹRÓDŁA PRAWA

1) **Kodeks cywilny** - ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.2014.121.j.t.), w szczególności:

- przepisy części dotyczącej zobowiązań - art. od 353 do 533 kc;

- przepisy dot. umowy sprzedaży - art. 535 - 581 kc;

2) **Ustawa o prawach konsumenta** z dnia 30 maja 2014 r. (Dz.U.2014.827);

3) **Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym** z dnia 23 sierpnia 2007 r. (Dz.U.2007.171);

z chwilą wejścia w życie Ustawy o prawach konsumenta utraciły moc:

- ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r. poz. 1225);

- ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176, z późn. zm.).

TRZY ETAPY RELACJI HANDLOWEJ
B2C / B2B

ETAP PRZEDKONTRAKTOWY



ZAWARCIE UMOWY



ETAP POKONTRAKTOWY

ETAP 1
PRZEDKONTRAKTOWY

1) PRZYGOTOWANIE DO ZAWARCIA UMÓW Z: KONSUMENTAMI / PRZEDSIĘBIORCAMI;

2) REKLAMA, INFORMACJA HANDLOWA, CENNIK, etc.;

3) OFERTA.



ZWARCIE UMOWY

(etap 2)

PRZYGOTOWANIE DO ZAWARCIA UMÓW

1) należy ustalić kim jest nasz klient:

Od tego czy jest to osoba fizyczna, osoba prawna, inna jednostka, i przede wszystkim w jakim charakterze z nami współpracuje będą zależały dalsze kroki. Jeżeli jest to konsument - zgodnie z def. z art. 22^1 kc - będą miały zastosowanie dodatkowe reżimy / obowiązki wynikające z Kodeksu cywilnego i Ustawy o prawach konsumenta.

2) należy ustalić w jaki sposób nastąpi zawarcie umowy:

W lokalu przedsiębiorstwa przy obecności stron, na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

3) należy zrealizować obowiązki informacyjne wobec konsumenta wymagane ustawą o prawach konsumenta, a uzależnione od sposobu zawarcia umowy.

REKLAMA, INFORMACJA HANDLOWA, CENNIK, etc.;

1) cel:

- zwiększenie popytu;
- zachęta, przyciąganie uwagi potencjalnych klientów;
- informacja;

2) charakter:

- co do zasady skierowana do ogółu, potencjalnie dla wszystkich;
- nieprywatny charakter;
- może być zmieniona – CHYBA ŻE SKIEROWANA DO KONSUMENTA
- często zaopatrzone w wyraźne zastrzeżenie, że nie jest to oferta w rozumieniu art. 66 k.c.;

REKLAMA, INFORMACJA HANDLOWA, CENNIK

Mimo, iż co do zasady cennik, reklama, informacja handlowa o ile nie spełnia warunków stawianych ofercie, nie mają charakteru wiążącego, to w relacjach z konsumentem ulega to modyfikacji:

> ***Art. 543 Kodeksu cywilnego:*** *Wystawienie rzeczy w miejscu sprzedaży na widok publiczny z oznaczeniem ceny uważa się za ofertę sprzedaży* - jest wiążące.

Uregulowania zawarte w art. 543 k.c. odnoszą się do **tzw. oferty handlowej**.

> ***Art. 556[1] Kodeksu cywilnego:*** *§ 2. Jeżeli kupującym jest konsument, na równi z zapewnieniem sprzedawcy traktuje się publiczne zapewnienia producenta lub jego przedstawiciela, osoby, która wprowadza rzecz do obrotu w zakresie swojej działalności gospodarczej, oraz osoby, która przez umieszczenie na rzeczy sprzedanej swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego przedstawia się jako producent.*

REKLAMA, INFORMACJA HANDLOWA, CENNIK

Reklama, informacja handlowa czy cennik stanowią dla konsumenta nie tylko źródło informacji o produkcie ale pośrednio wiążą także sprzedawcę, importera czy producenta. Informacja w nich zawarta nie może zatem:

1) być nieprawdziwa;

2) być prawdziwa ale rozpowszechniania w taki sposób, że może wprowadzać w błąd;

3) wprowadzać w błąd, m.in. co do:

a) istnienia produktu, jego rodzaju i dostępności;

b) cech produktu, pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, etc.

c) obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części;

d) praw konsumenta;

e) ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej;

f) rodzaju sprzedaży.

OFERTA

Oferta zawarcia umowy musi zawierać istotne postanowienia umowy, której dotyczy, tzw.: *essentialia negotii.*

W przypadku umowy sprzedaży (art. 535 i nast. kc) będzie to:

1) oznaczenie stron umowy - kto kupuje? kto sprzedaje?

2) oznaczenie przedmiotu sprzedaży - co kupuje? co sprzedaje?

3) oznaczenie ceny lub sposobu jej ustalenia - za ile?

Pozostałe elementy jak termin i sposób wydania rzeczy, termin i sposób zapłaty, gwarancja, etc. mają treść zależną od woli stron i co do zasady nie są niezbędne.

OFERTA

Wszelkie propozycje, zapewnienia, oferty kierowane przez przedsiębiorcę do konsumenta powinny być:

1) rzetelne;

2) odpowiadające prawdzie;

3) nie agresywne;

4) przekazane w odpowiednim czasie w sposób nie pomijający / zatajający istotnych informacji mogących mieć wpływ na podjęcie decyzji przez konsumenta co do zawarcia umowy;

5) sformułowane w sposób jasny i zrozumiały oraz nie wprowadzający w błąd;

6) zgodne ze stosowanymi przez przedsiębiorcę zasadami dobrych praktyk, jeżeli w relacji z konsumentem przedsiębiorca powoływał się na nie.

ETAP 2
ZAWARCIE UMOWY

Sposób zawarcia umowy z konsumentem:

1) umowa na odległość;

2) umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa;

3) umowa “typowa”.

Dotyczy wyłącznie umów B2C:

UMOWA NA ODLEGŁOŚĆ

1) zawarta z konsumentem przez przedsiębiorcę;

2) zawarta poprzez system informatyczny, który służy zawieraniu umów na odległość;

3) bez obecności stron umowy;

4) z wyłącznym wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość.

Np.: umowy zawarte za pośrednictwem internetowych portali aukcyjnych, ogłoszeniowych, sklepów internetowych (Allegro, eBay, OLX, etc.).

UMOWA POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA

1) zawarta z konsumentem przez przedsiębiorcę;

2) decyduje miejsce, w którym doszło do nawiązania kontaktu między przedsiębiorcą a konsumentem, w tym do złożenia przez którąkolwiek ze stron oferty, a nie miejsce jej przyjęcia (zawarcia umowy).

Np.: umowy zawarte na targach, prezentacjach w hotelu, po zaproszeniu konsumenta poza lokalem przedsiębiorstwa na pokaz w siedzibie tego przedsiębiorstwa.

LOKAL PRZEDSIĘBIORSTWA:

1) miejsce prowadzenia działalności będące nieruchomością albo częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe,

2) miejsce prowadzenia działalności będące rzeczą ruchomą, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe.

UMOWA W LOKALU PRZEDSIĘBIORSTWA W OBECNOŚCI STRON

1) zwykła, typowa, zwyczajowo przyjęta forma umowy zawartej z konsumentem;

2) nie spełnia przesłanek do zakwalifikowania umowy jako zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

ETAP 3
POKONTRAKTOWY **B2C / B2B**

REKLAMACJA: postępowanie w przypadku wystąpienia wady towaru lub nieprawidłowego wykonania usługi.

RĘKOJMIA: tryb ustawowy dochodzenia odpowiedzialności od sprzedawcy (przedsiębiorcy) w związku z ujawnioną wadą fizyczną (czyli niezgodnością z umową) lub prawną kupionego towaru.

GWARANCJA: tryb umowny dochodzenia odpowiedzialności od sprzedawcy wynikający z dobrowolnego zobowiązania przedsiębiorcy udzielonego na podstawie oświadczenia gwarancyjnego.

RÓŻNICE I PODOBIEŃSTWA

1) podstawa;
2) charakter;
3) zakres przedmiotowy;
4) zakres podmiotowy;
5) zakres terytorialny;
6) czas obowiązywania;
7) prawa i obowiązki konsumenta;
8) prawa i obowiazki przedsiębiorcy;
9) zwolnienie od odpowiedzialności.

RĘKOJMIA LUB GWARANCJA
a może razem?

Art. 579 Kodeksu cywilnego:

§ 1. Kupujący może wykonywać uprawnienia z tytułu rękojmi za wady fizyczne rzeczy niezależnie od uprawnień wynikających z gwarancji.

§ 2. Wykonanie uprawnień z gwarancji nie wpływa na odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi.

§ 3. Jednakże w razie wykonywania przez kupującego uprawnień z gwarancji bieg terminu do wykonania uprawnień z tytułu rękojmi ulega zawieszeniu z dniem zawiadomienia sprzedawcy o wadzie. Termin ten biegnie dalej od dnia odmowy przez gwaranta wykonania obowiązków wynikających z gwarancji albo bezskutecznego upływu czasu na ich wykonanie.

WADA FIZYCZNA RZECZY

- brak właściwości rzeczy wynikających z:
  - celu oznaczonego w umowie, lub:
  - okoliczności, lub:
  - przeznaczenia rzeczy;
- brak właściwości, o których zapewniał Sprzedający;
- rzecz nie nadaje się do celu, w którym Kupujący kupił rzecz, a Sprzedawca nie zgłosił co do tego zastrzeżenia;
- rzecz została wydana w stanie niezupełnym;

Rzecz ma również wadę fizyczną, jeżeli została nieprawidłowo zamontowana i uruchomiona (przez sprzedawcę, osobę trzecią, za którą sprzedawca ponosi odpowiedzialność lub Kupującego, który działał zgodnie z instrukcją).

PRAWA Z RĘKOJMI **B2C / B2B**

1) naprawa rzeczy;

2) wymiana rzeczy;

3) obniżenie ceny;

4) odstąpienie od umowy.

Dochodzenie praw na podstawie rękojmi daje kupującemu (KONSUMENTOWI / PRZEDSIĘBIORCY):

a) możliwość zgłaszania od razu każdego z 4 roszczeń reklamacyjnych: naprawy, wymiany, obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy, gdy wada jest istotna (brak sekwencyjności);

b) prawo odstąpienia od umowy (jeśli wada będzie istotna) lub żądania obniżenia ceny, przy jednoczesnym braku możliwości sprzedawcy przeciwstawienia się temu żądaniu między innymi w sytuacji, kiedy rzecz już wcześniej była wymieniana lub naprawiana.

ZACHOWANIE KUPUJĄCEGO W PRZYPADKU RĘKOJMI **B2C / B2B**

WADA RZECZY SPRZEDANEJ

KUPUJĄCY

(konsument / przedsiębiorca)

OŚWIADCZENIE KUPUJĄCEGO

- z żądaniem usunięcia wady / wymiany;

- o obniżeniu ceny (obniżona cena powinna pozostawać w takiej proporcji do ceny z umowy, w jakiej wartość rzeczy z wadą pozostaje do wartości rzeczy bez wady);

- o odstąpieniu od umowy (chyba, że wada jest nieistotna lub sprzedawca niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności wymieni rzecz wadliwą na wolną od wad albo wadę usunie – tylko 1 raz!)

ZACHOWANIE SPRZEDAWCY W PRZYPADKU RĘKOJMI **B2C / B2B**

OŚWIADCZENIE KUPUJĄCEGO



ANALIZA SPRAWY

(14 dni na odpowiedź w przypadku Konsumenta!)



OŚWIADCZENIE SPRZEDAJĄCEGO

- odmowa uznania roszczeń z rękojmi (brak istnienia wady objętej rękojmią);

- uznanie roszczeń z rękojmi (uznanie istnienia wady, zaporoponowanie sposobu usunięcia wady / wymiany na rzecz wolną od wad – możliwe tylko 1 raz! / obniżenia ceny / odstąpienia od umowy)

PRAWA I OBOWIĄZKI PRZEDSIĘBIORCY W PRZYPADKU RĘKOJMI **B2C / B2B**

Wybór żądania należy do kupującego (KONSUMENTA / PRZEDSIĘBIORCY).

Sprzedawca może w granicach prawa nie uznać jego wyboru i zaproponować inny sposób rozpatrzenia reklamacji.

Sekwencja zdarzeń zależy od indywidualnych okoliczności faktycznych – np. od tego, czy towar był wcześniej reklamowany, od charakteru wady czy łatwości i szybkości naprawy lub wymiany towaru.

W przypadku, gdy towar z wadą był już wcześniej naprawiany, kupujący ma prawo **odstąpić od umowy (jeśli wada jest istotna) lub domagać się obniżenia ceny. Sprzedawca nie może odmówić spełnienia tych żądań.**

PRAWA I OBOWIĄZKI PRZEDSIĘBIORCY W PRZYPADKU RĘKOJMI **B2C**

Jeżeli Kupującym jest KONSUMENT:

- zamiast zaproponowanego przez Sprzedawcę usunięcia wady może żądać wymiany na rzecz wolną od wad (i odwrotnie), chyba że:

Sprzedawca może odmówić, gdy:

- sposób wskazany przez Konsumenta w porównaniu ze sposobem zaproponowanym przez Sprzedawcę jest niemożliwy do zrealizowania lub wymagałby nadmiernych kosztów.

USUNIĘCIE WADY LUB JEJ WYMIANA W PRZYPADKU RĘKOJMI **B2C / B2B**

Jeżeli kupujący ŻĄDA WYMIANY / NAPRAWY:

- Sprzedawca powinien uczynić to w rozsądnym czasie bez nadmiernych niedogodności;

- Sprzedawca może odmówić, jeżeli żądanie Kupującego jest niemożliwy do zrealizowania lub wymagałby nadmiernych kosztów;

- jeżeli kupującym jest Przedsiębiorca Sprzedawca może odmówić także wtedy, gdy wymiana / naprawa przewyższałaby cenę rzeczy sprzedanej!

DEMONTAŻ I PONOWNE ZAMONTOWANIE

Jeżeli rzecz wadliwa została zamontowana:

- Kupujący może żądać od Sprzedawcy demontażu i ponownego zamontowania po naprawie lub wymianie;

- jeżeli Sprzedawca tego nie zrobi, Kupujący jest upoważniony do dokonania tego na koszt i ryzyko Sprzedawcy;

- Sprzedawca może odmówić, jeżeli koszt przewyższa cenę rzeczy sprzedanej;

- Sprzedawca nie może odmówić, jeżeli żądanie to kieruje Konsument (wówczas Konsument ponosi koszty ponad cenę rzeczy sprzedanej).

DOSTARCZENIE RZECZY WADLIWEJ I JEJ ODBIÓR

Kupujący, jeżeli korzysta z rękojmi (odstąpienie / wymiana):

- obowiązany jest dostarczyć rzecz na koszt Sprzedającego do miejsca wynikającego z umowy lub miejsca wydania rzeczy;

- jeżeli byłoby to nadmiernie utrudnione Kupujący powinien udostępnić rzecz w miejscu gdzie się znajduje.

Sprzedawca jest zobowiązany przyjąć rzecz od Kupującego (odstąpienie / wymiana).

Jeżeli Sprzedający się spóźnia Kupujący może odesłać rzecz na koszt i ryzyko Sprzedającego.

KOSZTY RĘKOJMI W PRZYPADKU WYMIANY / NAPRAWY

Jeżeli koszt montażu i ponownego zamontowania jest wyższy od ceny sprzedanego towaru to konsument może:

a) zostać zobowiązany do poniesienia kosztów przewyższających tę cenę, lub

b) żądać od sprzedawcy zapłaty części kosztów demontażu i ponownego zamontowania do wysokości ceny sprzedanego towaru i dokonać tych czynności we własnym zakresie.

Art. 561³ Kodeksu cywilnego: *Z zastrzeżeniem art. 561¹ § 2 i 3 koszty wymiany lub naprawy ponosi sprzedawca. W szczególności obejmuje to koszty demontażu i dostarczenia rzeczy, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.*

ODSTĄPIENIE OD UMOWY W PRZYPADKU RĘKOJMI **B2C / B2B**

Jeżeli kupujący ODSTĘPUJE OD UMOWY (wada istotna):

- Strony zobowiązane są sobie zwrócić to co świadczyły;

- jeżeli przedmiot umowy miał być dostarczany częściami, a Sprzedawca nie dostarczył mimo żądania rzeczy wolnych od wad, Kupujący może odstąpić od umowy, także co do tych rzeczy, które mają być dostarczone później.

Jeżeli wady dotyczą tylko niektórych spośród rzeczy sprzedanych, uprawnienie Kupującego do odstąpienia od umowy ogranicza się do rzeczy wadliwych.

TERMINY

a) **14 dn**i – termin na odstąpienie konsumenta od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, liczony od dnia wydania towaru lub zawarcia umowy dotyczącej świadczenia usługi;

b) **14 dni** – termin na poinformowanie konsumenta o rozstrzygnięciu reklamacji złożonej z tytułu rękojmi;

c) **30 dni** – termin na wydanie towaru sprzedanego konsumentowi, chyba że z umowy wynika inny termin;

d) **6 miesięcy –** termin przedawnienia roszczeń regresowych sprzedawcy wobec producenta / importera / poprzedniego sprzedawcy;

e) **1 rok** – okres szczególnej ochrony towaru sprzedanego konsumentowi, liczony od momentu jego wydania. Jeżeli w tym okresie zostanie stwierdzona wada, przyjmuje się, że istniała w chwili przekazania rzeczy;

f) **1 rok** – termin liczony od momentu zauważenia wady, w którym należy zgłosić sprzedawcy reklamację z tytułu rękojmi i określić swoje żądania (termin przedawnienia);

g) **1 rok** - minimalny termin rękojmi w przypadku rzeczy ruchomych używanych;

h) **2 lata** – okres trwania odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu rękojmi, liczony od dnia wydania towaru - rzeczy ruchomej;

i) **5 lat** - w przypadku nieruchomości.

TERMINY RĘKOJMIA B2C / B2B

- odpowiedzialność z tytułu rękojmi to 2 lata ruchomości) 5 lat (nieruchomości) liczone od wydania rzeczy;
- 1 rok – to termin na wniesienie roszczenia o usunięcie wady / wymianę (jeżeli konsument to nie wcześniej niż przed zakończeniem 2 lat od wydania rzeczy);
- 1 rok – to termin na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy / obniżeniu ceny;
- jeżeli przed tym Kupujący żądał wymiany / usunięcia wady – termin na oświadczenia biegnie od upływu terminu do naprawy / wymiany;

TERMINY RĘKOJMIA B2C / B2B

Upływ terminu do stwierdzenia wady **nie wyłącza** wykonania uprawnień z tytułu rękojmi, jeżeli sprzedawca wadę podstępnie zataił.

Jeżeli wszczęto proces / postępowanie arbitrażowe / mediację – terminy do wykonania rękojmi ulegają zawieszeniu.

TERMINY RĘKOJMIA B2B

Między przedsiębiorcami Kupujący traci uprawnienia z rękojmi, jeżeli nie zbadał rzeczy w czasie i sposób przyjęty przy rzeczach tego rodzaju i nie zawiadomił niezwłocznie o wadzie.

Chyba, że sprzedawca wadę podstępnie zataił lub zapewnił Kupującego, że wady nie istnieją.

ZWOLNIENIE OD ODPOWIEDZIALNOŚCI

- jeżeli Kupujący wiedział o wadzie rzeczy w chwili zawierania umowy;

- jeżeli rzeczy mają powstać w przyszłości (po zawarciu umowy), zwolnienie Sprzedającego z rękojmi następuje, gdy Kupujący wiedział o wadzie rzeczy w chwili jej wydania (nie dotyczy to konsumenta);

- sprzedawca nie jest odpowiedzialny względem kupującego – konsumenta za publiczne zapewnienia o właściwościach rzeczy złożone przez producenta, jego przedstawiciela, etc., jeżeli ich nie znał / nie mógł znać / nie wpłynęły one na decyzję Kupującego.

MODYFIKACJA ZAKRESU RĘKOJMI

- wyłączenie / ograniczenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest możliwe tylko między przedsiębiorcami.

Wyłączenie lub ograniczenie odpowiedzialności jest jednak bezskuteczne, jeżeli Sprzedawca zataił wadę podstępnie przed Kupującym.

INNE PODSTAWY ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORCY

1) odpowiedzialność *ex delicto* - 415 kc;

2) odpowiedzialność za towar niebezpieczny - 449^1 kc;

3) odpowiedzialność *ex contractu* - 471 kc;

4) wady oświadczenia woli - art. 82 i nast. Kc;

5) wyzysk - 388 kc;

6) odpowiedzialność odszkodowawcza z art. 566 i 574 kc (koszty zawarcia umowy / odebrania / przewozu / ubezpieczenia / nakładów);

7) quasi regres – art. 576^1 kc i nast.

PYTANIA

1) co konsument może reklamować, a czego nie może?

2) co to jest wada fizyczna i prawna?

3) co to jest niezgodność towaru z umową z konsumentem?

4) czy każda wada może być reklamowana?

5) koszty reklamacji - kto ponosi?

6) czy klient musi mieć paragon, fakturę, umowę (dowód dokonania zakupu)?

7) w jaki sposób odpowiadać na reklamację?

8) czy można reklamować naprawy w ramach reklamacji?

9) czy można reklamować usługi np.: montaż?

10) jak uniknąć / ograniczyć odpowiedzialność z rękojmi?