

Inspekcja Handlowa

– mediacje między konsumentem a przedsiębiorcą



Fot. Depositphotos, AndreyPopov

Sytuacje, w których zakupiony towar lub usługa nie spełniają oczekiwań konsumenta są niezwykle powszechne i mogą przytrafić się każdemu. Niezadowolony konsument czy też przedsiębiorca, który pragnie tworzyć stałe relacje z klientami, a nie znajduje przesłanek do reklamacji, zamiast występowania na drogę sądową (najkosztowniejszy i najbardziej angażujący sposób rozwiązywania sporów) może zwrócić się ku coraz popularniejszym pozasądowym metodom rozwiązywania sporów.

10 stycznia 2017 r. weszły w życie przepisy ustawy z 23 września 2016 r. o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich (Dz.U. z 2016 r. poz.1823), które stanowią ramy do rozwiązywania sporów wynikających z umów cywilnoprawnych na gruncie konsument – przedsiębiorca. Z powyższego reżimu wyłączono m.in. postępowania reklamacyjne, rozpatrywanie skarg konsumenckich przez przedsiębiorcę oraz bezpośrednie negocjacje między konsumentem a przedsiębiorcą. Inspekcja Handlowa rozpatrywać będzie wszystkie spory, za wyjątkiem tych, które dotyczą typowego sektora gospodarki (np. telekomunikacja, usługi finansowe, transportowe, energetyka). Postępowanie będzie co do zasady bezpłatne i będzie prowadzone przez pracownika Inspekcji wyznaczonego przez Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej.

Co ciekawe, wpływ Inspekcji Handlowej na kształtowanie sporu cywilnoprawnego będzie zależał wyłącznie od stron konfliktu i może polegać na:

- pomocy w zbliżeniu stanowisk stron w celu rozwiązania sporu przez strony – tutaj Inspekcja Handlowa działa jak niezależny mediator, który ułatwia stronom kontakt, lecz nie wskazuje konkretnego rozwiązania (mediacja);
- przedstawieniu stronom propozycji rozwiązania sporu – w tym przypadku Inspekcja Handlowa po wysłuchaniu stron wskaże propozycję, która nie będzie jednak prawnie wiążąca. Strony mogą się więc na nią zdecydować lub nie i w ten sposób zakończyć postępowanie (koncyliacja).

Aby rozpocząć mediację należy o nią zawniekskować do właściwego ze względu na miejsce wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorcy Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej (pisemnie, poprzez pocztę elektroniczną lub e-PUAP). We wniosku tym należy wskazać strony kon-

fliktu, określić żądanie oraz wskazać rodzaj postępowania (mediacja albo koncyliacja). Do wniosku należy dołączyć również opis okoliczności sprawy, informacje dotyczące dotychczasowego przebiegu sporu oraz kopie posiadanych przez wnioskodawcę dokumentów potwierdzających informacje zawarte we wniosku. Do rozpoczęcia mediacji niezbędna jest zgoda obu stron. Zatem w przypadku jej braku wyrażonym wprost w określonym terminie albo braku wystosowania jakiegokolwiek odpowiedzi czy też późniejszego wycofania się z postępowania przez którąś ze stron, postępowanie kończy się.

Mediacja jest prowadzona w sposób poufny przez pracowników Inspekcji Handlowej, którzy posiadają niezbędne doświadczenie i wiedzę z zakresu prawa. Są oni zobowiązani do przeprowadzenia jej w sposób niezależny i bezstronny. Co istotne, osoby te są wynagradzane z budżetu państwa, a ich wynagrodzenie jest niezależne od wyniku postępowań. Modelowo postępowanie mediacyjne powinno trwać 90 dni kalendarzowych, licząc od dnia otrzymania przez Inspekcję Handlową kompletnego wniosku. Niemniej, w skomplikowanych sprawach czas ten może się wydłużyć.

Nie ma nigdzie ściśle określonego sposobu, w jaki ma być prowadzona mediacja, stąd też bardzo często zależy to od samych stron. Mediacja może odbywać się w obecności obu stron w Wojewódzkim Inspektoracie Inspekcji Handlowej lub w siedzibie przedsiębiorcy, ale może też być prowadzona korespondencyjnie.

Obowiązki przedsiębiorcy

Mimo że korzystanie z pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich jest dobrowolne, na przedsiębiorców zostały nałożone szczególne obowiązki. Przede wszystkim, jeżeli reklamacja konsumenta

została odrzucona, przedsiębiorca powinien poinformować o zamiarze wystąpienia z wnioskiem o pozasądowe rozwiązanie sporu albo zgodzie na udział w takim postępowaniu, albo odmowie wzięcia udziału w postępowaniu. Jeśli przedsiębiorca nie złożył żadnego oświadczenia, uznaje się, że automatycznie wyraził zgodę na udział w postępowaniu. Ponadto, jeżeli przedsiębiorca zobowiązał się do pozasądowego rozwiązywania sporów z konsumentami, musi wyraźnie wskazać właściwą do tego Inspekcję na swojej stronie internetowej oraz w treści umów zawieranych z konsumentami. Kolejny wymóg wynika z prawa wspólnotowego, które zobowiązuje przedsiębiorcę prowadzącego sprzedaż internetową do zamieszczenia na swojej stronie linku do platformy umożliwiającej rozwiązanie sporu online. Obowiązek ten dotyczy nawet przedsiębiorcy, który nie wyraża zgody na udział w pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich.

Pozasądowe metody rozwiązywania sporów są coraz częściej wybieraną alternatywą dla postępowań sądowych. Znajduje to odzwierciedlenie w najnowszej legislacji, między innymi we wspomnianych powyżej aktach prawnych. Ustawodawca wprowadzając opisywane zmiany, ma na celu rozpowszechnienie tego sposobu rozwiązywania kwestii spornych między konsumentami a przedsiębiorcami ze względu na jego większą szybkość i niższe koszty. Jednak najważniejsze jest, aby konsumenci i przedsiębiorcy, którzy stają w obliczu konfliktu, mogli osiągnąć satysfakcjonujące dla obu stron rezultaty i po wyjaśnieniu dzielących ich kwestii powrócić do budowania trwałych relacji rynkowych.

Sabina Kornacka-Wieteska, Associate,
oraz Tomasz Kaczyński, Partner
w Praktyce Life Sciences
kancelarii Domański Zakrzewski Palinka