ADRES DO WYSYŁKI

Warszawskie Zakłady Sprzętu
Ortopedycznego S.A.
Al. Bohaterów Września 9
02-389 Warszawa

…… (miejscowość, data)

FORMULARZ ZWROTU TOWARU

NUMER ZAMÓWIENIA…… NUMER FAKTURY/PARAGONU……

IMIĘ i NAZWISKO……

ADRES……
……

TELEFON…… E-MAIL……

Proszę o zwrot pieniędzy na rachunek bankowy:
(zwrot możliwy jest jedynie na rachunek bankowy Klienta)
NAZWA BANKU:……

Numer rachunku:

NAZWA TOWARU	ILOŚĆ	CENA

Uwagi:……
……

Oświadczam, że zakupiony towar zgodnie z art. 27 z dnia 30 maja 2014 o prawach konsumenta zwracam w stanie niezmienionym i nieużywanym. Do przesyłki dołączam dokument sprzedaży niezbędny do realizacji procesu zwrotu.

……
(podpis)

ZAŁĄCZNIK - ZAKRES UPRAWNIEŃ KONSUMENTA

Zgodnie z obowiązującymi ogólnymi przepisami dotyczącymi zawierania umów na odległość, Klient ma prawo do zwrotu towaru w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty dostarczenia zamówionego towaru, bez podania przyczyn w ramach odstąpienia od umowy.

Opisane prawo do odstąpienia od umowy nie służy w wypadkach określonych w art. 38 ustawy o prawach konsumenta. Mianowicie, jak wynika z art. 38 pkt 5 tej ustawy, nie przysługuje ono w odniesieniu do umów, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

Zgodnie z art. 96 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. nr 126 poz. 1381 z późn. zm.), produkty lecznicze oraz wyroby medyczne nie podlegają zwrotowi.

Wyjątkiem są sytuacje, gdy:

- *produkt posiada wadę jakościową,*
- *produkt został wydany błędnie (niezgodnie z zamówieniem).*

****

Jeżeli towar jest niezgodny z umową, konsument może żądać jego naprawy lub wymiany.

Przedsiębiorca może dokonać wymiany, gdy konsument żąda naprawy, lub przedsiębiorca może dokonać naprawy, gdy konsument żąda wymiany, jeżeli doprowadzenie do zgodności towaru z umową w sposób wybrany przez konsumenta jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów dla przedsiębiorcy. Jeżeli naprawa i wymiana są niemożliwe lub wymagałyby nadmiernych kosztów dla przedsiębiorcy, może on odmówić doprowadzenia towaru do zgodności z umową.

Przy ocenie nadmierności kosztów dla przedsiębiorcy uwzględnia się wszelkie okoliczności sprawy, w szczególności znaczenie braku zgodności towaru z umową, wartość towaru zgodnego z umową oraz nadmierne niedogodności dla konsumenta powstałe wskutek zmiany sposobu doprowadzenia towaru do zgodności z umową.

Przedsiębiorca dokonuje naprawy lub wymiany w rozsądnym czasie od chwili, w której przedsiębiorca został poinformowany przez konsumenta o braku zgodności z umową, i bez nadmiernych niedogodności dla konsumenta, uwzględniając specyfikę towaru oraz cel, w jakim konsument go nabył. Koszty naprawy lub wymiany, w tym w szczególności koszty opłat pocztowych, przewozu, robocizny i materiałów, ponosi przedsiębiorca.

Konsument udostępnia przedsiębiorcy towar podlegający naprawie lub wymianie. Przedsiębiorca odbiera od konsumenta towar na swój koszt.

Jeżeli towar został zamontowany przed ujawnieniem się braku zgodności towaru z umową, przedsiębiorca demontuje towar oraz montuje go ponownie po dokonaniu naprawy lub wymiany albo zleca wykonanie tych czynności na swój koszt.

Konsument nie jest zobowiązany do zapłaty za zwykłe korzystanie z towaru, który następnie został wymieniony.

****

Dyrektywa 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotycząca przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej) z dnia 12 lipca 2002 r. (Dz.Urz.UE.L Nr 201, str. 37)

Artykuł 13. Komunikaty niezamówione

1.Używanie automatycznych systemów wywołujących i systemów łączności bez ludzkiej ingerencji (automatyczne urządzenia wywołujące), faksów lub poczty elektronicznej do celów marketingu bezpośredniego może być dozwolone jedynie wobec abonentów lub użytkowników, którzy uprzednio wyrazili na to zgodę.
2.W przypadku gdy osoba fizyczna lub prawna otrzymuje od swoich klientów szczegółowe elektroniczne dane kontaktowe dotyczące kontaktu z nimi za pomocą poczty elektronicznej, w kontekście sprzedaży produktu lub usługi, zgodnie z dyrektywą 95/46/WE, ta sama osoba fizyczna lub prawna może używać tych szczegółowych elektronicznych danych kontaktowych na potrzeby marketingu bezpośredniego swoich własnych podobnych produktów lub usług, pod warunkiem że klienci zostali jasno i wyraźnie poinformowani o możliwości sprzeciwienia się, w prosty i wolny od opłat sposób, takiemu wykorzystywaniu elektronicznych danych kontaktowych w chwili ich pobierania oraz przy każdej okazji otrzymywania wiadomości, w przypadku klientów, którzy początkowo nie sprzeciwili się takiemu wykorzystywaniu.