Miejski Rzecznik Konsumentów

URZĄD MIASTA TYCHY

Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Opiniuję pozytywnie:

/-/Prezydent Miasta Tychy
mgr inż. Andrzej Dziuba

Katarzyna Szostak-Zjawiony

Spis treści

I. Struktura i organizacja biura rzecznika....2

II. Realizacja ustawowych zadań rzecznika 3

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów....4

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów 7

3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi 9

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów 10

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów 12

6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym 12

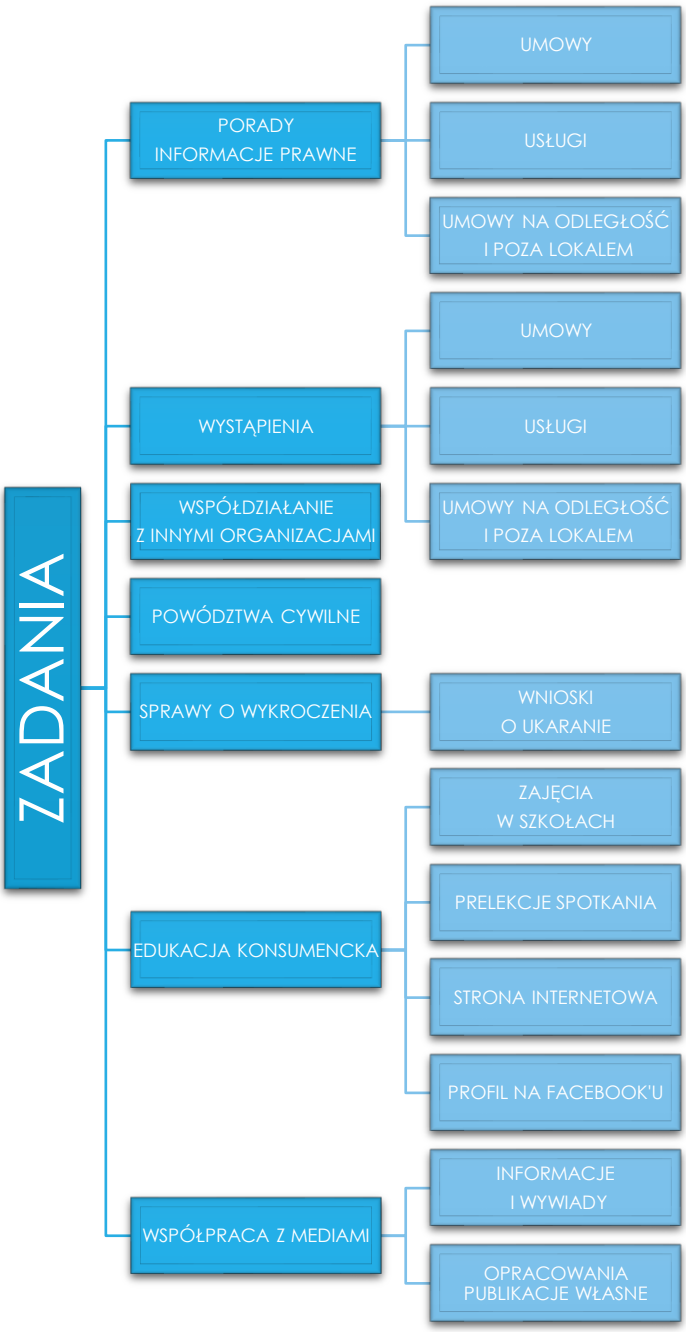
III. Wnioski końcowe....17

I. Struktura i organizacja biura rzecznika

Województwo	*śląskie*
Miasto/Powiat	*Tychy*
PRK/ MRK	*Miejski Rzecznik Konsumentów*
Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	*Katarzyna Szostak – Zjawiony*
Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	*wyższe prawnicze*
Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). *Proszę napisać TAK lub NIE.*	*TAK*
Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura. *Proszę napisać TAK lub NIE.*	*TAK*
Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. *Proszę napisać TAK lub NIE.*	*TAK*
Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika.	*2*

II. Realizacja ustawowych zadań rzecznika

Schemat opracowania sprawozdania



1. **Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów**

Forma udzielanych porad i informacji w czasie pandemii

W związku z nadzwyczajną sytuacją pandemiczną koniecznym stało się zmodyfikowanie dotychczasowego sposobu udzielania porad i informacji prawnych.

W omawianym okresie funkcjonowanie biura rzecznika tymczasowo ograniczono (od 16 marca do 2 czerwca 2020 roku – wstrzymano obsługę osobistą). Po wznowieniu obsługi (3 czerwca 2020 roku), obowiązkowe było noszenie maseczki oraz obsługa klientów w rękawiczkach jednorazowych. Ponadto, wydział został wyposażony w dodatkową osłonę oddzielającą klientów od pracowników.

Kierując się bezpieczeństwem pracowników i klientów, od czerwca 2020 roku zmianie uległ sposób udzielania porad ustnych w wydziale. Spotkanie z pracownikiem możliwe jest wyłącznie po uprzednim uzgodnieniu terminu. Taka forma spotkań umożliwia nam zapobieżenie powstawaniu kolejek przed wejściem do biura oraz zapewnia regularne wietrzenie pomieszczeń pomiędzy wizytami klientów.

Poza poradami udzielanymi w opisanej powyżej formie, dużym zainteresowaniem cieszą się pozostałe formy kontaktu z rzecznikiem: pisemne, elektroniczne, za pośrednictwem platformy ePuap bądź za pośrednictwem komunikatora Messenger.

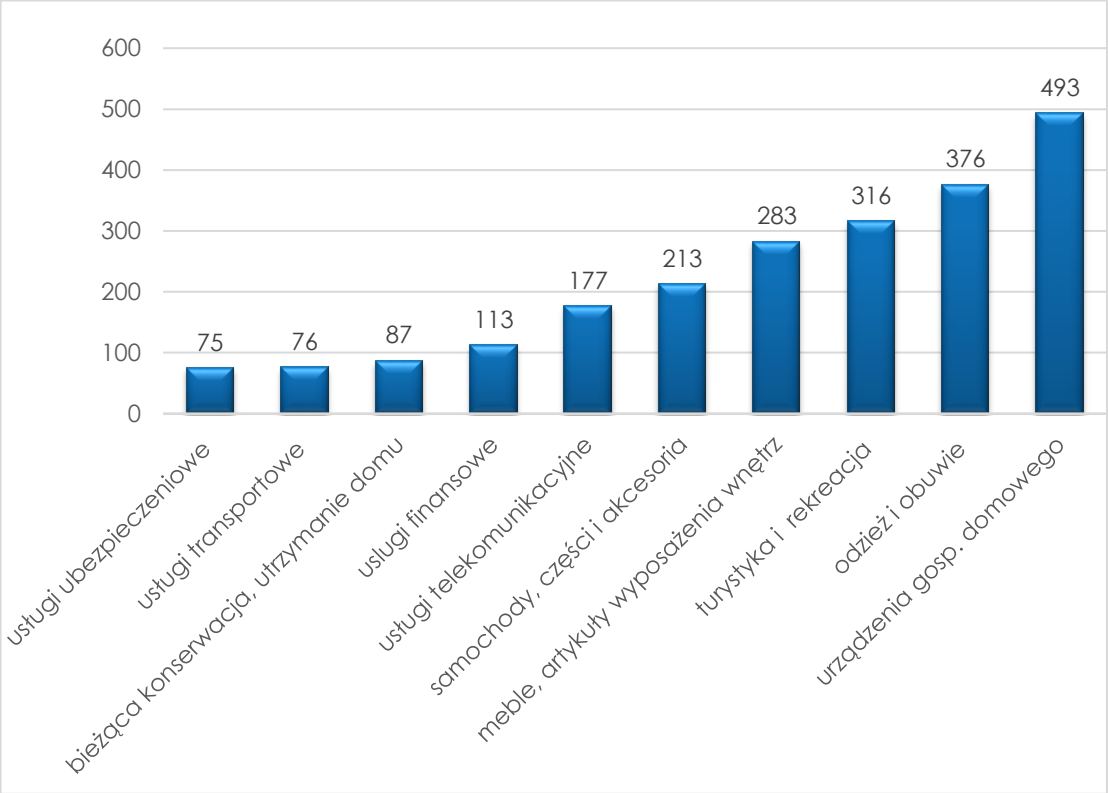
Statystyka

689 więcej porad

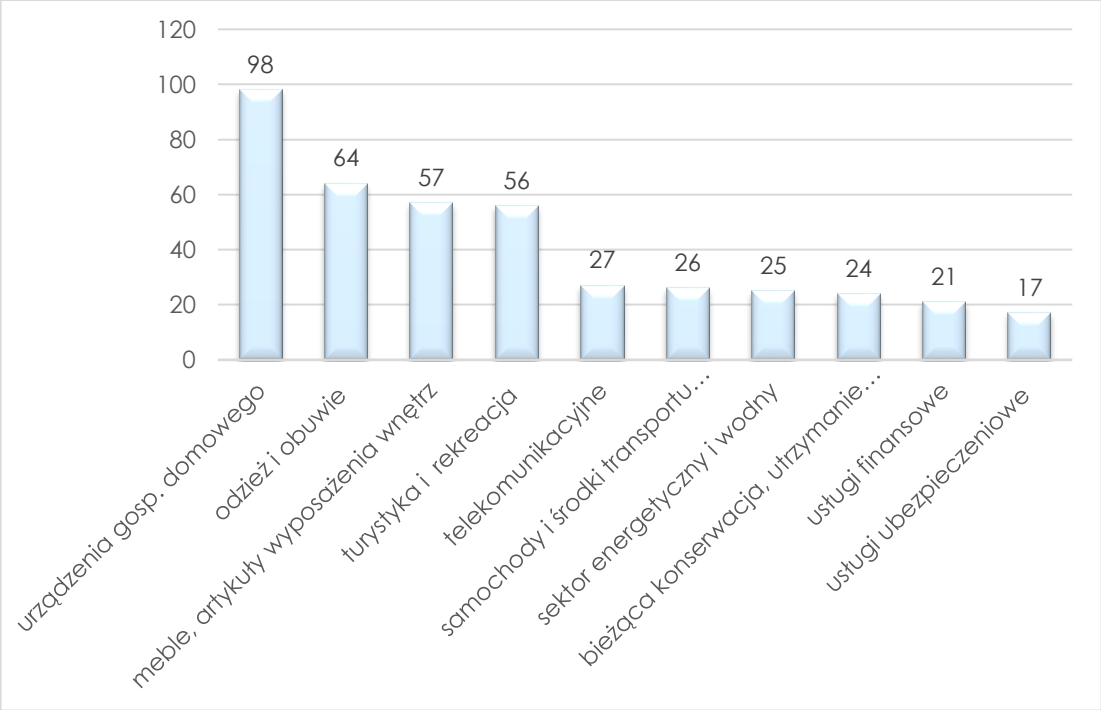
Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach udzielił w roku ubiegłym **3.184 porady (w roku 2019 – 2.495 porady)**. Odnotowano zatem znaczny **wzrost** udzielonych porad w stosunku do roku poprzedniego. W porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie.

Przedmiot ustnych porad i informacji prawnych

Niezmiennie od wielu lat najczęściej zgłaszane skargi konsumentów dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży sprzętu RTV i AGD, odzieży i obuwia, wyposażenia mieszkania czy motoryzacji. W zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług telekomunikacyjnych, finansowych oraz ubezpieczeniowych. Warto zwrócić uwagę na ponad czterokrotny wzrost porad udzielonych w zakresie usług turystycznych – 372 porady (88 porad w 2019 roku).



Wykres nr 1: Porady ustne w 2020 roku
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 2: Porady pisemne w 2020 roku
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

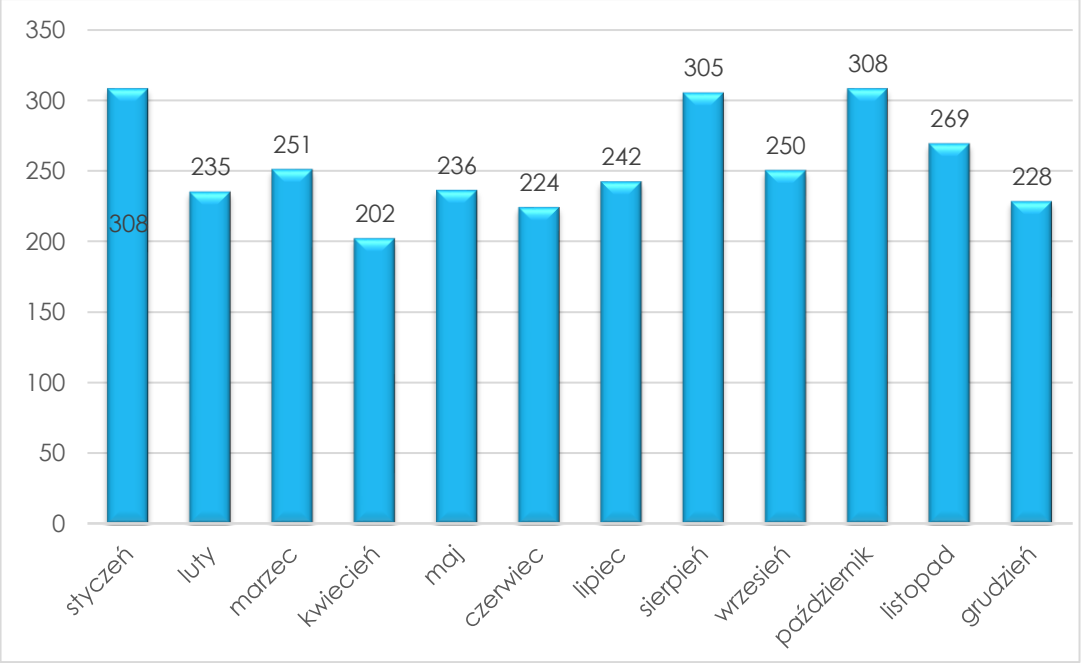
300 skarg miesięcznie

14 porad dziennie

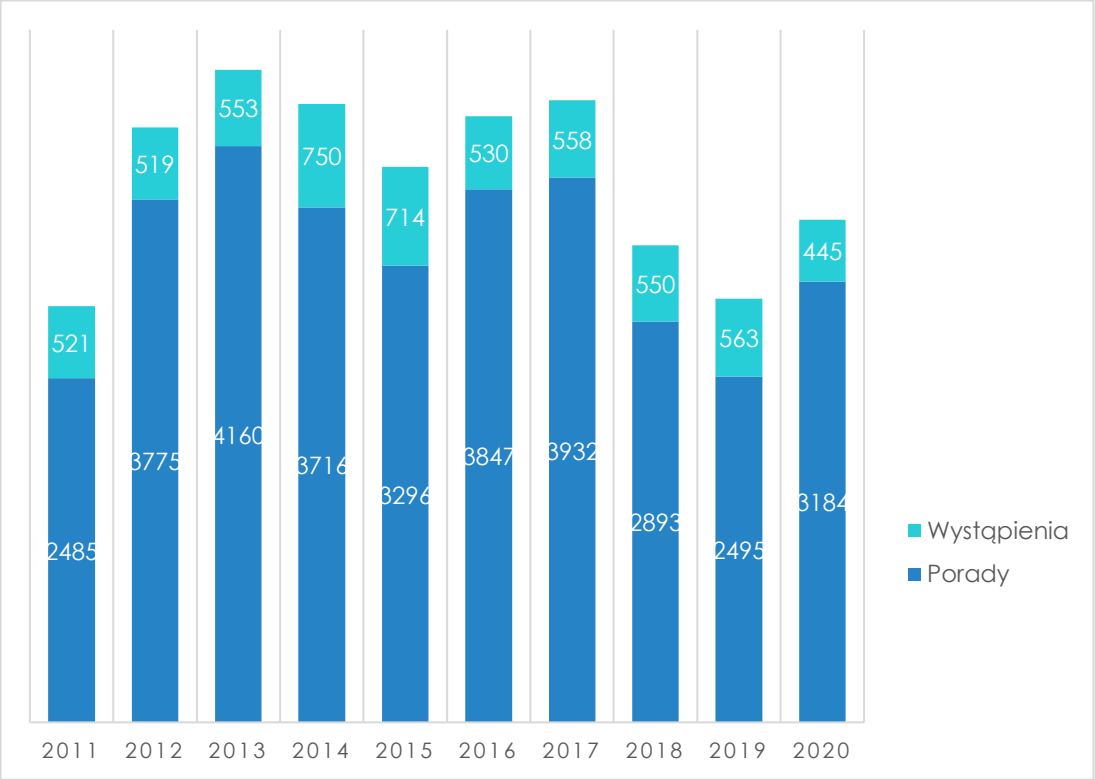
Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2020 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **300 skarg**, co stanowi średnio **14 skarg obsługiwanych** przez pracowników **każdego dnia.**

miesiąc	porady pisemne	porady ustne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	51	173	46	**270**
luty	46	178	55	**279**
marzec	34	177	28	**239**
kwiecień	21	224	22	**267**
maj	33	304	21	**358**
czerwiec	45	233	40	**318**
lipiec	49	247	46	**342**
sierpień	40	229	44	**313**
wrzesień	47	199	45	**291**
październik	57	230	38	**325**
listopad	39	239	27	**305**
grudzień	35	254	33	**322**
SUMA	**497**	**2687**	**445**	**3629**

Tabela nr 1: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 3: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy 2020 roku
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 4: Ilość skarg w latach 2011 - 2020 roku
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

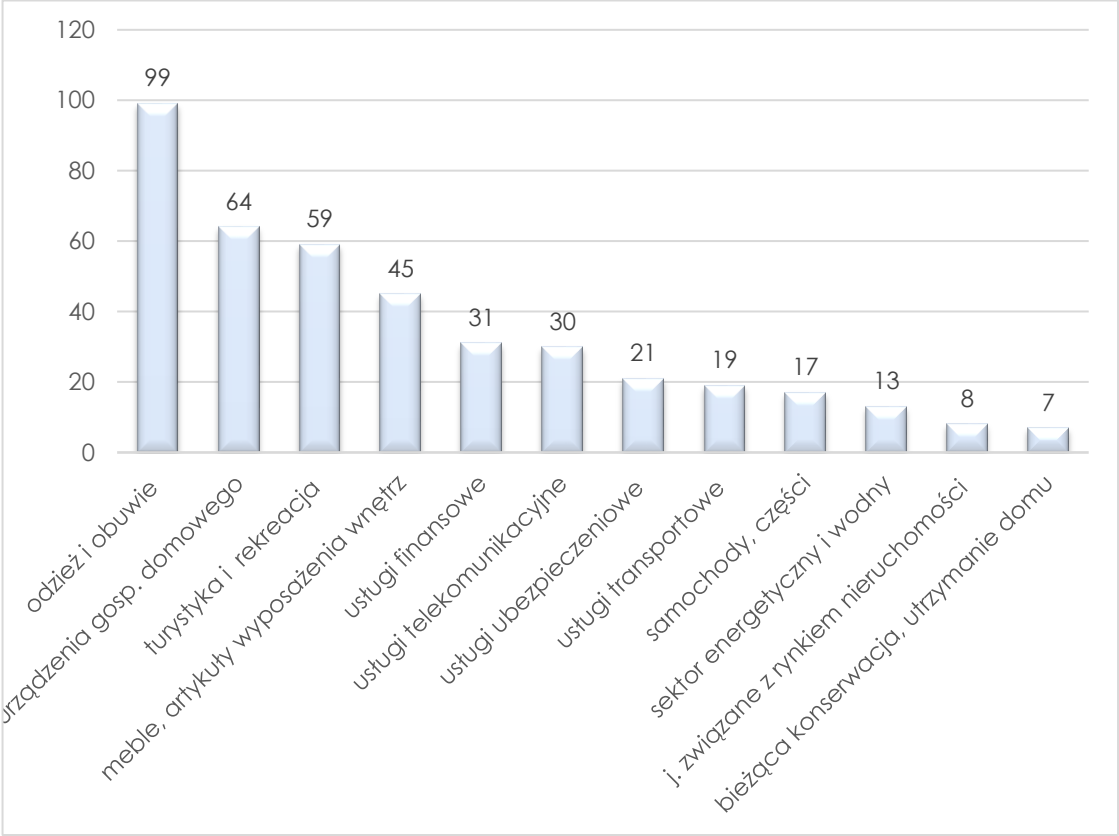
2. **Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów**

Forma przyjmowania wniosków

W związku z wdrożonymi obostrzeniami wnioski o interwencje przyjmowano w tradycyjnej formie pisemnej bądź za pośrednictwem platformy ePuap. Celem zminimalizowania ryzyka zakażeń, wizyty osobiste w biurze ograniczono do sytuacji, w której złożenie skargi w trybie na odległość było niemożliwe.

Przedmiot wystąpień

Podobnie do struktury porad, składane przez konsumentów wnioski o interwencję rzecznika dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży odzieży i obuwia, sprzętu RTV i AGD oraz wyposażenia mieszkania. Co do jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług transportowych, przewozowych, finansowych, ubezpieczeniowych oraz telekomunikacyjnych. Porównywalnie do liczby udzielonych porad, odnotowano ponad trzykrotny wzrost skarg z zakresu usług turystycznych.



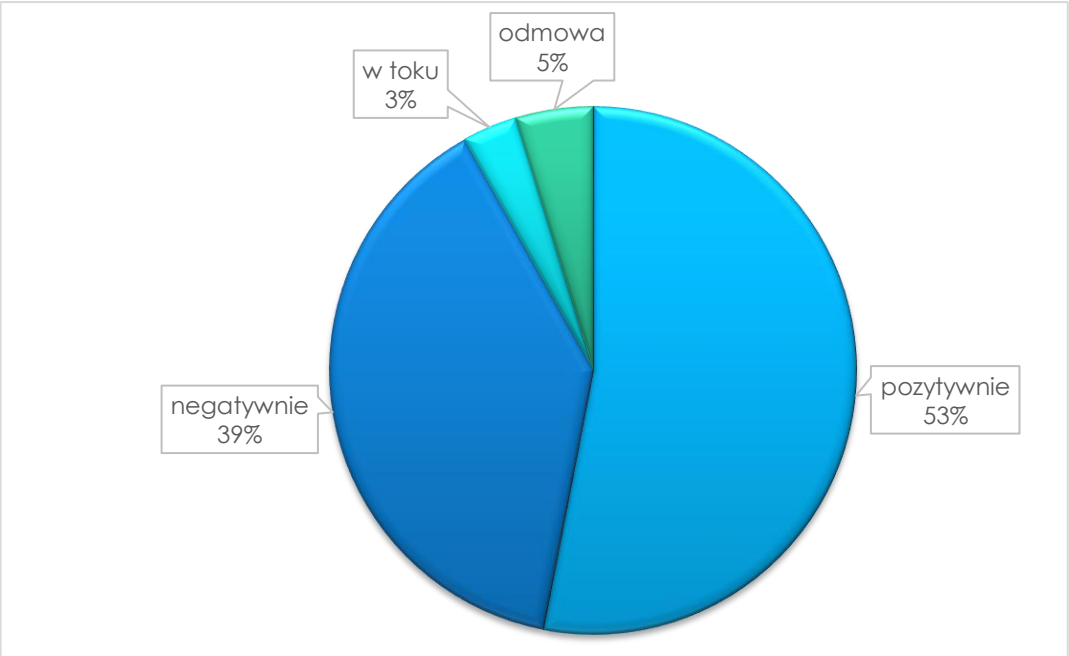
Wykres nr 5: Przedmiot wystąpień w roku 2020
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Statystyka

W roku sprawozdawczym rzecznik skierował łącznie **445 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas, gdy w roku ubiegłym wszczęto 563 postępowania.

53 % spraw zakończonych sukcesem

Ponownie zadowalający jest wynik prowadzonych spraw. W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w 53%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania. W 39% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia. 3% spraw nadal jest w toku, natomiast w kolejnych 5% skarg odmówiono interwencji z uwagi na brak właściwości miejscowej bądź rzeczowej rzecznika.



Wykres nr 6: Wynik postepowań prowadzonych w 2020 roku
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

3. **Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi**

Przekazanie

Zgodnie z właściwością rzeczową przekazano innym współpracującym instytucjom, tj. Wojewódzkim Delegaturom Inspekcji Handlowych – 3 sprawy, Komisji Nadzoru Finansowego – 1 sprawa, Rzecznikowi Finansowemu – 3 sprawy.

Zawiadomienia do UOKiK

W roku 2020, złożono **6 zawiadomień do UOKiK** w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców postanowień uznanych za niedozwolone. Zgłoszenia dotyczyły również podejrzenia stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, które mogły jednocześnie stanowić naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.
W trzech sprawach Prezes Urzędu wszczął postępowania wyjaśniające. W kolejnej odmówiono przeprowadzenia postępowania nie stwierdzając nieprawidłowości. W pozostałych dwóch sprawach brak informacji o sposobie zakończenia postępowania.

Sporne opłaty parkingowe

Kilkadziesiąt skarg konsumentów dotyczyło spółki zarządzającej płatnymi parkingami usytuowanymi w większości w okolicy sklepów wielkopowierzchniowych.
Zastrzeżenia dotyczyły nieuwzględniania reklamacji klientów składanych w zakresie nałożonych opłat dodatkowych za rzekomy brak posiadania biletu parkingowego uprawniającego do czasowego darmowego postoju.

Wcześniejsza spłata kredytu a rozliczenie kredytu

Prezes UOKiK podzielił również wątpliwości rzecznika w zakresie braku respektowania przez jeden z banków obowiązujących przepisów dotyczących rozliczania kosztów związanych z wcześniejszą spłatą kredytu konsumenckiego. W korespondencji z rzecznikiem bank każdorazowo nie uznawał przytaczanych argumentów, w tym treści wyroku Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 11 września 2019 roku w sprawie C-383/18 oraz wspólnego stanowiska Prezesa UOKiK i Rzecznika Finansowego z 16 maja 2016 roku i 2 marca 2020 roku, co skłoniło rzecznika do złożenia zawiadomienia.

Opłaty za wypożyczenie hulajnóg

Jedno z zawiadomień dotyczyło również firmy zajmującej się wynajmem hulajnóg. Oceniono, że zgromadzona w sprawie dokumentacja, w szczególności publikowana przez przedsiębiorcę reklama, może wprowadzać konsumentów w błąd co do faktycznych skutków zawarcia umowy. Wątpliwości dotyczyły przede wszystkim okresu obowiązywania umowy/subskrypcji oraz związanych z nimi rzeczywistych kosztów.

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów

31 pozwów i innych pism procesowych

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2020 roku przygotowano dla konsumentów 31 pozwów i innych pism procesowych. Część spraw dotyczyło nienależytego wykonania usług turystycznych, remontowo - budowlanych oraz reklamacji towarów. Pomoc rzecznika polegała również na przygotowaniu konsumentom szeregu sprzeciwów/zarzutów w sprawach finansowych zmierzających do renegocjacji umów pożyczek i kredytów bądź zawarcia ugody.

Powtarzały się również powództwa z zakresu rozliczenia umów sprzedaży towarów z branży odzieżowej, motoryzacyjnej, meblarskiej oraz zawartych w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa, na tzw. pokazach.

Poniżej przedstawiamy przykładowe sprawy, które znalazły swój finał w sądzie.

Wcześniejsza spłata a rozliczenie kredytu

Każdego roku do biura rzecznika trafiają skargi dotyczące nieprawidłowego rozliczenia umów z zakresu usług finansowych. Częstokroć spór dotyczy zawyżania kosztów kredytów. Warta uwagi jest sprawa tyszanina, od którego jedna z firm pożyczkowych żądała zapłaty kilku tysięcy złotych. Po wniesionym sprzeciwie i podniesionym zarzucie zastosowania nadmiernych, ponadustawowych kosztów kredytu, powództwo zostało w całości oddalone. Tyszanin zwrócił firmie pożyczkowej jedynie tyle, ile pożyczył.

Rozliczenie opłat abonamentowych

Podobnie, za niezasadne uznano żądanie zasądzenia na rzecz operatora telekomunikacyjnego ponadtysięcznej kary umownej z tytułu braku spłaty przez konsumentkę opłat abonamentowych. Wskazywany przez konsumentkę przy wsparciu rzecznika i ostatecznie potwierdzony przez sąd pieniężny charakter świadczenia, wykluczył możliwość obciążenia pozwanej karą umowną.

Usługi turystyczne

Odwołane wyjazdy

W roku pandemii, z uwagi na brak możliwości świadczenia usług turystycznych w dotychczasowym zakresie, ogromna ilość skarg dotyczyła rozliczenia niewykonanych umów. Część konsumentów, po nieskutecznym zakończeniu postepowań polubownych, zdecydowała się na skierowanie sprawy na drogę sądową. Do oceny sądu pozostanie ustalenie czy w chwili złożenia przez konsumentów oświadczenia o odstąpieniu od umowy w miejscu docelowym lub jego najbliższym sąsiedztwie wystąpiły nieuniknione i nadzwyczajne okoliczności mające znaczący wpływ na realizację imprezy turystycznej lub przewóz podróżnych do miejsca docelowego, o których mowa w art. 47 ust. 4 ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych. Przyznanie przez sąd zaistnienia tychże okoliczności potwierdzi skuteczność złożonych przez konsumentów oświadczeń oraz umożliwi bezkosztowe rozwiązanie umów.

Na dzień sporządzenia sprawozdania, nie otrzymaliśmy informacji zwrotnej o wyniku toczących się postępowań sądowych.

5. **Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów**

Podstawa prawna

Brak ustosunkowania się przez przedsiębiorcę do treści wystąpienia rzecznika stanowi wykroczenie z art. 114 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 roku.

Bezczynność profesjonalisty w tym zakresie stanowi podstawę złożenia przez rzecznika do sądu wniosku o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny w trybie wynikającym z Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia.

Rozwiązanie pośrednie

Wzorem lat ubiegłych, w przypadku braku udzielenia przez przedsiębiorcę wyjaśnień w odpowiedzi na wystąpienie rzecznika, przed skierowaniem wniosku o ukaranie do sądu, w ramach pomocy prawnej, złożono **12 wniosków o przesłuchanie przedsiębiorcy przez policję**.

W większości przypadków, działania policji okazywały się być wystarczające do osiągnięcia celu postępowania rzecznika, tj. uzyskania wyjaśnień przedsiębiorcy, a nierzadko do zakończenia postępowania wyjaśniającego z korzyścią dla konsumenta.

Statystyka

W 2020 roku w **3 sprawach** wystąpiono do organów ścigania z wnioskami o ukaranie. **Jedno** z postępowań zostało **wstrzymane** w związku z osiągnieciem celu postępowania rzecznika w postaci złożenia wyjaśnień przez przedsiębiorcę i zawarcia ugody z konsumentem. W **2 sprawach** postępowanie jest **w toku**.

6. **Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym**

Edukacja szkolna

Z uwagi na odmienne okoliczności, zarządzoną w pandemii naukę zdalną w szkołach, koniecznym stało się również zmodyfikowanie dotychczasowej formy realizowanego zadania.

Zamiast spotkań bezpośrednich z uczniami, zdecydowano o przygotowaniu prelekcji rzecznika w formie zdalnej. W tym celu pracownica biura wraz z rzecznikiem nagrała 45 minutowe wystąpienie o tematyce konsumenckiej dotyczące w szczególności procedury reklamacyjnej towarów i usług oraz umów zawieranych na odległość. Podczas wystąpienia wspomniano również o niezwykle ważnym aspekcie zawierania umów przez internet, jakim jest zapewnienie bezpieczeństwa transakcji oraz ochrona danych osobowych.

Ostatecznie, przedstawiciele 9 szkół zgłosili chęć wykorzystania nagrania w ramach nauki zdalnej. Przed zamknięciem placówek oświatowych przeprowadziliśmy jedno dwugodzinne spotkanie z uczniami tyskiej szkoły.

Senior pod szczególną ochroną

Wspólne działania z przedstawicielami Dziennego Domu Pomocy Społecznej WRZOS w Tychach zaowocowały przygotowaniem cyklu nagrań dotyczących bezpieczeństwa, skierowanych w szczególności do seniorów. Przygotowane 4 filmy edukacyjne odpowiadały na pytanie „Jak bezpieczne funkcjonować w czasie epidemii?"

Cykl filmów edukacyjnych dla seniorów

Pierwsze z nagrań dotyczyło zasad rezygnacji z imprez turystycznych. W drugim filmiku przybliżyliśmy seniorom zagrożenia oraz prawa konsumentów związane z zaproszeniami na pokazy oraz ofertami składanymi przez akwizytorów. Niestety narażone na oszustwa i nieuczciwe praktyki przedsiębiorców w tym zakresie, są zwłaszcza osoby starsze.

Kolejny, trzeci filmik z serii „Miejski Rzecznik Konsumentów radzi" przybliżył tematykę związaną z zakupami na odległość. Staraliśmy się znaleźć odpowiedzi na pytania: „Na co zwrócić uwagę, zanim klikniesz „Kup teraz"?, Czy mogę zrezygnować z towaru zakupionego przez internet? A co z paczkami z Chin?"

Ostatni film dotyczył spraw finansowych, często niełatwych i złożonych. Przybliżono więc jedynie wstępnie zagadnienia związane ze spłatą zobowiązań. Sprawy te wymagają jednak każdorazowo szczegółowej analizy oraz poszukiwania rozwiązań dostosowanych do potrzeb indywidualnego konsumenta.

Spotkanie w klubie seniora

Mimo pandemii, mieliśmy okazję spotkać się z członkami jednego z tyskich klubów seniora w DDPS „WRZOS" - CUS.

Podczas warsztatów rozmawialiśmy o nieuczciwych praktykach niektórych przedsiębiorców w tym szczególnym okresie pandemii. Niestety część przedstawicieli firm, wykorzystując nasze obawy o zdrowie, lęk i niepewność jutra, próbuje wzbogacić się naszym kosztem. Seniorzy chętnie dzielili się własnymi spostrzeżeniami i doświadczeniami związanymi z wakacyjnymi wyjazdami, zakupami w sieci czy pokazami organizowanymi w tyskich hotelach i restauracjach.

Chcemy wierzyć, że seniorzy, jako świadomi konsumenci podejmując racjonalne decyzje w nowej rzeczywistości zminimalizują ryzyko, nie tylko narażenia swoich finansów, ale i utraty zdrowia.

19 publikacji na stronie internetowej rzecznika

Za ważny element edukacyjny uznaję informacje publikowane na stronie internetowej rzecznika: **www.konsument.umtychy.pl.**

Pracownicy biura dokładają starań, aby zamieszczane artykuły odpowiadały aktualnym zjawiskom rynkowym i potrzebom konsumentów. W roku sprawozdawczym staraliśmy się zatem dostosować tematykę publikowanych informacji do szczególnych okoliczności pandemii.

Bezpieczne zakupy w sieci

Konieczność pozostania w domu przyczyniła się jednocześnie do wzrostu zainteresowania ofertą sklepów internetowych oraz do przeniesienia do sieci pozostałych sfer naszych codziennych aktywności. Dlatego też w przygotowanych artykułach wskazywano m.in. na zasady bezpiecznych transakcji w trybie na odległość.

Wprowadzanie w błąd

Stan epidemiczny przyczynił się także do wzrastającego lęku o zdrowie, obaw o brak dostępu do podstawowych produktów spożywczych. Sprzyjał tym samym nieuczciwym działaniom części przedsiębiorców. W efekcie niektórzy z nich wprowadzali konsumentów w błąd, informując, że oferowane produkty mogą chronić przed chorobą (fałszywe testy wykrywające COVID, handel nieistniejącymi lekami itp.). Zwracano także uwagę na pojawiające się nieuczciwe praktyki podmiotów wykorzystujących szczególne okoliczności pandemii, a polegające na zawyżaniu cen towarów pierwszej potrzeby (maseczki, płyny do dezynfekcji, artykuły spożywcze itp.).

Problem zawyżania cen

„Wakacje kredytowe"

Negatywne skutki pandemii to również ograniczenie lub utrata naszych dochodów, a nawet utrata płynności finansowej. W konsekwencji, w dłuższej perspektywie sytuacja może rzutować na brak możliwości wywiązywania się przez konsumentów z posiadanych zobowiązań na dotychczasowych zasadach. Dlatego też na stronie internetowej rzecznika konsumenci mogli zapoznać się z poradami w zakresie zmodyfikowanych zasad rozliczenia usług finansowych.

Rozliczenie umów o świadczenie usług

Nadzwyczajna sytuacja pandemii skłoniła wszystkich do poszukiwania i stosowania niekonwencjonalnych rozwiązań w zakresie odmiennego sposobu wykonania usług bądź ich rozliczenia w przypadku braku możliwości realizacji świadczenia. Sytuacja pozostaje nadal trudna i szczególna, bowiem nie jest zawiniona przez żadną ze stron. Ogromnym zainteresowaniem cieszą się zatem publikacje poruszające kwestie rozliczenia umów o uczestnictwo w imprezach turystycznych oraz umów dotyczących najmu lokali, sal na imprezy okolicznościowe (wesela, komunie itp.), a także rozliczenia czesnego za prywatny żłobek lub przedszkole w okresie zamknięcia placówek.

Prezentowana wiedza zapewnia możliwość uzyskania szybkiej i precyzyjnej informacji odnośnie koniecznych działań w ramach różnego rodzaju procedur reklamacyjnych, na ich poszczególnych etapach. Dużą popularnością cieszą się udostępnione wzory pism do pobrania i samodzielnego uzupełnienia.

Publikacje prasowe

W 2020 roku udzielono **1 wywiadu prasowego** dotyczącego budzących wątpliwości praktyk firmy zarządzającej płatnymi parkingami przy sieci dyskontów, o których wspominałam w rozdziale opisującym zawiadomienia rzecznika do UOKiK.

Profil rzecznika na Facebook'u

W tym też okresie, w kwietniu 2020 roku, utworzono profil Miejskiego Rzecznika Konsumentów na Facebook'u. Jest to pierwszy taki profil utworzony wśród rzeczników na Śląsku i prawdopodobnie 5 w kraju. Dużym zainteresowaniem cieszą się publikowane tam cyklicznie i systematycznie posty. Na uwagę zasługuje cykl porad świątecznych lub „porada dnia".

Pierwszy profil na Śląsku

O ogromnym sukcesie wydziału w tym zakresie świadczy statystyka aktywności odbiorców, liczne pozytywne komentarze, wzrastająca stale liczba „polubień" oraz osób obserwujących profil rzecznika i promujących poszczególne posty. W większości informacje publikowane w postach docierają do kilku tysięcy osób, średni zasięg publikacji na przestrzeni jednego miesiąca to ponad 5.200 osób. Na przestrzeni ostatniego miesiąca (luty 2021), profil polubiło kolejnych kilkadziesiąt osób, czyli ponad 315 % więcej do okresu poprzedniego.

Zasięg postów to nawet 11.841 osób

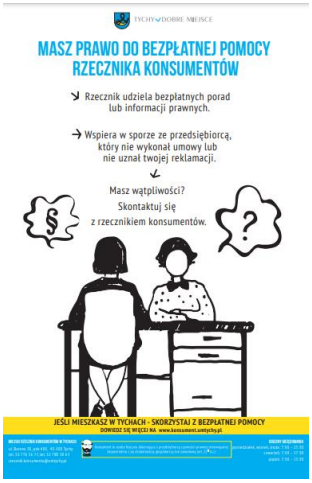
Dzięki utworzonemu profilowi na portalu społecznościowym wzrosła również liczba wyświetleń prowadzonej przez rzecznika strony internetowej (w lutym br. o 478 %).

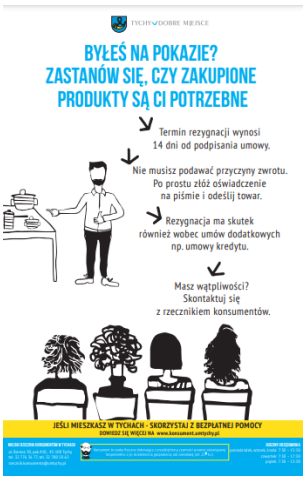
Powyższe działania znakomicie wpisują się w realizowane działania edukacyjne rzecznika, które z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

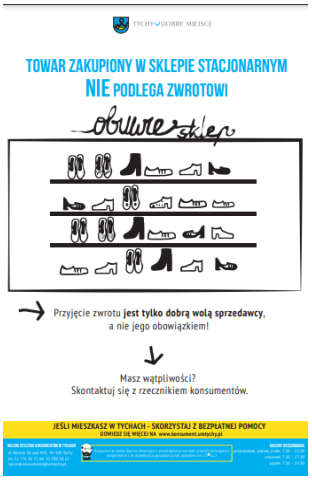
11 plakatów na przystankach miejskich

W roku sprawozdawczym, przy wsparciu Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Urzędu Miasta, przygotowaliśmy 11 plakatów edukacyjnych. Na terenie miasta, głównie na przystankach, pojawiły się nasze plakaty z informacjami z zakresu prawa konsumenckiego. Każdy z plakatów odnosił się do innej tematyki. Przykładowo, konsumenci mogli zapoznać się z zasadami reklamacji towarów, usług turystycznych, prawa odstąpienia od umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa czy też informacjami o możliwości uzyskania pomocy rzecznika konsumentów.

Przykładowe plakaty wykorzystane w kampanii







Dzień Konsumenta w Centrum Handlowym

Nie wszystkie jednak nasze zamierzenia mogły zostać zrealizowane. 14 marca 2020 roku w Centrum Handlowe Gemini w Tychach planowaliśmy spotkanie z naszymi konsumentami, którzy przy okazji zakupów mogliby uzyskać bezpłatną poradę eksperta. To niecodzienne wydarzenie miało nawiązywać do obchodzonego 15 marca Dnia Konsumenta i inaugurować kampanię edukacyjną rzecznika.

Niestety w związku z pandemią, wydarzenie zostało odwołane. Żywię jednak nadzieję, że podobne spotkanie odbędzie się w niedalekiej, bezpieczniejszej rzeczywistości.

„Proste słowo"

Warto wspomnieć o wdrożonych w roku sprawozdawczym zmianach w sposobie redagowania pism z Urzędzie Miasta Tychy.

Pierwszy Urząd w Polsce

Jesteśmy pierwszym urzędem miasta w Polsce, który rozpoczął proces wdrażania prostego słowa. Dotychczas, ponad 200 tyskich urzędników uczestniczyło w wykładach, które poprowadził językoznawca z Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego, wysłaliśmy ekspertom prawie 100 stron naszych pism do badań.

Zmiany polegają na wdrożeniu w korespondencji z mieszkańcami, jak i stronami prowadzonych postępowań, zasad „prostego języka" oraz zmianie stylu komunikacji urzędowej.

Przedstawiciele Urzędu Miasta przeprowadzili ankietę wśród mieszkańców, w której spytano czy nasze pisma, napisane są zrozumiałym językiem i czy w treści uwzględniliśmy wszystkie ważne informacje. Ponad 95% ankietowanych odpowiedziało twierdząco. Otrzymując pozytywną informację zwrotną nie tylko od mieszkańców, ale przede wszystkim od przedsiębiorców, mamy pewność lepszego

przekazu. Najbardziej cieszą bardzo pozytywne opinie profesjonalnych pełnomocników oraz przedstawicieli innych urzędów, jak UOKiK. Tematyczne uporządkowanie pisma, wydzielenie poszczególnych wątków, wyróżnienie śródtytułów, podsumowania, sprawiają, że adresat szybciej i chętniej „przebrnie" przez pismo urzędowe.

Nasze największe obawy dotyczyły pogodzenia języka prawnego i prawniczego (adresatem są głównie profesjonaliści) z uproszczonym językiem potocznym. Jak daleko można się posunąć? Jednak pewne postępowania czy podmioty wymagają przecież sformalizowanej formy komunikacji. Jak się szybko okazało, niesłusznie obawiałyśmy się zmian. Mamy nadzieję, że udało nam się pogodzić świat prawniczych formuł z językiem dostępnym dla przeciętnego odbiorcy. Z pewnością, niezrozumiały tekst, okraszony serią podstaw prawnych, może budzić frustrację, niechęć czy nawet agresję odbiorcy, tym bardziej, gdy w piśmie wspomina się jednocześnie o sankcjach.

W naszej ocenie należy odejść od władczego, nadrzędnego urzędniczego stylu redagowania pism. Przełamać tą mentalną barierę, szczególnie osób starszych, w stosunku do urzędnika, zbędnych formalności i niezrozumiałego języka. Należy zbliżyć mieszkańców do urzędu, oswoić ich z nierzadko skomplikowanymi procedurami, m.in. poprzez właściwą komunikację. W naszym wydziale staramy się również przełamywać te bariery, np. poprzez media społecznościowe, które rządzą się własnymi prawami i narzucają styl komunikacji. Na profilu rzecznika także staramy się, aby przekaz był rzeczowy, ale i prosty, łatwy w odbiorze, czasem z przymrużeniem oka i z humorem.

III. Wnioski końcowe

Ze względu na zupełnie odmienne okoliczności towarzyszące w roku sprawozdawczym, **trudno o adekwatne porównania do lat ubiegłych**. Rok miniony, jak i obecny, to konieczność odnalezienia się w zupełnie nowej rzeczywistości i poszukiwania nowych rozwiązań.

Należy natomiast pokusić się o ocenę tego, **jak sprawdziliśmy się w działaniu**, pomimo drastycznej zmiany otaczającej nas rzeczywistości.
Zważywszy na wszystkie wymienione w opracowaniu działania rzecznika oraz pracowników wydziału nasuwa się wniosek, że przede wszystkim tworzymy zgrany zespół. Pracowników cechuje duża kreatywność i elastyczność oraz pomimo trudnych okoliczności, determinacja w realizacji powierzonych obowiązków. W mojej ocenie, kluczową okazała się umiejętność dostosowania się do zmieniającej się

rzeczywistości, reagowania na zmiany oraz odnalezienie sposobu realizowania zadań w inny niż dotychczas sposób.

Pomimo niesprzyjających okoliczności, z całą pewnością **możemy się pochwalić aktywną działalnością w mediach społecznościowych, zrealizowaniem nagrań edukacyjnych oraz kampanią plakatową**.
Z całą pewnością można zatem stwierdzić, że zespół rzecznika konsumentów nie boi się nowych wyzwań. To twierdzenie odzwierciedla także decyzja o prowadzeniu profilu na portalu społecznościowym Facebook. Jak już wskazywano, **rzecznik w Tychach jako pierwszy w regionie utworzył Facebook'owy profil**. Dodatkowe, nieobowiązkowe zadanie, realizowane przez wydział, okazało się dużym sukcesem, a publikowane informacje cieszą się popularnością.

Działania te z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

Nie bez znaczenia pozostaje, że **okres pandemii wiąże się także z dynamicznymi legislacyjnymi zmianami**, dotyczącymi także prawa konsumenckiego. Śledzenie wprowadzanych zmian oraz aktualizowanie wiedzy w tym zakresie nie tylko było naszym obowiązkiem, ale także potwierdziło umiejętność sprawnego przekazywania wiedzy i informacji, także w trybie pracy zdalnej.

Co więcej, dążąc do ich wykonania, **ambitny zespół wydziału, nie zaniechał realizacji zadań, które wydawały się niemożliwe do przeprowadzenia**. I tak, w związku z zamknięciem szkół, można było uznać, że zadanie z zakresu edukacji młodzieży jest niewykonalne. Wbrew temu, zrealizowaliśmy film edukacyjny, z którego chętnie korzystali nauczyciele szkół średnich.

W roku sprawozdawczym odnotowaliśmy **znaczny wzrost porad prawnych** udzielanych telefonicznie. Wobec panującej pandemii, to zjawisko z całą pewnością nie dziwi. Wskazuje natomiast na istniejącą istotną potrzebę mieszkańców uzyskania informacji prawnych z rzetelnego źródła.

Rok sprawozdawczy to **okres dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości**, w której ustawodawca nie zawsze zdołał odpowiedzieć na potrzeby wszystkich grup społecznych, w tym konsumentów. Obecny czas wymusza na nas częstokroć konieczność szerszego spojrzenia, poza uregulowania prawne. Niejednokrotnie, ze względu na niezależne okoliczności, trudno przypisać winę w braku możliwości wywiązania się z umowy przedsiębiorcy bądź konsumentowi. Sytuacja wymaga więc szeregu kompromisów oraz wzajemnego poszanowania i zrozumienia. Rola rzecznika w obecnej rzeczywistości polega zatem na stworzeniu platformy porozumienia dla obu poszkodowanych stron postępowania.

Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że pomimo zmienionych okoliczności, w roku sprawozdawczym zrealizowano ustawowe zadania rzecznika konsumentów.

Sprawozdanie sporządziła:

***/-/* Katarzyna Szostak – Zjawiony**

Miejski Rzecznik Konsumentów

Tychy, dnia 25 marca 2021 roku

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK

porady ustne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy			c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr			Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		
a. art. żywnościowe		32			13	2		15	8			8	9	32
b. odzież i obuwie		37		69	278	23		301	2			2	1	376
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	8	24	15	47	204	28		232	2	2		4		283
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	11	25	10	46	404	38	1	443	2			2	1	493
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	6	12		18	189	5		194	1			1		213
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	2	2		4	3	5		8					1	13
g. produkty związane z opieką zdrowotną	3	5		8	30	2		32	3			3	1	45
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1	5		6	10	8		18		1		1	1	26
i. inne					9	2		11					1	12
j. związane z rynkiem nieruchomości	3			3	22	1		23	8			8	1	35
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	7			7	78		1	79	1			1		87
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					4			4						4
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					40	2		42						42
n. finansowe	42	3		45	40	5	1	46	11	1		12	9	113
o. ubezpieczeniowe					73			73	1			1	1	75
p. pocztowe i kurierskie					12	2		14	1			1		15
r. telekomunikacyjne	45	7		52	115	4		119	1			1	3	177
s. transportowe	15	4		19	13	1		14	40	1	1	42	1	76
t. turystyka i rekreacja	258	13	1	272	27	2		29	14	1		15		316
u. sektor energetyczny i wodny	9		8	17	25	1	2	28	5			5		68
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	3			3	14		1	15	2			3		21
x. edukacyjne	9	6		15	11	3		14	25			25		54
y. inne	5	3		8	17	3		20	3			3	1	32
Suma końcowa	**459**	**146**	**34**	**639**	**1631**	**137**	**6**	**1774**	**130**	**6**	**2**	**138**	**27**	**11**	**19**	**57**	**2608**

Tabela UOKiK nr 1: Porady udzielane osobiście i telefonicznie.
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK

porady pisemne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		
a. art. żywnościowe		1		1	2			4	1			1	1			1	7
b. odzież i obuwie	4	8		12	45	6		51					1			1	64
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu		4	6	10	34	13		47									57
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	2	8	7	17	68	7	1	76	1		2	3	1	1		2	98
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1			1	25			25									26
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące					2	1		1		1		1					2
g. produkty związane z opieką zdrowotną					3			3									3
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		2		2	1	1		2						1		1	5
i. inne					7			7	2			2					12
j. związane z rynkiem nieruchomości	3			3	7			7	2			2					12
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1			1	22			22	1			1					24
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					4			4									4
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					4			4									4
n. finansowe	2	2		4	12			12	3			3	2			2	21
o. ubezpieczeniowe	2		2	4	10			10	2			2		1		1	17
p. pocztowe i kurierskie					2			2	1			1					3
r. telekomunikacyjne	11	1		12	12			12					3			3	27
s. transportowe	2	1		3	2			2	6			6					11
t. turystyka i rekreacja	47	1		48	1	2		3	5			5					56
u. sektor energetyczny i wodny	4		5	9	5		1	6	3		1	4			6	6	25
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	2			2	1			1									3
x. edukacyjne	2	2		4	1			1	6			6	1			1	12
y. inne	1			1					2			2	1			1	4
Suma końcowa	84	30	20	**134**	263	32	2	**297**	33	1	3	**37**	11	3	6	**20**	**488**

Tabela UOKiK nr 2: Porady udzielane pisemnie.
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK

wystąpienia	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		
a. art. żywnościowe									1			1					1
b. odzież i obuwie	1	7		8	81	9		90	1			1					99
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu		2	1	3	28	14		42									45
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		1		1	54	8		62	1			1					64
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	2	1		3	14			14									17
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące										1		1					1
g. produkty związane z opieką zdrowotną		1		1	1			1									2
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		1		1	1	3		4									5
i. inne					3			3									3
j. związane z rynkiem nieruchomości	2			2	3			3	2			2	1			1	8
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	2			2	5			5									7
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					2			2	1			1					3
n. finansowe	19			19	5			5	3			3	4			4	31
o. ubezpieczeniowe	5			5	14			14					1		1	2	21
p. pocztowe i kurierskie					4			4									4
r. telekomunikacyjne	12	1		13	14	2		16					1			1	30
s. transportowe					4	1		5	13			13	1			1	19
t. turystyka i rekreacja	30	8		38	11			11	10			10					59
u. sektor energetyczny i wodny	2		1	3	4			4	1			1			5	5	13
w. z opieką i opieka zdrowotną	3			3													3
x. edukacyjne		1		1	1			1	1			1					3
y. inne	1			1	3	1		4									5
Suma końcowa	**79**	**23**	**2**	**104**	**252**	**38**		**290**	**34**	**1**		**35**	**8**		**6**	**14**	**443**

Tabela UOKiK nr 3: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach