



Miejski Rzecznik Konsumentów
URZĄD MIASTA TYCHY

Sprawozdanie z działalności
za 2022 rok

Opiniuję:

/--/ Prezydent Miasta Tychy
mgr inż. Andrzej Dziuba

Katarzyna Szostak-Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów

Spis treści

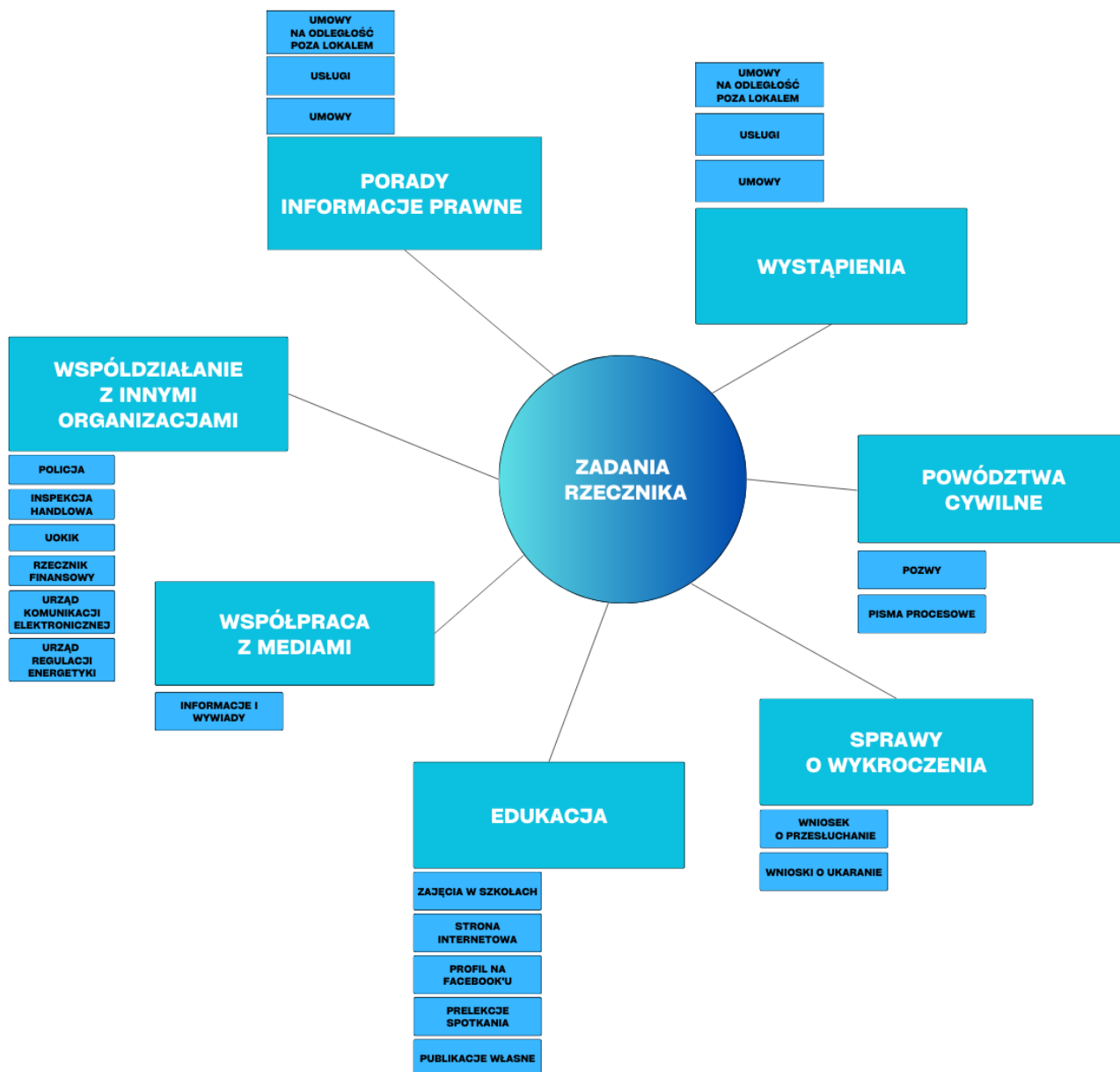
I. Struktura i organizacja biura rzecznika	3
II. Realizacja ustawowych zadań rzecznika.....	4
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	5
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	7
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	9
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów .	10
6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym	10
III. Wnioski końcowe.....	15
IV. Tabele zalecane przez UOKiK.....	19

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 w wykonywaniu obowiązków.	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

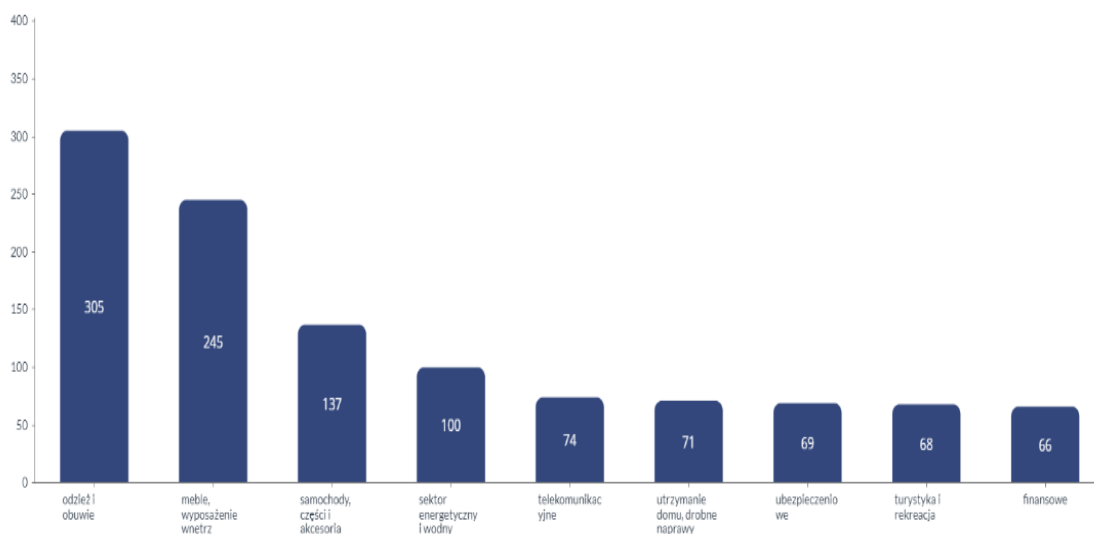
Poza poradami udzielanymi telefonicznie oraz osobiście w biurze rzecznika, dużym zainteresowaniem nadal cieszą się pozostałe formy kontaktu: pisemne, elektroniczne, za pośrednictwem platformy ePUAP bądź za pośrednictwem komunikatora Messenger.

Wzrost liczby udzielonych porad

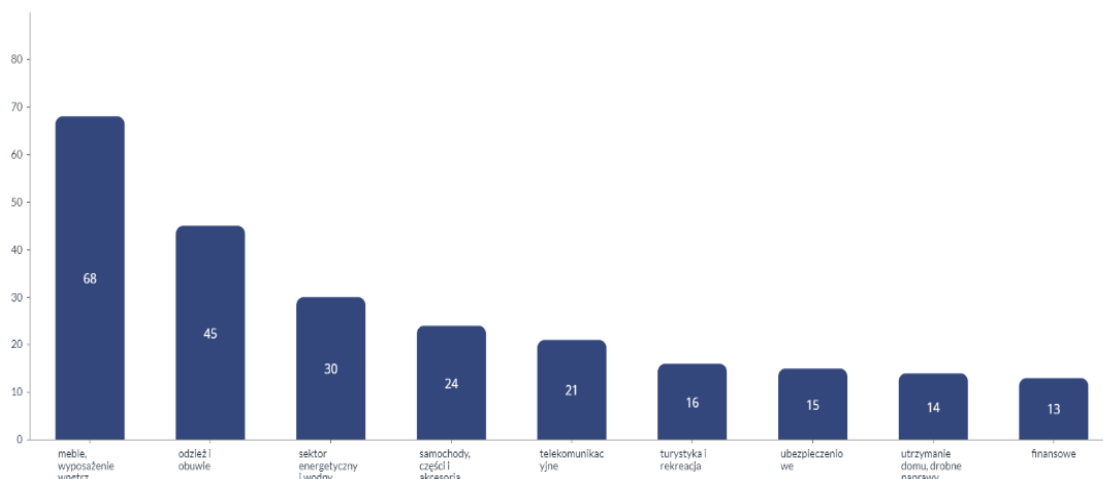
Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej pracownicy biura udzielili w roku ubiegłym **2195 porady (1791 porad ustnych, 404 porady pisemne)**, podczas gdy w roku 2021 udzielono łącznie 2184 porady). Odnotowałam zatem wzrost udzielonych porad w stosunku do roku poprzedniego. W porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie.

Niezmiennie od wielu lat najczęściej zgłaszane skargi konsumentów dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży sprzętu RTV i AGD, wyposażenia mieszkania, odzieży i obuwia czy motoryzacji. W zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług związanych z sektorem energetycznym i wodnym, usług telekomunikacyjnych oraz ubezpieczeniowych.

Przedmiot porad ustnych



Wykres 1: Porady ustne w 2022 roku

Przedmiot
porad
pisemnych

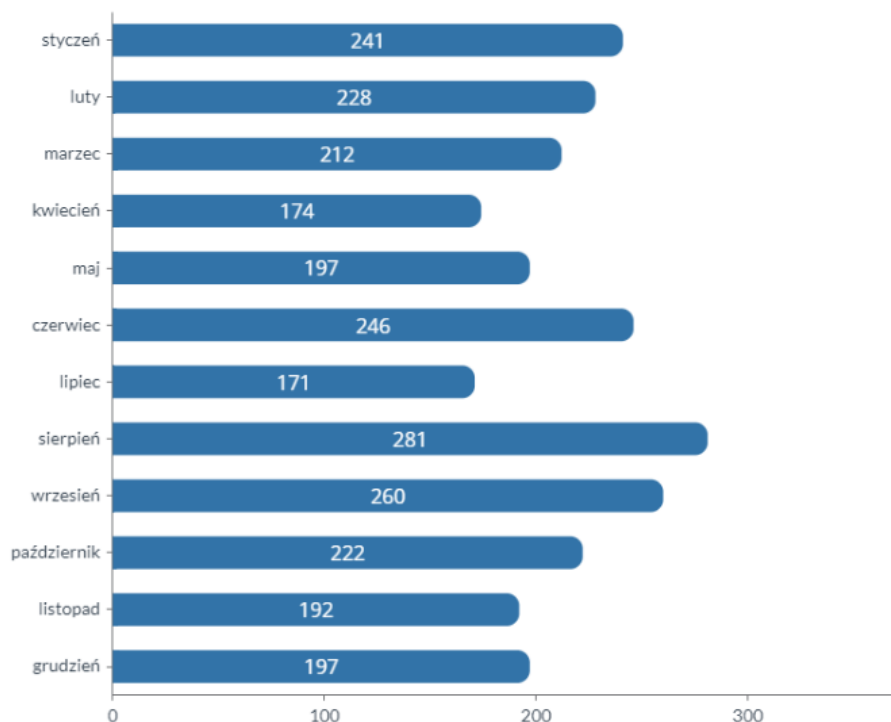
Wykres 2: Porady pisemne w 2022 roku

218 skarg
miesięcznie10 porad
dziennie

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2022 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **218 skarg**, co stanowi średnio **10 skarg dziennie**.

miesiąc	porady ustne	porady pismne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	186	27	28	241
luty	167	35	26	228
marzec	145	34	33	212
kwiecień	114	29	31	174
maj	125	34	38	197
czerwiec	176	41	29	246
lipiec	104	24	43	171
sierpień	197	43	41	281
wrzesień	179	35	46	260
październik	147	37	38	222
listopad	123	37	32	192
grudzień	128	28	41	197
SUMA	1791	404	426	2621

Tabela 1: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy



Wykres 3: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy 2022 roku

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

Forma przyjmowania wniosków

Wnioski o interwencje przyjmujemy osobiście, w tradycyjnej formie pisemnej bądź za pośrednictwem platformy ePUAP.

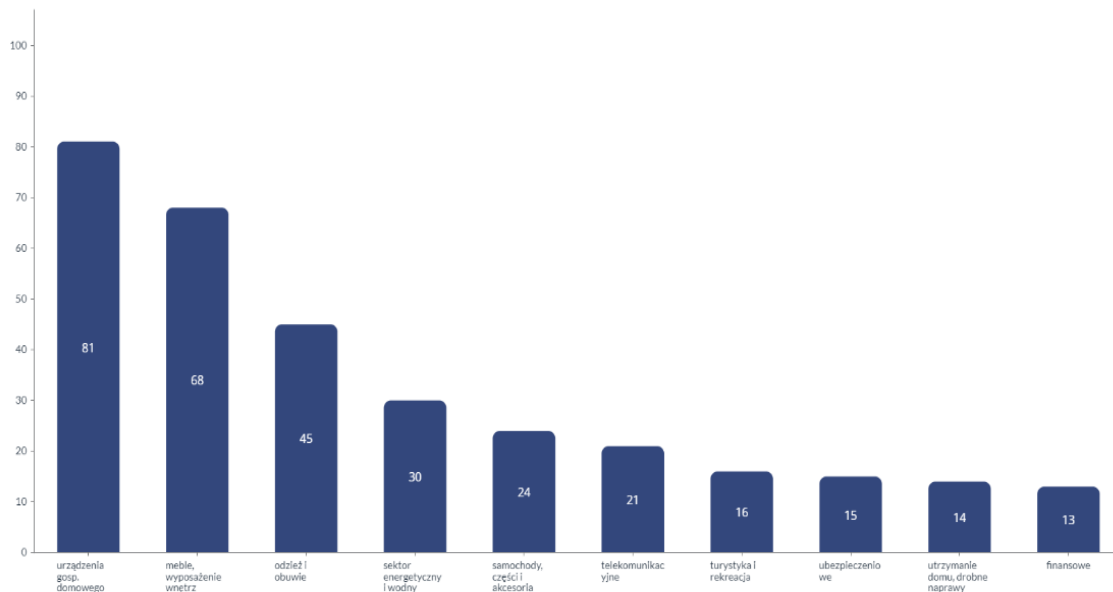
Telekomunikacja i odzież z największą liczbą skarg

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 telekomunikacyjnych, turystycznych oraz sektora energetycznego i wodnego.

Wzrost liczby wystąpień

W roku sprawozdawczym rzecznik skierował łącznie **425 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas, gdy w roku poprzednim wszczęto 424 postępowania.

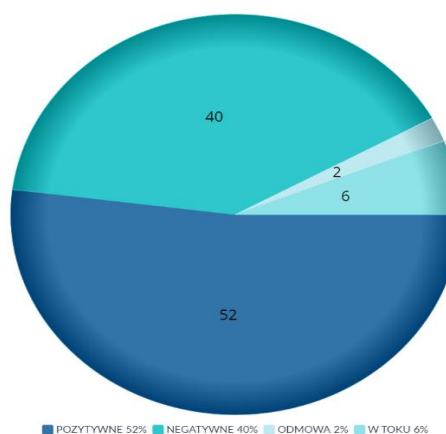
Przedmiot wystąpień



Wykres 4: Przedmiot wystąpień w 2022 roku

Wzrost spraw zakończonych sukcesem 52 %

Ponownie zadowalający jest wynik prowadzonych spraw. W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w 52%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania. W 40% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia. 6% spraw nadal jest w toku, natomiast w kolejnych 2% skarg odmówiono interwencji z uwagi na brak właściwości miejscowej bądź rzeczowej rzeczownika.



Wykres 5: Wynik postępowań prowadzonych w 2022 roku

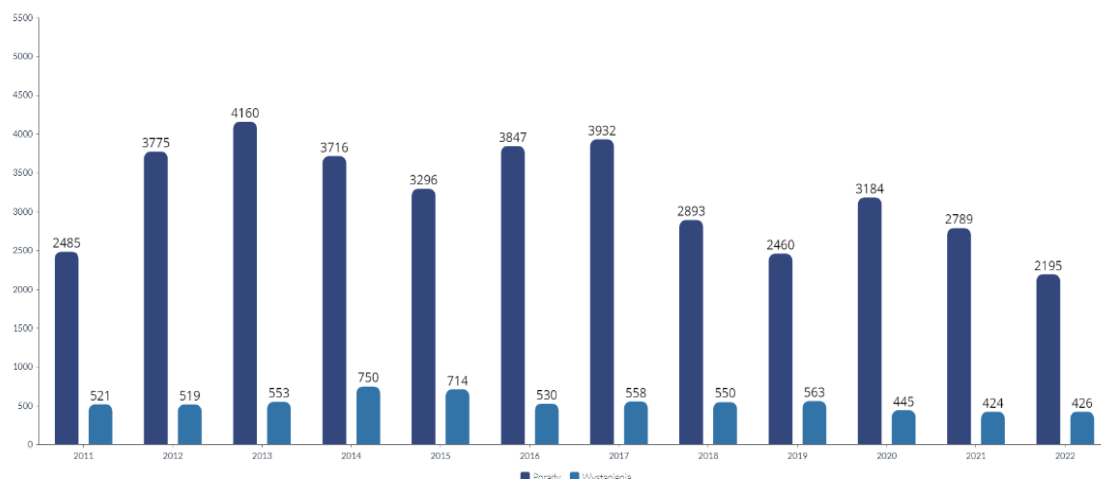


Tabela 2: Ilość spraw w latach 2011-2022

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

Przekazanie spraw innym organom

Zgodnie z właściwością rzeczową **4 sprawy przekazano** innym współpracującym instytucjom, tj. Wojewódzkim Delegaturom Inspekcji Handlowych – 3 spraw, Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów – 1 sprawę.

Zawiadomienia do UOKiK

W roku 2022, złożono 4 zawiadomienia do UOKiK. Zgłoszenia dotyczyły podejrzenia stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, które mogły jednocześnie stanowić naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

Przykładowo, przedmiotem zawiadomień było ograniczanie przez przewoźnika prawa do odszkodowania za opóźniony bagaż, ograniczanie konsumentowi przez sprzedawcę prawa wyboru trybu reklamacyjnego bądź odmowa podania klientom w rozmowach telefonicznych cen produktów i leków przez aptekarzy.

Nietuzinkowa sprawa dotyczyła również podejrzenia sprzedaży towaru silnie alergizującego, zakończona złożeniem zawiadomienia o wprowadzeniu do obrotu towaru niebezpiecznego.

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

Wzrost liczby pозwów i innych pism procesowych

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2022 roku przygotowano dla konsumentów 27 pozwy i inne pisma procesowe (poprzednio 24). Część spraw dotyczyło nienależytego wykonania umów sprzedaży mebli, artykułów wyposażenia wnętrz, odzieży oraz usług turystycznych, remontowo - budowlanych. Pomoc rzeczownika

polegała również na przygotowaniu konsumentom szeregu sprzeciwów i zarzutów w sprawach finansowych zmierzających do renegeacji umów pożyczek i kredytów bądź zawarcia ugody.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Brak ustosunkowania się przez przedsiębiorcę do treści wystąpienia rzecznika stanowi wykroczenie.

Bezczynność profesjonalisty w tym zakresie stanowi podstawę złożenia przez rzecznika wniosku o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny w trybie przewidzianym w Kodeksie postępowania w sprawach o wykroczenia.

7 wniosków o przesłuchanie

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 **7 wniosków o przesłuchanie przedsiębiorcy przez policję**.

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

1 wniosek o ukaranie

W 2022 roku tylko w **1 sprawie** wystąpiono do organów ścigania z wnioskiem o ukaranie.

6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

Edukacja konsumencka stanowi jedno z ważniejszych zadań rzecznika konsumentów. Realizowane przez rzecznika działania w tym zakresie przybierają formę bezpośrednich spotkań z konsumentami (warsztaty, konferencje, szkolenia), publikacji zamieszczanych w prasie, mediach społecznościowych, stronie internetowej rzecznika, przygotowywaniu własnych materiałów edukacyjnych (ulotek, plakatów) bądź rozpowszechnianiu publikacji innych instytucji konsumenckich.

W roku 2022 kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych.

Spotkania w tyskich szkołach

Przeprowadzono łącznie **6 spotkań (7 godzin)** o tematyce konsumenckiej w Szkole Podstawowej nr 36 i 37.

W zależności od oczekiwań uczestników, spotkanie przybiera formę prelekcji bądź warsztatów.

Tematyka zajęć każdorazowo uzgadniana jest z organizatorem spotkań, czasem podporządkowana programowi szkolnemu, w szczególności dotyczy sprzedaży konsumenckiej, zawierania umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorcy. W ramach prowadzonych zajęć rozpowszechniane są ulotki informacyjno – edukacyjne, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

Konferencja „Bezpieczny Senior w Tychach”

14 listopada 2022 roku z ogromną przyjemnością uczestniczyłam w konferencji „Bezpieczny Senior w Tychach” organizowanej przez Pana Pawła Grosmana, dyrektora Dziennego Domu Pomocy Społecznej „Wrzos” w związku z obchodami Światowego Dnia Seniora.

W konferencji uczestniczyli przedstawiciele różnych instytucji działających na rzecz bezpieczeństwa seniorów w Tychach: Dziennego Domu Pomocy Społecznej "Wrzos", Komendy Miejskiej Policji i Straży Miejskiej oraz Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej.

Spotkanie było doskonałą okazją do przybliżenia naszym seniorom zagrożeń czyhających ze strony nieuczciwych sprzedawców, jak i nierzadko nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych przez niektórych przedsiębiorców na pokazach organizowanych np. w hotelach czy restauracjach.

Stała współpraca z DDPS "Wrzos" oraz Klubem Seniora

Wzorem lat ubiegłych, kontynuowano współpracę z przedstawicielami Dziennego Domu Pomocy Społecznej "Wrzos". W 2022 roku zorganizowano łącznie 3 spotkania z podopiecznymi Domu Pomocy oraz członkami Klubu Seniora przy DDPS.

Podczas warsztatów rozmawialiśmy o niebezpieczeństwach związanych z aktywnością seniorów w internecie (cyberbezpieczeństwo). Korzystanie z nowych technologii dla wielu uczestników spotkania jest już codziennością. Seniorzy zainteresowani byli również tematyką reklamacji towarów i usług, ochroną danych osobowych oraz umowami zawieranymi na „pokazach”.

Każdorazowo, nasi seniorzy chętnie dzielą się własnymi spostrzeżeniami i doświadczeniami związanymi z wakacyjnymi wyjazdami, zakupami w sieci czy uczestnictwem w pokazach.

Edukacja w sieci

Ważnym elementem edukacyjnym są informacje publikowane na stronie internetowej rzecznika: **www.konsument.umtychy.pl**.

Pracownicy biura dokładają starań, aby zamieszczane artykuły odpowiadały aktualnym zjawiskom rynkowym i potrzebom konsumentów.

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.

W 2022 roku na stronie internetowej rzecznika opublikowano łącznie **4 artykuły**.

Działania edukacyjne za pośrednictwem profilu rzecznika na FB

Po utworzeniu w 2020 roku profilu rzecznika na portalu społecznościowym Facebook, w 2022 roku kontynuowano działania w tym zakresie. Jest to pierwszy taki profil utworzony wśród rzeczników na Śląsku i prawdopodobnie 5 w kraju.

Cykliczne publikacje znakomicie wpisują się oraz wzbogacają dotychczasowe działania edukacyjne rzecznika, które z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

Publikacje zamieszczane na profilu rzecznika na FB łącznie dotarły do 33.549 użytkowników. Największą popularnością cieszyły się informacje z zakresu finansów, szczególnie wcześniejszej spłaty kredytów (ponad 13 tysięcy wyświetleń) oraz wyliczenia zwrotu związanych z tym opłat okołokredytowych.

100 postów na Facebook'u

W 2022 roku na profilu opublikowano łącznie **100 wpisów**.

Nasz profil to nie tylko praktyczne porady i informacje, ale również raporty z różnych badań (np. jakości środków do zmywarek, proszków do prania, bezpieczeństwa zabawek dla dzieci, składu tkanin, jakości odzieży, jakości paliw na stacjach czy usług gastronomicznych itp.).

Nasi czytelnicy wykazali się także dużą aktywnością podczas organizowanych w marcu 2022 roku konkursów i quizów związanych z obchodami Światowego Dnia Konsumenta.

Przykładowe posty cyklu „Praktyczny Poradnik Wakacyjny”

W 2022 roku na profilu rzecznika pojawiły się także cykle porad, m.in dotyczących organizacji wyjazdów wakacyjnych czy bezpiecznych zakupów w trakcie black friday oraz cyber monday.



Przykładowe posty cyklu „Jak kupować i nie zwariować”



Z perspektywy czasu, z całą odpowiedzialnością można stwierdzić sukces tego przedsięwzięcia, co potwierdza każdorazowo statystyka aktywności odbiorców, liczne pozytywne komentarze, wzrastająca stale liczba osób obserwujących profil rzecznika, jak i promujących poszczególne posty.

Cykliczne publikacje znakomicie wpisują się oraz wzbogacają dotychczasowe działania edukacyjne rzecznika, które z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

Światowy Dzień Konsumenta

Podjęmowane przez pracowników biura działania z okazji obchodzonego 15 marca Światowego Dnia Konsumenta obejmowały:

Kampania „Kupuję z głową” marzec 2022

- ✓ **cykl spotkań z podopiecznymi DDPS Wrzos w Tychach oraz w Klubie Seniora przy DDPS Wrzos** (informacja o spotkaniach powyżej)

- ✓ **działania edukacyjne w sieci**

Głównym kanałem komunikacyjnym stał się, jak co roku, profil rzecznika na Facebook'u. Dla najmłodszych i nieco starszych konsumentów przygotowano rebusy i krzyżówki z nagrodami. Marcowe posty przybrały postać cyklu porad konsumenckich.

W trosce o zapewnienie procedur zgodnych z przepisami prawa zorganizowaliśmy również konkurs dla przedsiębiorców.

- ✓ **spotkanie z konsumentami w Centrum Handlowym Gemini Park Tychy**
19 marca 2022 roku

Przy okazji zakupów, w specjalnie zaaranżowanej na tą okazję przestrzeni konsumenci mieli możliwość uzyskania bezpłatnej porady pracowników biura rzecznika w Tychach z zakresu prawa konsumenckiego.

Podczas spotkania klienci dowiedzieli się m.in. jak reklamować wadliwy towar, czy można zwrócić nietrafiony prezent, co zrobić, gdy biuro podróży nie wywiązało się z umowy, jak zwrócić towar zakupiony w sklepie internetowym czy jak zrezygnować z zakupu towaru nabytego podczas tzw. „pokazu”.

Spotkanie z konsumentami w Centrum Handlowym Gemini Park Tychy



Każdy konsument, który skorzystał z konsultacji uzyskał Certyfikat Świadomego Konsumenta, ulotki edukacyjne z wielu dziedzin prawa konsumenckiego oraz upominek. W różnych miejscach centrum handlowego zamieszczono informacje z poradami z zakresu prawa konsumenckiego. Spotkanie było również okazją do zrobienia sobie zdjęcia z „dymkami” zawierającymi zabawne konsumenckie hasła.

Powyższe działania znakomicie wpisują się w realizowane działania edukacyjne rzecznika.

III. Wnioski końcowe

W roku sprawozdawczym **wzrosła zarówno liczba udzielonych porad, jak i podjętych interwencji** w indywidualnych sprawach konsumenckich.

Odnotowano również **większą aktywność w zakresie wsparcia konsumentów na etapie sądowym**. Na wnioski skarżących, przygotowywano nie tylko pisma wszczynające postępowania, ale i różnego rodzaju pisma procesowe w toku.

Dostrzegamy potrzebę większego wsparcia konsumentów w tym obszarze. Skomplikowana procedura sądowa, niestabilność prawa, znaczące zmiany legislacyjne w postępowaniu cywilnym, stanowią realne utrudnienie dla konsumentów w samodzielnej realizacji uprawnień procesowych.

Zwiększenie ilości skarg upatrujemy w podejmowanych przez rzecznika **działaniach edukacyjno – informacyjnych**, które z całym przekonaniem skutkują zwiększeniem świadomości konsumentów o możliwości uzyskania pomocy rzecznika. Cieszy nas nie tylko zainteresowanie działalnością pracowników biura, ale i otrzymywane liczne pozytywne opinie na temat uzyskanego wsparcia.

Dokonując analizy skuteczności podjętych przez rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić zadowalającą **skuteczność na poziomie 52%**.


Ponownie odnotowuję **wzrost stopnia złożoności spraw, jak i wartości przedmiotu sporu**. Sprawy wymagają większego zaangażowania pracowników biura rzecznika w ustalenie stanu faktycznego sprawy.

W roku sprawozdawczym rzecznik nie tylko chętnie uczestniczył w **kampaniach edukacyjnych** realizowanych z inicjatywy innych podmiotów, ale również był inicjatorem szeregu działań własnych, opisanych szczegółowo powyżej.

Za ogromnie cenne uznajemy nawiązanie **stałej współpracy z Dziennym Domem Pomocy Społecznej „Wrzos”**. W związku z licznymi nadużyciami niektórych przedsiębiorców, wykorzystujących zaufanie i niewiedzę seniorów, prowadzenie działań edukacyjnych w tym zakresie uznaję za priorytetowe.

Warto również wspomnieć o podjętych przez pracowników urzędu działaniach zmierzających do uproszczenia komunikacji z mieszkańcami miasta. Wraz z pozostałymi wydziałami urzędu podejmują starania **konstruowania pism zgodnie z zasadami „prostego słowa”**. Za niezwykle wartościowe uznaję pozytywne informacje zwrotne nie tylko konsumentów, ale i profesjonalistów (przedsiębiorców, jak pełnomocników stron postępowania), co do nowego przejrzystego stylu komunikacji.

PRZED



Miejski Rzecznik Konsumentów
URZĄD MIASTA TYCHY
ul. Barona 30 p. 410, 43-100 Tychy
tel.: 32 780 50 63, 32 779 36 77
e-mail: rzecznik.konsument@umtychy.pl
www.konsument.umtychy.pl

Tychy, dnia 25 stycznia 2018 roku

DUM.742.1.xxx.2018

NEW Telekom sp. z o.o.
Ul. Klasydny 214
01-684 Warszawa

Działając na podstawie art. 42 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) proszę o xxxxxxxxxxxxxxxx, zamieszkałą w Tychach przy ul. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

Z przedstawionej przez Konsumentkę dokumentacji wynika, iż pod wpływem błędu, co do podmiotu, z którym faktycznie zawarła umowę, w dniu 9 października 2017 roku nieświadomie wyraziła zgodę na zmianę operatora, zawierając umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Państwa Spółką.

Następnie, w piśmie z dnia 13 listopada 2017 roku Konsumentka złożyła oświadczenie o uchyleniu się od skutków prawnych oświadczenia o zawarciu ww. umowy, jako złożonego pod wpływem błędu.

W odpowiedzi pismem z dnia 5 grudnia 2017 roku odmówiono uznania skuteczności złożonego oświadczenia, wskazując iż w świetle widniejących danych Państwa spółki oraz pouczenia Konsumentki o możliwości odstąpienia, brak podstaw do stwierdzenia wprowadzenia w błąd.

Nie sposób zgodzić się z Państwa stanowiskiem, jakoby za wyłącznie decydującą należy traktować dokumentację przedłożoną Konsumentce do podpisu. Nie bez znaczenia dla sprawy, a przede wszystkim dla ustalenia ewentualnego wprowadzenia Klientki w błąd przez przedstawiciela Państwa firmy, należy uznać treść rozmowy przedsprzedażowej przeprowadzonej drogą telefoniczną. Z relacji Klientki wynika bowiem, że zarówno w rozmowie telefonicznej, jak i w rozmowie z kurierem, nie otrzymała rzetelnej informacji o ofercie złożonej przez podmiot odrębny od dotychczasowego operatora. Jak twierdzi, złożony podpis miał stanowić jedynie potwierdzenie odbioru nowego aparatu telefonicznego, który wydano rzekomo przez dotychczasowego dostawcę usług jako gratyfikacja za wieloletnią współpracę.

O ostatecznym rozstrzygnięciu decydować winna zatem faktyczna wola i przeświadczenie Klientki w chwili zawarcia umowy, którą z całą pewnością nie była chęć zmiany operatora.

Dodatkowo wątpliwości budzi fakt pozyskania przez Państwa numeru telefonu Konsumentki oraz jego wykorzystanie w celu zawarcia umowy. W świetle obowiązującego art. 172 ustawy prawo telekomunikacyjne, w przypadku braku uprzedniej zgody Konsumentki na taką formę kontaktu, brak jakichkolwiek podstaw do podejmowania przez Spółkę działań

zmierających do zawarcia umowy w oparciu o nieuprawniony i niechciany kontakt telefoniczny.

Proszę zatem o wykazanie wyrażenia przez Konsumentkę zgody na kierowanie ofert dotyczących świadczonych przez Państwa usług w systemie na odległość, jak i wskazanie źródła pozyskanych danych osobowych Klientki.

Celem wyjaśnienia ww. rozbieżności, wnoszę również o wydanie nagrania rozmowy telefonicznej konsultanta Spółki z Konsumentką, podczas której złożono ofertę zawarcia umowy.

W związku z poczuciem pokrzywdzenia i wprowadzenia w błąd, co do faktycznych skutków złożenia podpisów na przedłożonych przez Państwa dokumentach, a także w związku ze wskazaniem przez Konsumentkę, iż część podpisów złożonych na dokumentach mogła zostać sfalszowana, Klientka poinformowała o woli zawiadomienia o podejrzeniu popełnienia przestępstwa właściwych organów ścigania.


Mając na względzie powyższe, proszę o ustosunkowanie się do wyżej wskazanych kwestii oraz potwierdzenie skuteczności złożonego przez Klientkę oświadczenia z dnia 13 listopada 2017 roku i uznanie umowy za niebyłą.

Oczekuję od Państwa odpowiedzi w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego pisma.


Jednocześnie informuję, że zgodnie z art. 42 ust. 4 przywołanej na wstępie ustawy, są Państwo obowiązani udzielić odpowiedzi rzeczniczkowi w przedmiocie jego wystąpienia w wyznaczonym terminie. Zaniesienie powyższego obowiązku, zgodnie z art. 114 tejże ustawy, podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2 000 złotych.

Otrzymują:

1. adresat,
2. aa.




TYCHY W DOBRYM MIĘSIE



TYCHY W DOBRYM MIĘSIE

PO



Miejski Rzecznik Konsumentów
GMINA MIASTA TYCHY
ul. Barona 30 p. 410, 43-100 Tychy
tel.: 32 780 50 63, 32 779 36 77
fax: 32 438 20 30
e-mail: rzecznik.konsument@umtychy.pl
www.konsument.umtychy.pl

Tychy, 25 lutego 2022 roku

Wystąpienie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Konsumentka: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Sprawa: reklamacja lampy
Zamówienie numer: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Sygnatura sprawy: DUM.742.1.xx.2022.KS

Zara Home Polska sp. z o.o.
Ul. Mysia 5
00-496 Warszawa

Szanowni Państwo,

realizując wniosek Konsumentki o interwencję proszę o złożenie wyjaśnień i ustosunkowanie się do następujących kwestii (art. 42 ust. 1 ustawy [1]).

Stan faktyczny

30 stycznia 2022 roku	zawarcie w trybie na odległość umowy sprzedaży lampy w cenie 259 złotych
3 lutego 2022 roku	zgłoszenie reklamacji (rysny na podstawie) z żądaniem wymiany towaru na nowy
7 lutego 2022 roku	złożenie wniosku o wymianę lampy na wolną od wad
8 lutego 2022 roku	pozytywne rozpatrzenie reklamacji lampy; wymiana lub zwrot gotówki, brak możliwości obniżenia ceny
10 lutego 2022 roku	odpowiedź na odwołanie złożone w związku z brakiem produktu na wymianę, żądanie obniżenia ceny podtrzymanie przez sprzedawcę decyzji o zwrocie gotówki

Stanowisko Konsumentki

Z relacji Konsumentki wynika, że nie zgadza się ze sposobem rozpatrzenia reklamacji. W ocenie Reklamującej wadnie jest na tyle istotna, aby konieczne było rozwiązanie umowy sprzedaży. Ponadto, wobec braku możliwości wymiany, propozycja obniżenia ceny jest dla Konsumentki najbardziej akceptowalnym rozwiązaniem.

Stanowisko rzecznika

Zwracam uwagę, że Komisja Europejska pracuje nad odpowiednimi regulacjami prawnymi zobowiązującymi producentów zarówno do zapewnienia części zamiennych przez dłuższy okres, wydłużenia żywotności oferowanych w Unii dóbr konsumpcyjnych oraz zachęca konsumentów do napraw.

Kierunek, w jakim zmierzają prace legislacyjne wskazuje zatem na ogromny nacisk na to, aby sprząty jednak naprawiać, a nie pozbywać się ich. Celem tych działań jest natomiast między innymi ograniczenie ilości elektrośmieci oraz większa dbałość o środowisko.

Proponowane przez Konsumentkę rozwiązanie, tj. żądanie obniżenia ceny produktu, jest zatem nie tylko korzystne z punktu widzenia ochrony środowiska, ale znajduje także odzwierciedlenie w treści art. 560 § 1 k.c. [2].

Propozycja rozwiązania sporu

Liczę na polubowne zakończenie sporu oraz proszę o ponowne rozpatrzenie reklamacji i rozważenie możliwości spełnienia złożonego żądania obniżenia ceny produktu.

Termin odpowiedzi

Oczekuję odpowiedzi w terminie 14 dni od dnia otrzymania wystąpienia.

Konsekwencje braku odpowiedzi

Brak odpowiedzi z Państwa strony może skutkować skierowaniem do sądu wniosku o ustalenie Państwa kary grzywny, nie mniejszą niż 2 000 złotych (art. 42 ust. 4 w zw. z art. 114 ustawy [1]).


Podstawa prawna

1. ustawa z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U.2020.1076 t.j.)
2. ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny (Dz.U.2020.1740 t.j.)


Z wyrazami szacunku

Otrzymują:

1. adresat,
2. aa.



TYCHY W DOBRYM MIĘSIE



TYCHY W DOBRYM MIĘSIE

Udokumentowana statystyka wyszukiwania **strony rzecznika, jak i profilu na Facebooku'u**, potwierdza ogromne zainteresowanie konsumentów publikacjami pracowników biura. Dane te świadczą o zapotrzebowaniu na rzetelne informacje z zakresu ochrony praw konsumentów. Potwierdzają również słusność, a przede wszystkim skuteczność, wybranej przez nas drogi komunikacji.

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

Sprawozdanie sporządziła:

/-/ Katarzyna Szostak-Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów

IV. Tabele zalecane przez UOKiK

porady ustne	I			II			III			IV			V			Suma końcowa	
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie	b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy	c. wady towarów nienależyte wykonanie umowy	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne	b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy	c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr
a. art. żywnościowe	1	1		2	8	1			9	5		5	3	1		4	20
b. odzież i obuwie	15	17		32	254	13			267	2	2	4		2		2	305
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	7	10	13	30	193	15	1		209	2	1	3	2	1		3	245
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	9	15	3	27	316	16			332	1	1	2			1	1	362
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	3	2		5	122	10			132								137
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	1	1		2	5	1			6	2		2					10
g. produkty związane z opieką zdrowotną	2			2	17	2			19	1	1	2	1	2		3	26
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1	3		4	11	4			15								19
i. inne	2		1	3	5	1			6	1		1	3			3	13
j. związane z rynkiem nieruchomości					9		1		10	5		5					15
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1			1	66	1			67	2	1	3					71
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					2				2								2
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					17				17								17
n. finansowe	20			20	19	2	1		22	17		17	5	2		7	66
o. ubezpieczeniowe	2			2	63	3			66	1		1					69
p. pocztowe i kurierskie					10	1			11								11
r. telekomunikacyjne	13	2		15	54	2			56	1		1	2			2	74
s. transportowe		2		2	14	4			18	5	1	6					26
t. turystyka i rekreacja	9	2		11	48	4			52	2	3	5					68
u. sektor energetyczny i wodny	20	1	6	27	56	2	3		61	8		8	3		1	4	100
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	2			2	22				22	1		1					25
x. edukacyjne	12			12	5	4			9	4		4					25
y. inne	1	2		3	11				11				1			1	15
Suma końcowa	121	58	23	202	1327	86	6	1419	60	10	70	20	8	2	30	1721	

Tabela UOKiK nr 1: Porady udzielane osobiście i telefonicznie.

wystąpienia rzecznika	I			II			III			IV			V			Suma końcowa	
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie	b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy	c. wady towarów nienależyte wykonanie umowy	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne	b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy	c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr
b. odzież i obuwie		7		7	100	5			105		1						113
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	2	5	4	11	28	7	1		36	3		3					50
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	2	3	1	6	59	4			63	1	1	2			1		72
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria					15	3			18								18
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące						1			1								1
g. produkty związane z opieką zdrowotną		1		1	2	2			4					1			6
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1			1	4	3			7								8
i. inne					2	1			3								3
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	6				6								7
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	2			2	13				13						1	1	16
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					4				4								4
n. finansowe	1			1	5				5	2		2	1			1	9
o. ubezpieczeniowe	3		1	4	14				14	2		2					20
p. pocztowe i kurierskie					3	2			5								5
r. telekomunikacyjne	11	1		12	13				13	1		1	1			1	27
s. transportowe		1		1	7				7	2		2					10
t. turystyka i rekreacja	1	2		3	17				17	2		2					22
u. sektor energetyczny i wodny	8		3	11	7				7	3		3	1			1	22
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	1			1					1								1
x. edukacyjne	3	4		7	1				1								8
y. inne	1			1	1				1	1		1					3
Suma końcowa	36	25	9	70	300	29	1	330	17	2	19	3	2	1	6	425	

Tabela UOKiK nr 2: Porady udzielane pisemnie.

porady pisemne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie, wyrażenie			b. wady towarów nie należące do wykonania umowy			b. wady towarów należące do wykonania umowy Suma	c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne			c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne Suma	d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr. Suma	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			1				2
b. odzież i obuwie	1	6		7	32	3		35	2			2		1		45
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	3	4	10	17	42	8		50						1		68
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	2	2	5	9	59	8	1	68					3	1		81
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria		1		1	23			23								24
g. produkty związane z opieką zdrowotną	1			1	8	1		9	1	1		2				12
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					3			3								3
i. inne					4	2		6								6
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	1			1	1			1				3
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja			1	1	10			10	3			3				14
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1			1								1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					4			4								4
n. finansowe	2	1		3	4	1		5	4	1		5				13
o. ubezpieczeniowe					14			14	1			1				15
p. pocztowe i kurierskie					3	1		4								4
r. telekomunikacyjne	7			7	10		2	12	1	1		2				21
s. transportowe	2			2	2	1		3	1	1		2				7
t. turystyka i rekreacja	3	2		5	9			9	2			2				16
u. sektor energetyczny i wodny	5			5	14		1	15	6			6	3		1	30
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	2			2	2			2								4
x. edukacyjne	8	3		11						1		1				12
y. inne	1			1	3			3								4
Suma końcowa	38	20	16	74	248	25	4	277	23	5	28	6	3	1	10	389

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