



Miejski Rzecznik Konsumentów

URZĄD MIASTA TYCHY

ul. Barona 30

43-100 Tychy

tel.: 32 776 36 77; tel./fax: 32 780 50 63

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W TYCHACH ZA ROK 2015

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku wynikającego z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam Prezydentowi Miasta Tychy do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku ubiegłym.

Zatwierdzam:

Prezydent Miasta Tychy
/-/ mgr inż. Andrzej Dziuba

.....

SPIS TREŚCI

I.	Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach	3
1.	Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów	3
2.	Struktura i organizacja biura rzecznika	4
II.	Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów	5
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	6
2.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów	10
3.	Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami urzędu ochrony konkurencji i konsumentów, organami inspekcji handlowej oraz organizacjami konsumenckimi	13
4.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów	13
5.	Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów ...	14
6.	Prowadzenie edukacji konsumenckiej	14
7.	Współpraca ze środkami masowego przekazu	14
III.	Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym	15
IV.	Wnioski końcowe	18
V.	Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK	21

I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Aktem nadrzędnym regulującym problematykę ochrony interesów konsumenta jest Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, która w art. 76 zobowiązuje władze publiczne do zapewnienia ochrony konsumentom, użytkownikom i najemcom przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Konstytucja pozostawia ustalenie zakresu tejże ochrony ustawom szczególnym.

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142 poz. 1592 z późn. zm.) zakłada natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu.

W oparciu o przepisy wynikające z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 roku (Dz. U. nr 50, poz. 331 z późn. zm.) należy uznać, iż podstawowym i nadrzędnym celem Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest ochrona praw i interesów konsumentów. Zadanie to realizowane jest między innymi poprzez: zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej; składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów; występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów; współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej, organizacjami konsumenckimi oraz wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Rzecznik Konsumentów może również wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się już postępowania w sprawach o ochronę ich interesów. Zobowiązany jest także przekazywać na bieżąco delegaturom Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wnioski i sygnalizować problemy dotyczące ochrony konsumentów, które wymagają podjęcia działań przez organy administracji rządowej.

W sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów Rzecznik Konsumentów może natomiast pełnić funkcję oskarżyciela publicznego w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 roku Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia (Dz. U. Nr 106, poz. 1148, z późn. zm.).

Ustawa kodeks postępowania cywilnego z dnia 17 listopada 1964 roku (Dz. U. z 1964 Nr 43 poz. 296 z późn. zm.) stanowi zaś podstawę do przedstawienia przez Rzecznika sądowi istotnego dla sprawy poglądu.

Dodatkowym obowiązkiem nałożonym przez Zarządzenie Prezydenta Miasta Tychy Nr 0152/9/10 z dnia 21 grudnia 2010 roku w sprawie szczegółowego regulaminu organizacyjnego samodzielnego stanowiska Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej.

2. Struktura i organizacja biura rzecznika

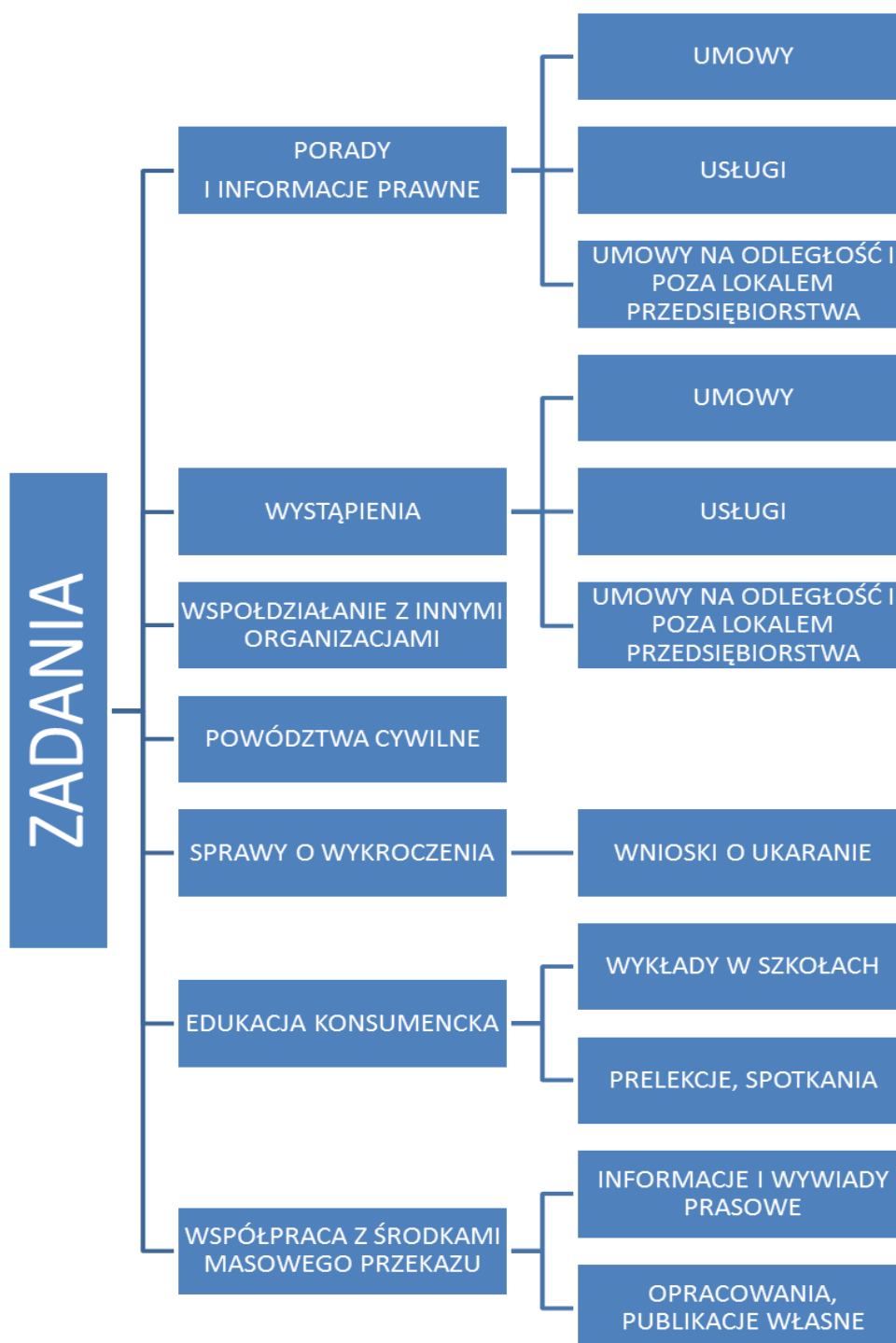
Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów niniejsze sprawozdanie obejmuje okres od dnia 1 stycznia 2015 roku do dnia 31 grudnia 2015 roku. W tym okresie, funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów pełniła Katarzyna Szostak – Zjawiony.

Obecnie w biurze Rzecznika zatrudnione są dwie osoby, tj. Rzecznik oraz pracownik biura Karolina Sobczak - Ryło - Inspektor.

W roku sprawozdawczym siedziba biura mieściła się w Tychach przy ul. Barona 30 p. 410, 412.

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów

Schemat opracowania niniejszego sprawozdania:



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

Miejski Rzecznik Konsumentów w sprawach związanych z ochroną praw i interesów konsumentów przyjmuje konsumentów osobiście lub poprzez pracownika biura. Porady udzielane są w różnorodnej formie, zarówno ustnej, jak i pisemnej bądź w formie elektronicznej. Generalnie, forma udzielenia porady jest uzgadniana indywidualnie, w zależności od potrzeby zgłaszanej przez konsumenta.

Wnoszone sprawy rejestrowane są w formie papierowej oraz elektronicznej w podziale na następujące kategorie: porady prawne, pomoc w sporządzeniu pisma, interwencja telefoniczna u przedsiębiorcy, wezwanie do usunięcia braków formalnych podania/wniosku o interwencję, wstąpienie rzecznika do sprawy za zgodą konsumenta, wskazanie organu właściwego do rozpoznania sprawy, pismo do wiadomości rzecznika, inne. Każda zgłaszana przez konsumenta skarga odnotowywana jest również na formularzu notatki służbowej wprowadzonym w tut. biurze w lipcu 2009 roku, który w kolejnym okresie dostosowywany był do bieżących potrzeb. Notatka taka zawiera m.in. informacje odnośnie sposobu przyjęcia skargi konsumenta, rodzaju podjętych przez Rzecznika działań oraz wyniku przeprowadzonego postępowania.

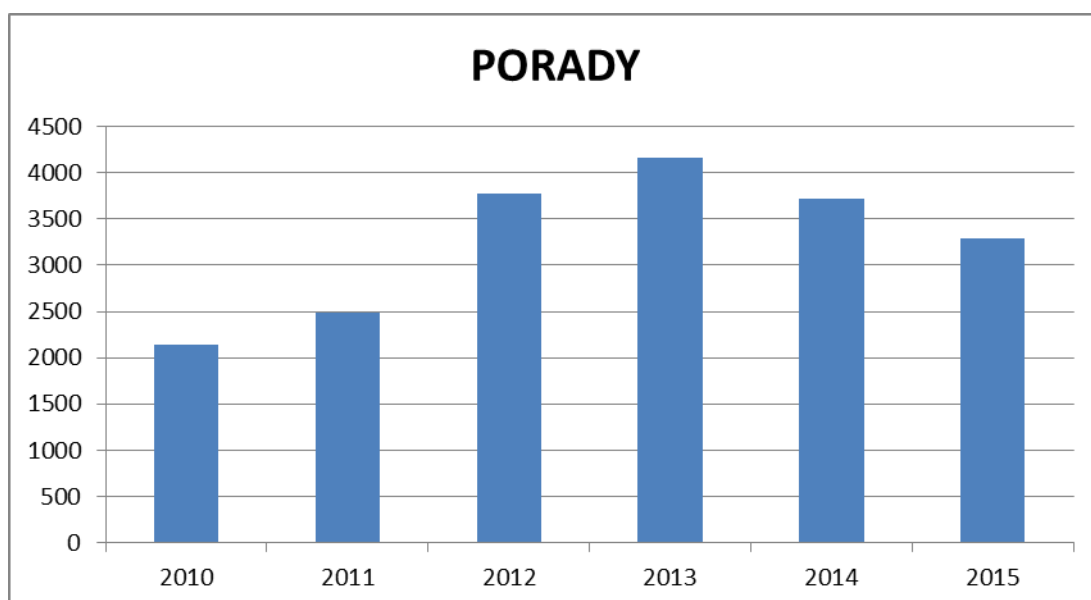
Podczas spotkania pracownicy Wydziału przedstawiają konsumentom prawne możliwości rozwiązania zgłoszonego problemu, analizują zasadność skargi, wskazują konsumentom właściwe instytucje świadczące również pomoc w zakresie ochrony ich interesów bądź instruują skarżących przy sporządzaniu różnego rodzaju pism.

Problemy, z jakimi w roku ubiegłym, podobnie jak w latach poprzednich, zwracali się konsumenci, dotyczyły przede wszystkim podstawowych uprawnień reklamacyjnych kupującego wynikających z gwarancji i rękojmi (poprzednio: niezgodności towaru z umową), braku możliwości zwrotu pełnowartościowego towaru do sprzedawcy, prawa do wyboru żądania reklamacyjnego (naprawy, wymiany bądź obniżenia ceny) lub prawa do pełnej rzetelnej informacji o towarze.

Konsumenci nadal w większości nie posiadają świadomości przebiegu wszczynanej procedury reklamacyjnej, a w szczególności podmiotu, do którego należy się zwrócić, rodzaju żądania czy też terminów obowiązujących w ramach każdego z postępowań. Skarżącym brak również niestety wiedzy, iż to do nich należy wybór drogi dochodzenia naszych roszczeń, tj. na podstawie rękojmi bądź gwarancji. Często

sprzedawcy bazując na niewiedzy konsumentów podejmują samodzielnie decyzje w tym zakresie, wypełniając zgłoszenie reklamacyjne poprzez odesłanie konsumenta do gwaranta, tym samym uwalniając się od odpowiedzialności.

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów udzielił w roku ubiegłym **3.296 porad** (w roku 2014 – 3.716 porad). Pomimo spadku ilości udzielonych porad, w porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie.



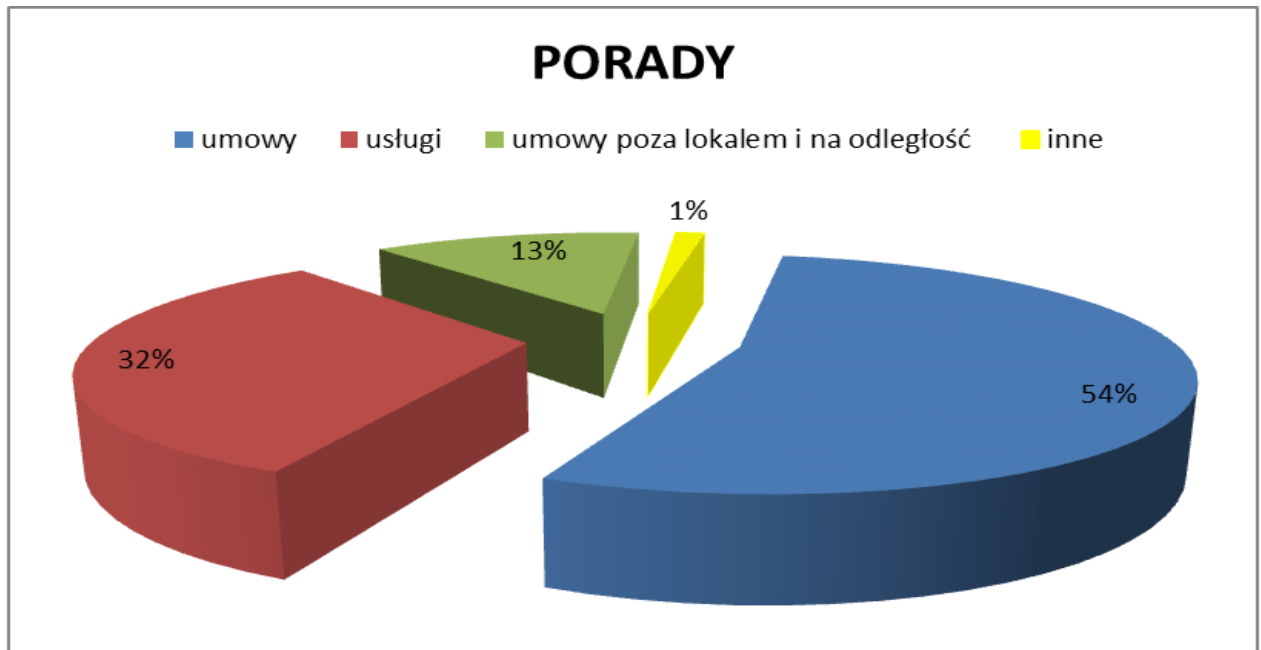
Wykres nr 1: Porady prawne w latach 2010-2015

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

PORADY	Umowy	1775	54%
	Usługi	1060	32%
	Umowy poza lokalem i na odległość	416	13%
	Inne	45	1%
	SUMA	3296	100 %

Tabela nr 1: Struktura udzielonych porad w 2015 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 2: Struktura udzielonych porad w 2015 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Nadal najczęściej zgłaszane problemy w zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** dotyczyły chociażby: usług telekomunikacyjnych, ubezpieczeniowych, finansowych, usług dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywozu nieczystości czy usług remontowo – budowlanych.

Problemy konsumentów dotyczyły również kwestii niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży, których przedmiot stanowiła tradycyjnie sprzedaż odzieży i obuwia, sprzętu RTV i AGD, motoryzacji czy sprzętu komputerowego.

W roku sprawozdawczym niemalże na porównywalnym poziomie odnotowano liczbę porad udzielanych w przedmiocie **umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa**. W roku 2015 zarejestrowano, bowiem **416 porad**, podczas gdy w 2014 odnotowano 425 porad. W głównej mierze zapytania nadal dotyczyły możliwości odstąpienia od zawieranych umów, a także rozliczenia umów zawieranych w tym trybie. Kontrakty analizowane były również przez Rzecznika pod kątem zachowania przez przedsiębiorcę wymogów przewidzianych prawem, jak chociażby w kwestii wymaganego przez przepisy pouczenia konsumenta na piśmie o możliwości odstąpienia od umowy czy dostarczenia wzoru oświadczenia o odstąpieniu. Zdarzają się bowiem

nadal przypadki zaniechania tychże obowiązków przez przedsiębiorców bądź też zachowanie jedynie pozorów ich dopełnienia.

Bezpłatna porada i informacja prawna obejmuje również pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism, zarówno tych wymienianych na etapie przedsądowym, jak i w trakcie toczącego się już postępowania sądowego. Oferowana pomoc w tym zakresie dotyczy m.in. sporządzania zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań od decyzji przedsiębiorców, odstąpień od umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Niezwykle pomocne są więc stosowane od dłuższego czasu wzory i formularze, które w praktyce znacznie przyspieszają postępowanie.

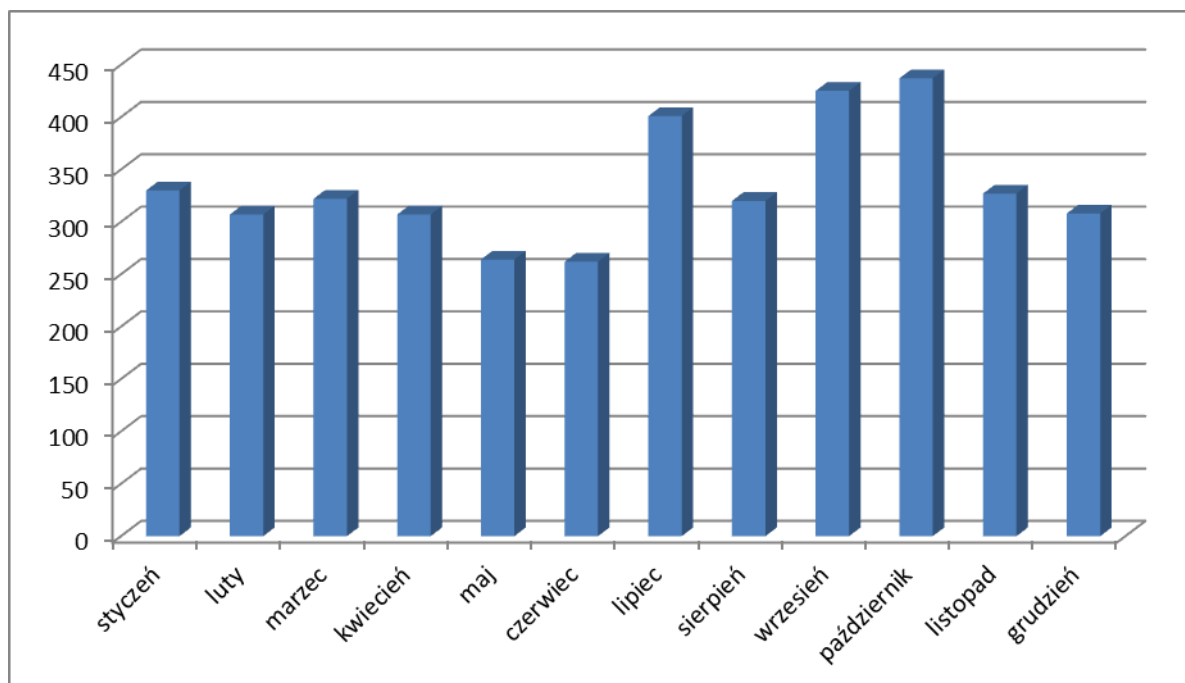
W związku z faktem, iż do biura Rzecznika zgłaszają się w dużej mierze osoby starsze bądź nieporadne, pomoc w zakresie zredagowania wystąpień do przedsiębiorców lub wskazania precyzyjnej instrukcji dalszego postępowania okazuje się być konieczna.

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2015 roku należy stwierdzić, że ilość zapytań konsumentów, łącznie z wnioskami o interwencję, w całym rocznym okresie kształtowała się na porównywalnym poziomie. **Średniomiesięcznie** wniesiono **334 skargi**, co stanowi średnio **16 porad udzielnych przez pracowników każdego dnia**.

Miesiąc	Ilość spraw
Styczeń	330
Luty	307
marzec	322
kwiecień	307
maj	264
czerwiec	262
lipiec	401
sierpień	320
wrzesień	425
październik	437
listopad	327
grudzień	308
SUMA:	4010
Średnia:	334

Tabela nr 2: Ilość wniesionych skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 3: Ilość wniesionych skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy

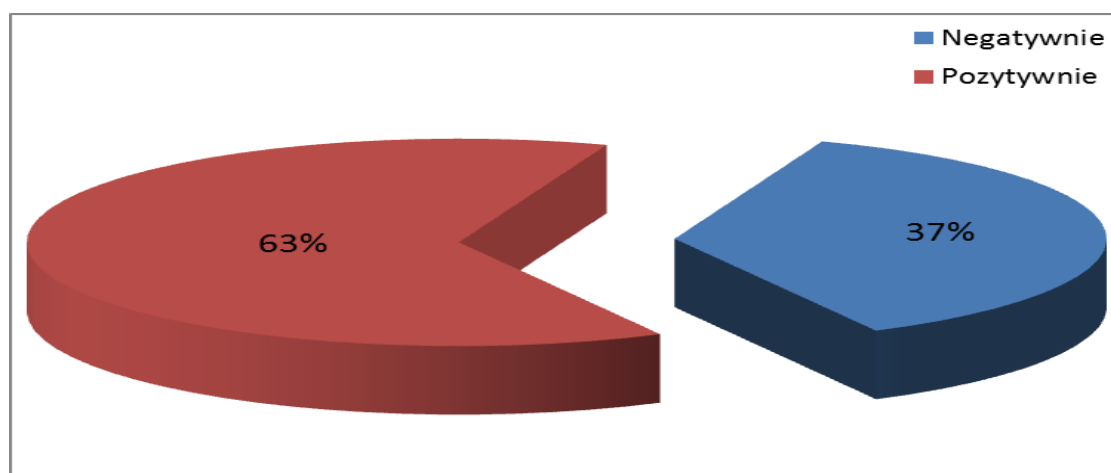
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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

Stanowisko przedsiębiorcy w konkretnej sprawie w zakresie woli polubownego zakończenia sporu decyduje o wyborze formy wystąpienia Rzecznika. W niektórych typach spraw uświadomienie przedsiębiorcy jego obowiązków, a zarazem uprawnień konsumenta, podczas przeprowadzonej rozmowy telefonicznej okazuje się być wystarczające. W przypadku braku możliwości porozumienia się z profesjonalistą we wskazanej formie, konieczne jest wystąpienie Rzecznika z oficjalnym pismem i wszczęcie postępowania wyjaśniającego.

W roku sprawozdawczym Rzecznik skierował łącznie **714 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas gdy w roku ubiegłym wszczęto 750 postępowań.

Zadowolający jest nadal wynik prowadzonych przez Rzecznika postępowań. W roku sprawozdawczym wystąpienia Rzecznika doprowadziły do polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w **63%** wszystkich zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania (427). W 248 postępowaniach (37%) podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia.



Wykres nr 4: Wynik zakończonych postępowań prowadzonych w 2015 roku

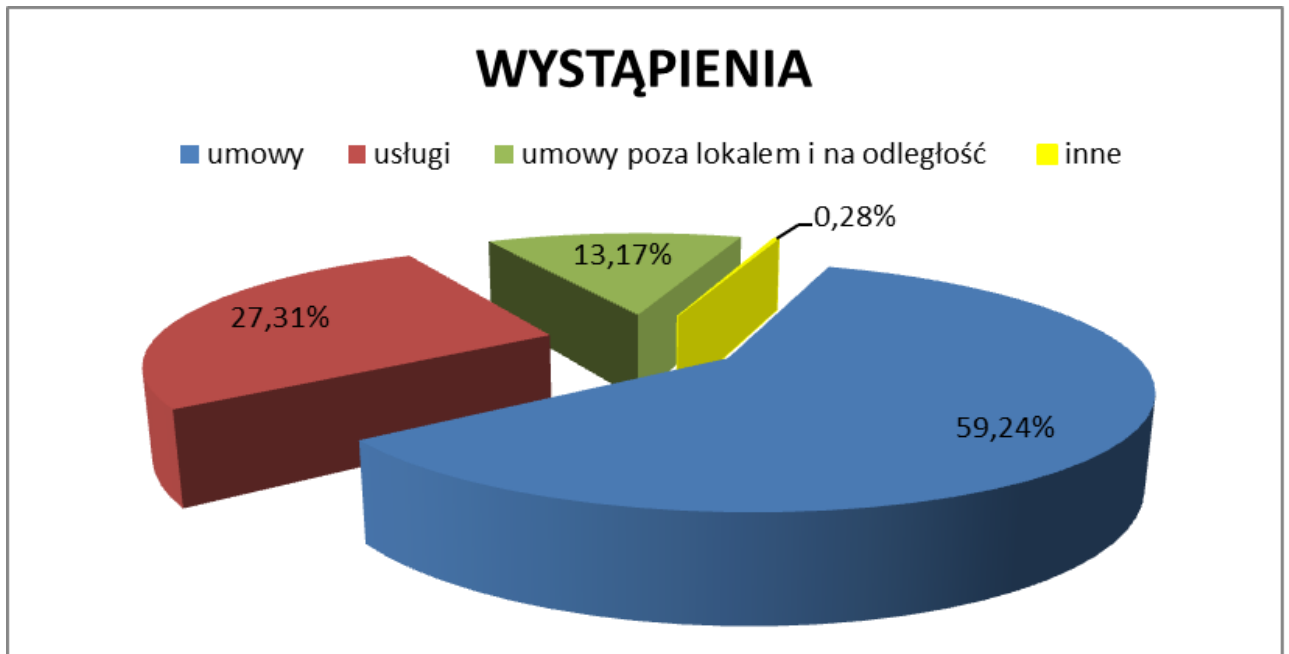
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Struktura wystąpień Rzecznika przedstawia się następująco: niewykonanie bądź nienależyte wykonanie umów – 59,24%, usług – 27,31%, wystąpienia w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa – 13,17%, inne – 0,28%.

WYSTĄPIENIA	Umowy	423	59,24%
	Usługi	195	27,31%
	umowy poza lokalem i na odległość	94	13,17%
	Inne	2	0,28%
	SUMA	714	100 %

Tabela nr 3: Struktura wystąpień w 2015 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 5: Struktura wszystkich wystąpień w 2015 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Podobnie jak w roku ubiegłym wystąpienia Rzecznika, których przedmiot stanowiło wykonanie umów i zamówień na **usługi**, w głównej mierze dotyczyło braku satysfakcji z usług telekomunikacyjnych, ubezpieczeniowych, turystyczno – hotelarskich, usług remontowo – budowlanych czy dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywozu nieczystości.

Pozostała część wystąpień dotyczyła niezadowolonych konsumentów z wykonania **umów** sprzedaży dotyczących głównie odzieży i obuwia, sprzętu RTV i ADG, wyposażenia wnętrz i sprzętu motoryzacyjnego.

W 94 postępowaniach skierowano do przedsiębiorców pisma w sprawie **umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość**.

Każde z wystąpień zawiera propozycję polubownego załatwienia sporu. W przypadku braku możliwości rozstrzygnięcia sprawy za pośrednictwem biura Rzecznika, część spraw kierowanych jest na drogę postępowania sądowego przed sądem powszechnym bądź przed Stałym Polubownym Sądem Konsumenckim przy Inspekcji Handlowej lub też przed sądami polubownymi powołanymi przy innych instytucjach świadczących pomoc z zakresu ochrony interesów konsumentów.

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

W roku objętym niniejszym sprawozdaniem kontynuowano dotychczasową współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urzędem Komunikacji Elektronicznej czy z Komisją Nadzoru Finansowego m.in. poprzez udział w spotkaniach szkoleniowych, otrzymywanie wyjaśnień bądź materiałów edukacyjnych, stanowiących wsparcie w bieżącej pracy Rzecznika.

W roku sprawozdawczym Rzecznik Konsumentów w Tychach przekazał innym współpracującym organom, tj. Urzędowi Marszałkowskiemu Departamentowi/Wydziałowi Kultury, Sportu i Turystyki – 5 spraw, Prokuraturze – 2 sprawy, Urzędowi Komunikacji Elektronicznej – 3 sprawy oraz po jednej sprawie przekazano do Wojewódzkiej Delegatury Inspekcji Handlowych i Europejskiego Centrum Konsumenckiego. Wskazana niewielka liczba przekazanych postępowań świadczyć może o samodzielności Rzecznika w podejmowanych czynnościach, który jedynie w nielicznych przypadkach zwraca się z wnioskiem o wsparcie innych instytucji w dotychczasowych działaniach.

W roku 2015, złożono również **5 zawiadomień** do UOKiK w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk w zakresie postanowień umowy wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych” lub nieuczciwych praktyk rynkowych.

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

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2015 roku biuro Rzecznika przygotowało dla konsumentów **27 pozwów i innych pism procesowych**. W większości dotyczyły one nienależytego wykonania umów sprzedaży stolarki okiennej, odzieży i obuwia, telefonu, rozliczenia umów obejmujących świadczenie usług finansowych, usługi przewozowej, usług telekomunikacyjnych, pośrednictwa finansowego czy rozliczenia umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Celem zapewnienia sprawności i skuteczności interwencji Rzecznika ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje pewnego rodzaju element nacisku na przedsiębiorcę w postaci kary grzywny, w razie braku ustosunkowania się do wystąpienia Rzecznika. W przypadku bezczynności przedsiębiorcy Rzecznik może wystąpić do sądu z wnioskiem o ukaranie grzywną na zasadach i w trybie wynikającym z Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia. W 2015 roku w **4 sprawach** wystąpiono z wnioskami o ukaranie do Wydziału Karnego Sądu Rejonowego w Tychach. Na dzień sporządzenia sprawozdania orzeczono **2 wyroki skazujące**, natomiast w 2 sprawach toczą się postępowania sądowe. W 2 kolejnych sprawach odstąpiono natomiast od ukarania wobec uzyskania odpowiedzi przedsiębiorcy w późniejszym terminie, zawarcia ugody bądź braku uzyskania wystarczających danych umożliwiających ukaranie.

6. Prowadzenie edukacji konsumenckiej

W roku sprawozdawczym kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych. W zależności od zgłaszanego zapotrzebowania na spotkania o tematyce konsumenckiej przez dyrektorów i nauczycieli placówek, Rzecznik przeprowadził łącznie **4 wykłady** w: II Liceum Ogólnokształcącym w Tychach, Szkole Podstawowej nr 2 i 18.

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 prócz wykładu Rzecznika, rozpowszechniane są ulotki informacyjno – edukacyjne, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

7. Współpraca ze środkami masowego przekazu

W roku sprawozdawczym udzielono łącznie **12 informacji i wywiadów** prasowych. Wypowiedzi Rzecznika publikowane były w tygodniku lokalnym „Twoje Tychy”, „Gazeta Wyborcza” oraz na stronie internetowej: www.konsument.umtychy.pl.

Ponadto trzykrotnie Rzecznik Konsumentów udzielił **wywiadów dla Radia eM**. Wypowiedzi dotyczyły zagrożeń przy zawieraniu umów finansowych z instytucjami bankowymi, jak i parabankowymi, języka stosowanego przy formułowaniu wzorców umownych oraz niebezpieczeństw związanych z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa w zakresie zmiany dostawców/sprzedawców energii elektrycznej.

III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym

Nadal bardzo duża część skarg konsumentów, w ilości 75, dotyczyła odmowy sprzedawcy przyjęcia **oświadczenia kupujących o odstąpieniu od umowy sprzedaży towarów pełnowartościowych**. Pomimo zmiany stanu prawnego w tym zakresie już kilkanaście lat temu, konsumenci wciąż nie posiadają wiedzy odnośnie braku możliwości dokonania zwrotu towaru zakupionego w sklepie bez podania przyczyny.

W roku sprawozdawczym potwierdziła się dotychczasowa tendencja wzrostowa skarg dotyczących **nienależytego wykonania bądź niewykonania umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa**. W prowadzonym bowiem rejestrze odnotowano aż 416 porady i informacje prawne w tym zakresie.

Jakkolwiek zawieranie różnego rodzaju umów z konsumentem bez konieczności jednoczesnej obecności obu stron przy wykorzystywaniu środków porozumiewania się na odległość umożliwia konsumentom zawarcie umów bez jakichkolwiek dodatkowych aktów staranności, jak chociażby wyjście z domu czy konieczność porównania ofert, to jednak doświadczenie wskazuje, iż umowy te mogą jednocześnie stanowić źródło poważnych problemów.

Niepowodzenie konsumentów w zakresie samodzielnego działania w sporze z przedsiębiorcą świadczącym usługi na odległość bądź poza lokalem przedsiębiorstwa, skutkowało koniecznością skierowania przez tut. Wydział wystąpień w 94 sprawach.

W większości składane przez konsumentów skargi w tym zakresie dotyczyły **umów zawieranych przez telefon z przedstawicielami firm telekomunikacyjnych, ale również szeregu nowoutworzonych firm świadczących usługi w zakresie sprzedaży energii elektrycznej, paliwa gazowego czy usług ubezpieczeniowych**.

Ponownie jak w latach ubiegłych, zastrzeżenia dotyczyły odmienności warunków przedstawionych przez sprzedawców drogą telefoniczną od usług rzeczywiście świadczonych.

Nowopowstałe podmioty działające w branży energetycznej, bazując na nagannych praktykach stosowanych podczas rozmów telefonicznych przez dostawców energii elektrycznej, podstępnie pozyskiwały klientów **wprowadzając ich w błąd co do firmy, jaką reprezentuje konsultant.**

Przykładowo, czerwca do września ubiegłego roku, do tut. Wydziału zgłaszali się konsumenci skarżący się na nieuczciwe praktyki przedstawicieli handlowych oferujących, podczas wizyt domowych, obniżenie rachunków za prąd.

Każdorazowo, w relacjach konsumentów powtarzał się określony schemat działania wskazujący, iż przedstawiciele firmy przedstawiając ofertę, nie uprzedzali, iż dotyczy ona nowego dostawcy prądu i stanowi zobowiązanie odrębne od dotychczasowego. Wręcz przeciwnie, podczas rozmowy pracownicy wielokrotnie potwierdzali, że proponowana umowa wiąże się jedynie ze zmianą wysokości comiesięcznych opłat, a nie zmianą dostawcy. Przedstawiciele twierdzili, że są pracownikami aktualnego dostawcy budując przekonanie konsumentów, iż zgadzając się na proponowaną obniżkę cen aneksują oni jedynie istniejące już umowy.

Ponadto, konsumenci nie otrzymywali egzemplarza umowy, co skutkowało brakiem możliwości wnikliwego zapoznania się z zawartymi w niej warunkami oraz brakiem wiedzy skarżących o prawie do odstąpienia od niej w ciągu 14 dni, a przede wszystkim świadczy o pozbawieniu ich prawa do uzyskania podstawowych danych - podmiotu, z którym zawarli umowę.

Pozyskanie przez rzecznika informacji o ww. nieprawidłowościach w procesie pozyskania klientów skutkowało złożeniem zawiadomienia do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o podejrzeniu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, jak i zawiadomienia o podejrzeniu popełnienia przestępstwa do organów ścigania.

Dodatkowo, w porozumieniu z pozostałymi rzecznikami z naszego regionu, wypracowano uproszczoną procedurę składania oświadczeń o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa z nieznanym podmiotem. Przyjęta procedura wsparcia Klientów zmierzała do ustalenia podmiotu, z którym faktycznie zawarto umowę, a przede wszystkim do umożliwienia odstąpienia od niechcianych umów. Działania w tym zakresie polegały na przesyłaniu przez rzecznika, za skarżących, drogą elektroniczną

skanu oświadczeń konsumentów o odstąpieniu od umowy, do wszystkich znanych rzecznicowi podmiotów świadczących usługi z branży energetycznej.

Dotychczas każda taka interwencja rzecznika doprowadziła do uznania skuteczności złożonych w powyższy sposób oświadczeń, a więc uznania umowy za niebyłą.

W związku z wejściem w życie nowych regulacji w zakresie procedury reklamacyjnej, ale i zawierania umów na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa - ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta, pojawiły się **rozbieżności w wykładni** nowopowstałych przepisów.

Wiele skarg mieszkańców Tychów dotyczyło stosowanych przez przedsiębiorców wyłączeń odnośnie sytuacji pozbawiających konsumentów prawa do odstąpienia od umowy. Dokonywana przez przedsiębiorców wykładnia prowadziła do nieuprawnionego rozszerzenia ustawowego katalogu spraw, w których wyłączono możliwość odstąpienia od umowy.

Rozbieżności ww. zakresie dotyczyły najczęściej definiowania takich pojęć jak: rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb.

Ostatecznie, niedozwolone, w ocenie rzecznika, praktyki w opisanym powyżej zakresie, znalazły odzwierciedlenie w zawiadomieniu o podejrzeniu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów skierowanym przez rzecznika do UOKiK.

Kilkadziesiąt skarg, głównie konsumentek, dotyczyło ujawnionych nieprawidłowości w ramach procedury zawarcia umowy na odległość obejmującej **sprzedaż bielizny**. Z relacji konsumentek wynikało, że podczas rozmów telefonicznych informowano o wygranej nagrodzie w postaci bielizny damskiej. Jedynymi kosztami o których wspominał dzwoniący to koszty przesyłki w wysokości 19,90 złotych. Ostatecznie okazywało się jednak, że podczas rozmowy wyrażono rzekomo zgodę na prenumeratę i otrzymywanie kolejnych przesyłek.

Problemy dotyczyły rozliczenia umowy, bowiem klientki zasypywane były wezwaniami do zapłaty, również od kolejnych firm windykacyjnych działających na zlecenie sprzedającego. Przeszkody w ustaleniu faktycznego przebiegu rozmowy sprzedażowej wynikały m.in. z braku odpowiedzi przedsiębiorcy na kierowane przez

rzeczników wystąpienia. Siedziba przedsiębiorcy znajdująca się poza granicami kraju skutkowałą natomiast koniecznością przekazania skarg do Europejskiego Centrum Konsumenckiego. Z informacji uzyskanych przez rzecznika wynika, że sprawą zainteresowane są również organy ścigania.

IV. Wnioski końcowe

Nadal wyróżniającym się wskaźnikiem jest wzrastająca na przestrzeni kilku lat liczba wszczętych przez rzecznika wobec przedsiębiorców postępowań wyjaśniających - odnotowano **714 postępowań**.

Dokonując natomiast **analizy skuteczności** podjętych przez Rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić, iż jej poziom utrzymał się niemalże na dotychczasowym poziomie **63%**.

Wypracowana na przestrzeni kilku ostatnich lat z większością przedsiębiorców procedura bezpośredniego porozumiewania, kontakt z osobami podejmującymi ostateczne decyzje w sprawie, z całą pewnością sprzyjają polubownemu, pozytywnemu dla konsumenta, zakończeniu sporu. Uproszczona procedura komunikacji polegająca chociażby na utworzeniu infolinii wyłącznie dla rzeczników, przyjęcie elektronicznej formy porozumiewania, doprowadziła do wypracowania rozstrzygnięcia z korzyścią dla konsumentów przykładowo w 72% skarg dotyczących umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, 73% interwencji w sprawach z zakresu usług telekomunikacyjnych czy 64% spraw dotyczących umów sprzedaży obuwia i odzieży.

Przyczyny braku osiągnięcia oczekiwanego porozumienia z przedsiębiorcą należy stale upatrywać w ograniczeniach dowodowych związanych z koniecznością poniesienia przez konsumentów dodatkowych kosztów czy ignorowaniem przez niektórych przedsiębiorców wystąpień rzecznika.

Jakkolwiek **łączna ilość wszystkich porad i wystąpień** nieznacznie spadła w odniesieniu do roku ubiegłego z 4.466 do 4.010, to jednak nadal aktualne pozostaje stwierdzenie rosnącego zainteresowania konsumentów działalnością biura Rzecznika. Przypominam, że w roku 2009 liczba ta wynosiła zaledwie 2.757. Zauważalna bezwzględność przedsiębiorców w pozyskaniu klienta „za wszelką cenę”, z pewnością

skłania konsumentów do chęci uzyskania profesjonalnego wsparcia rzecznika w sporze z silniejszym uczestnikiem rynku.

Dane te świadczą również o ogromnej świadomości konsumentów odnośnie możliwości skorzystania z pomocy pracowników Wydziału, co z pewnością wynika w znacznej mierze z prowadzonej edukacji konsumenckiej, rozumianej jako edukacja szkolna, wydawanie ulotek informacyjnych, udzielanie wywiadów prasowych, czy wreszcie jako publikowanie informacji na utworzonej stronie internetowej Rzecznika.

Przyjmując **kryterium przedmiotowe udzielonych porad i informacji prawnych** należy zwrócić uwagę, iż wiodące dotychczas kategorie spraw pozostały na dotychczasowym poziomie.

Podobnie jak w latach ubiegłych, poza konsumentami z zapytaniem o poradę wracali się również **przedsiębiorcy**. Kierując się chęcią zapewnienia dialogu pomiędzy różnymi uczestnikami rynku oraz dążąc do wyeliminowania nieprawidłowości w postępowaniu przedsiębiorców, działania rzecznika polegały na nakłanianiu do polubownego zakończenia sporu.

Część spraw znalazło swój finał w interwencjach bezpośrednich rzecznika, polegających na zorganizowaniu spotkań konsumentów z przedsiębiorcami, na kształt, **spotkań mediacyjnych**, podczas których z pewnością łatwiej o wypracowanie polubownych rozwiązań.

Wszystkie dotychczas przeprowadzone działania rzecznika w tym zakresie pozwoliły na zawarcie ugody i uniknięcie sporu sądowego.

Wskazane w niniejszym sprawozdaniu dane w zakresie szerzenia **edukacji** konsumenckiej świadczą natomiast o istniejącej potrzebie prowadzenia dalszych działań rzecznika w tym zakresie obejmujących kontynuowaną współpracę z tuskimi szkołami publicznymi, jak i lokalną prasą. Udzielane przez rzecznika informacje stwarzają możliwość propagowania wiedzy konsumenckiej oraz sygnalizowania konsumentom nieprawidłowości odnotowywanych na tuskim rynku w zakresie nieuczciwych zachowań przedsiębiorców.

Wdrażając działania doskonalące, podjęto decyzję o zmianie strony internetowej prowadzonej przez rzecznika. Zwiększono tym samym czytelność witryny, ułatwiając dostęp do publikowanych informacji. Zadbano jednocześnie o ujednoczenie wyglądu ze stroną Urzędu Miasta w Tychach.

Prezentowana wiedza z zakresu ochrony interesów konsumenta na stronie **www.konsument.umtychy.pl** z całym przekonaniem zapewnia konsumentom możliwość uzyskania szybkiej i precyzyjnej informacji odnośnie koniecznych działań w ramach różnego rodzaju procedur reklamacyjnych, na ich poszczególnych etapach. W szczególności dużą popularnością cieszą się udostępnione wzory pism do pobrania i samodzielnego uzupełnienia.

Odpowiadając na potrzeby konsumentów w zakresie sygnalizowanych barier architektonicznych co do możliwości skorzystania z porady podczas osobistej wizyty w biurze rzecznika przy ul. Grota Roweckiego w Tychach, podjęto decyzję o **zmianie siedziby** wydziału. Obecnie, istnieje możliwość konsultacji z pracownikami biura w Tychach przy ul. Barona 30.

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

Podjęcie działań w szerszym zakresie uzasadnia potrzebę wyodrębnienia biura i zwiększenia zatrudnienia. Zauważalna większa złożoność spraw, jak i wzrost wartości przedmiotu sporu nie pozostaje bez wpływu na konieczność zwiększenia nakładu pracy pracowników wydziału podczas wstępnej analizy zasadności roszczeń konsumenckich, ale i przy sporządzeniu pism interwencyjnych do przedsiębiorców.

V. Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK.

Tabela UOKiK nr 1: Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

1. Województwo	Śląskie
2. Miasto /Powiat	Tychy
3. PRK/ MRK	Miejski Rzecznik Konsumentów
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	Katarzyna Szostak – Zjawiony
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	Wyższe prawnicze
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	- $\frac{3}{5}$ etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- $\frac{1}{2}$ etatu - $\frac{2}{5}$ etatu - $\frac{1}{5}$ etatu - inne, np. dyżury
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	
9. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	1

Tabela UOKiK nr 2: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

	Ogółem
I. Usługi, w tym:	
Ubezpieczeniowa	124
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	118
remontowo-budowlana	73
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	103
telekomunikacja (telefony, TV)	337
turystyczno-hotelarska	93
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	30
Motoryzacja	23
Pralnicza	11
Timeshare	-
Pocztowa	9
Gastronomiczna	-
Przewozowa	27
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	32
Medyczna	15
wyposażenie wnętrz	-
Pogrzebowa	2
Windykacyjne	58
Inne	4
II. Umowy sprzedaży, w tym:	
obuwie i odzież	577
wyposażenie mieszkania	241
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	559
komputer i akcesoria komputerowe	102
Motoryzacja	121
artykuły spożywcze	25
artykuły chemiczne i kosmetyki	7
Zabawki	9
Inne	135
III. Umowy poza lokalem i na odległość	416

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

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:				
ubezpieczeniowa	24	10	13	1
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	12	7	3	2
remontowo-budowlana	20	8	10	2
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	17	11	6	-
telekomunikacja (telefon, TV)	69	47	17	5
turystyczno-hotelarska	22	16	5	1
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	6	3	3	-
Motoryzacja	2	-	2	-
Pralnicza	1	1	-	-
Timeshare	-	-	-	-
Pocztowa	1	1	-	-
gastronomiczna	-	-	-	-
Przewozowa	8	5	2	1
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	5	1	4	-
Medyczna	2	1	1	-
wyposażenie wnętrz	-	-	-	-
Pogrzebowa	1	1	-	-
Windykacyjne	5	1	1	3
Inne	-	-	-	-
II. Umowy sprzedaży, w tym:				
obuwie i odzież	255	162	90	3
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	40	20	15	5
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	87	46	31	10
komputer i akcesoria komputerowe	13	12	-	1
Motoryzacja	13	6	5	2
artykuły spożywcze	6	5	1	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-
Zabawki	-	-	-	-
Inne	9	4	5	-
III. Umowy poza lokalem i na odległość	94	66	25	3

Tabela UOKiK nr 4: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

lp.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość ogółem
		Pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	Negatywne		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-	-	-
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-
3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	-	-	-	-
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów *	-----	-----	-----	11
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług **	-----	-----	-----	16
6.	Inne				
	RAZEM				
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	-	-	-	-

*Należy wypełnić wyłącznie ostatnią kolumnę (ilość ogółem)

** Należy wypełnić wyłącznie ostatnią kolumnę (ilość ogółem)

Tabela UOKiK nr 5: Inne zadania:

Źródło: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

L.p	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość
1.	Art. 479 (38) Kpc - niedozwolone postanowienia umowne	-
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	-
3.	Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym	-
4.	Art. 42 ust.1 pkt 3uokik – występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów	4
5.	Art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc - przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy	-

Sprawozdanie sporządziła:

**/-/ Katarzyna Szostak – Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów**

Tychy, dnia 1 marca 2016 roku