

Zatwierdzam:

Zbigniew Rasielewski

.....

Zastępca Prezydenta Miasta Torunia

Miejski Rzecznik Konsumentów w Toruniu

Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Toruniu

w roku 2013

Toruń, marzec 2013 r.

*Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r.
o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50, poz. 331, z póź. zm.),
na podstawie którego rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca staroście (prezydentowi
miasta) do zatwierdzenia roczne sprawozdanie
ze swojej działalności w roku poprzednim*

SPIS TREŚCI

| | | |
|-------------|---|-----------|
| I. | WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO (MIEJSKIEGO) RZECZNIKA KONSUMENTÓW..... | 3 |
| 1. | Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy -ilość zatrudnionych osób oraz ich | |
| 1. | 1. kwalifikacje zawodowe..... | 4 |
| II. | REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW..... | 5 |
| 2. | Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów..... | 5 |
| 3. | Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów..... | 7 |
| 4. | Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów..... | 7 |
| 5. | Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów..... | 9 |
| 6. | Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań..... | 12 |
| 7. | Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym..... | 13 |
| 8. | Podejmowanie działań wynikających z:..... | 15 |
| 9. | art. 479 (38) Kpc (niedozwolone postanowienia umowne), | |
| 10. | ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, | |
| 11. | ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym, | |
| 12. | art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów) | |
| 13. | art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy) | |
| III. | WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW..... | 15 |
| 14. | Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów..... | 15 |
| 15. | Wnioski dotyczące pracy rzeczników..... | 16 |

IV. TABELE

I. UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W TORUNIU.

Aktem nadrzędnym regulującym problematykę ochrony interesów konsumentów jest **Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 roku**, która w **art. 79** zobowiązuje władze publiczne do zapewnienia ochrony konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniem zagrażającym ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi .

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym ((Dz. U. z 2013 r. poz. 595 i 645) w art. 4 ust. 1 pkt. 18 stanowi natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu. Zadania te realizuje powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów

Zgodnie z przepisami prawa (ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów - Dz.U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) podstawowym celem działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest ochrona praw i interesów konsumentów.

Do zadań rzecznika należy przede wszystkim:

- zapewnienie konsumentom bezpłatnego poradnictwa, informacji oraz innych form pomocy prawnej w zakresie ochrony ich interesów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,

Rzecznik posiada kompetencje doradcze i procesowe, natomiast nie posiada kompetencji kontrolnych ani władczych. W tym zakresie rzecznik współdziałał z odpowiednimi instytucjami i organami m.in. Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej oraz Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumenta.

Realizując swoje zadania rzecznik konsumentów kieruje się wytycznymi zawartymi w „Polityce Konsumentckiej na lata 2010-2013”, która stanowi szósty już z kolei dokument programowy opisujący działania Rządu Rzeczypospolitej Polskiej na rzecz wzmocnienia poziomu ochrony praw konsumentów na polskim rynku oraz zapewnienia im równych szans na rynku wspólnotowym.

Główne cele wskazane w dokumencie przygotowanym przez UOKiK to: rozwój bezpiecznego, przyjaznego konsumentom rynku, dialogu konsumenckiego, wzmacnianie mechanizmów samoregulacyjnych, tworzenie efektywnego systemu poradnictwa i dochodzenia roszczeń konsumenckich, inicjowanie zmian legislacyjnych, aktywna polityka informacyjno-edukacyjna.

1. Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy -ilość zatrudnionych osób oraz ich kwalifikacje zawodowe.

W strukturze organizacyjnej Urzędu Rzecznik jest bezpośrednio podporządkowany Prezydentowi Miasta Torunia, co jest zgodne z wymogiem art. 40 ust. 3 o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 z późn. zm.).

Zadania w zakresie ochrony konsumentów realizowane są w składzie dwuosobowym, w pełnym wymiarze czasu pracy.

Miejski Rzecznik Konsumentów Bożena Sawicka- posiada wykształcenie wyższe-Wydział Prawa i Administracji Uniwersytet im. M. Kopernika w Toruniu, kierunek prawo, ukończoną aplikację prokuratorską oraz studia podyplomowe z zakresu zamówień publicznych.

Główny specjalista- Karol Posachowicz- posiada również wykształcenie wyższe-Wydział Prawa i Administracji Uniwersytet im. M. Kopernika w Toruniu, kierunek prawo oraz ukończone studia podyplomowe z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi i studia europejskie.

Rzecznik przyjmuje zgłoszenia od konsumentów zarówno osobiście, jak i telefonicznie. Wnoszone sprawy są rejestrowane w podziale na porady i informacje oraz interwencje.

W przypadku podejmowania interwencji, konsument składa stosowny wniosek. Interwencje są monitorowane co do terminu załatwienia sprawy, a w przypadku braku odpowiedzi monitorowane. W przypadku uporczywego uchylania się od odpowiedzi, rzecznik korzysta z możliwości wnioskowania do sądu o ukaranie przedsiębiorcy karą przewidzianą w art. 42 ust. 4 w związku z art. 114 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Toruniu mieści w budynku Urzędu Miasta Torunia, **ul. Wały Gen. Sikorskiego 12.**

tel.: 56 6118640, 56 6118641

fax.: 56 6118640

e-mail: mrzk@um.torun.pl

Biuro jest czynne od poniedziałku do piątku, od godz. 7.30 do godz. 15.30.

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

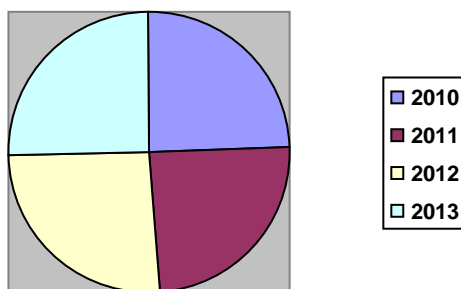
W roku 2013 ogółem wniesiono do miejskiego rzecznika konsumentów w Toruniu **5888 spraw**, z czego **4510** dotyczyło porad i informacji, **1378** – interwencji u przedsiębiorców, a także przygotowano **73** powództw na rzecz konsumentów.

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

Udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom jest podstawowym zadaniem rzecznika konsumentów. Pomoc konsumentom w tym zakresie odbywa się drogą telefoniczną, internetową bądź w bezpośrednich rozmowach i kontaktach ze zgłaszającymi się interesantami. Po rozpoznaniu wnoszonych spraw, przekazywane są zainteresowanym obowiązujące regulacje prawne i możliwości ich wykorzystania, podejmowane są rozmowy i mediacje z przedsiębiorcami, a także opracowywane wzory pism reklamacyjnych lub odwołań. Liczba udzielonych konsumentom porad i informacji drogą telefoniczną bądź osobistą w porównaniu z latami ubiegłymi utrzymuje się na stałym poziomie.

W 2013r. udzielonych zostało **4510 porad oraz informacji prawnych**. Obrazuje to poniższe zestawienie:

ILOŚĆ PORAD UDZIELONYCH w latach 2010-2013



Największą ilość zgłoszeń stanowią zapytania i udzielone porady oraz informacje dotyczące umów sprzedaży, zgłoszono ich **2155**. W dalszej kolejności odnotowano zapytania dotyczące umów o usługi – **2060**, następnie umów zawartych poza lokalem sprzedawcy lub na odległość – **295** (tabela nr 1)

Wzrastająca ilość interesantów korzystających z porad Rzecznika Konsumentów wskazuje na występowanie na rynku szeregu negatywnych zjawisk, a z drugiej strony na rosnącą świadomość konsumentką.

Najczęściej napotykanymi trudnościami w relacjach konsumentów z przedsiębiorcami jest przede wszystkim sposób oraz zbyt długi okres załatwiania reklamacji.

Z zestawienia wynika, że najwięcej spraw w zakresie umów sprzedaży dotyczyło obuwia, sprzętu AGD i RTV, telefonów, sprzętu komputerowego, wyposażenia wnętrz, samochodów. Struktura ta dokładnie odzwierciedla sytuację z roku 2012 i we wcześniejszych latach, gdzie ilość spraw wnoszonych do miejskiego rzecznika konsumentów kształtowała się podobnie.

Towary reklamowane są zwykle z powodu niskiej ich jakości i były nierzadko reklamowane kilkakrotnie. Dotyczy to przede wszystkim obuwia, telefonów oraz sprzętu komputerowego. W przypadku sprzętu AGD i RTV, a także komputerowego, zwykle reklamujący kupowali sprzęt w sieci dużych sklepów i tam występowały największe problemy z reklamacjami, które nie były najczęściej uznawane jako zasadne, często z łamaniem obowiązującego prawa.

Kolejnym problemem z jakimi spotykali się kupujący, to przede wszystkim odmowa uznania reklamacji za uzasadnioną na podstawie opinii punktów serwisowych producentów. W tym przypadku, w wyniku nieznamości swoich praw, kupujący byli kierowani przez sprzedawców do punktów serwisowych, a więc następowało wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową. Kupujący wchodzili natomiast w relacje z gwarantem z tytułu gwarancji, a więc na warunkach ustalonych przez nich samych.

Kupujący składali reklamację z tytułu niezgodności towaru z umową, natomiast sprzedawcy *de facto* zmuszali ich do korzystania z innego prawa – gwarancji.

Kolejną bolączką klientów były odległe terminy realizacji napraw towarów, a także brak informacji ze strony sprzedawcy o przysługujących kupującym prawach. Wielokrotnie też kupujący musieli korzystać z usług rzeczoznawców w celu udowodnienia sprzedawcy istnienia niezgodności w dniu wydania towaru.

W zakresie usług najwięcej zgłoszeń dotyczyło usług telekomunikacyjnych (przede wszystkim telefonia komórkowa i internet). Wśród interwencji u rzecznika najczęściej spotykano się z niemożnością rozwiązania umów bez wysokich opłat, mimo braku świadczenia usług przez operatorów telekomunikacyjnych, złe naliczenia należności, uchylania się sprzedawców usług telekomunikacyjnych od odpowiedzialności za wadliwy sprzęt (umowy sprzedaży sprzętu) sprzedawany w ramach promocji i związania poprzez to klienta z operatorem. Należy tu podnieść sprawę wprowadzających w błąd promocji i podawanie niepełnych informacji lub oferowanie innych usług niż podpisano w umowie. W zakresie internetu reklamowano brak zasięgu mimo

oświadczeń o jego istnieniu przez operatorów oraz jakości usług internetowych.

Drugimi w kolejności usługami, które były najczęściej reklamowane to usługi bankowe, w tym umowy z parabankami i umowami o kredyt konsumencki. Klienci najczęściej reklamowali nieudzielenie pełnych informacji skutkujące obciążeniami finansowymi, złe naliczanie, a także żądanie nienależnych zapłat.

Część konsumentów przychodziła do rzecznika po porady związane z tzw. „pętlą zadłużeniową” oraz dotyczące możliwości restrukturyzacji pobranych kredytów i pożyczek.

Wiele zgłoszeń dotyczyło także spraw ubezpieczeniowych. Konsumenci wskazywali na bezradność wobec firm ubezpieczeniowych w zakresie wywiązywania się z ich obowiązków: długotrwałe załatwianie spraw, zaniżanie wartości szkód, żądanie nienależnych opłat np. po rezygnacji z ubezpieczyciela.

W usługach bankowych, ubezpieczeniowych, telekomunikacyjnych, developerskich, czy turystycznych znaczną część udzielonych porad dotyczyła stosowania przez firmy w umowach klauzul niedozwolonych (abuzywnych). Wiele wnoszonych spraw dotyczyło nierzetelnej, wprowadzającej w błąd reklamy oraz udzielanych informacji, na podstawie której podejmowano decyzje zakupu usług.

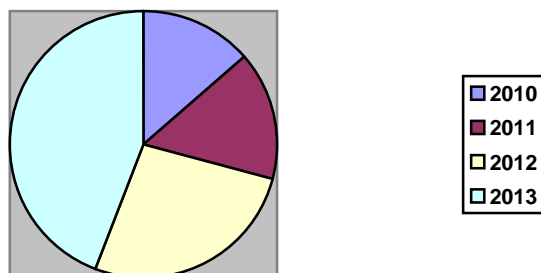
2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

W 2013 roku nie zaistniała potrzeba składania przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów. Należy podkreślić, że rzecznik jest informowany o planowanych sesjach Rady Miasta, otrzymuje proponowany porządek obrad i ma możliwość uczestnictwa w sesjach.

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

W wyniku rozpoznanych spraw rzecznik podjął w 2013 roku **1378** interwencje i wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw konsumentów. W porównaniu z rokiem 2012, w którym podjęto 829 interwencje jest to znaczący wzrost.

ILOŚĆ INTERWENCJI DO PRZEDSIĘBIORCÓW w latach 2010-2013



Wśród interwencji i wystąpień **922** dotyczyło spraw z zakresu umów sprzedaży, umów o usługi –**354**, umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa bądź na odległość oraz innych wystąpień **102**.

Spośród interwencji dotyczących **umów sprzedaży** najczęściej dotyczyło obuwia, sprzętu AGD i RTV, natomiast w zakresie **usług** – to usługi telekomunikacyjne bankowe.

W zakresie reklamacji obuwia najczęściej występowały sprawy związane z brakiem reakcji sprzedawcy na wystąpienia klienta, nieuznawanie reklamacji z związku z jakością obuwia, nieinformowania kupujących o właściwościach obuwia sportowego skutkującego codziennym używaniem obuwia, a nie w określonych warunkach (np. na hali sportowej). Częstym powodem wystąpień rzecznika była jakość telefonów otrzymywanych w promocjach. Z tego powodu klienci byli zobowiązani do płacenia abonamentów mimo nie posiadania możliwości komunikowania się ze względu na brak telefonu oddawanego do reklamacji. Nie mogli też odstąpić od umowy ze względu na wysokie opłaty karne z tego tytułu. Zwrócić tutaj trzeba uwagę, że w przypadku napraw gwarancyjnych serwisy nierzadko odmawiały napraw bezpłatnych sugerując, że uszkodzenia nastąpiły z winy użytkownika, co zwykle jest trudne dla klienta do udowodnienia.

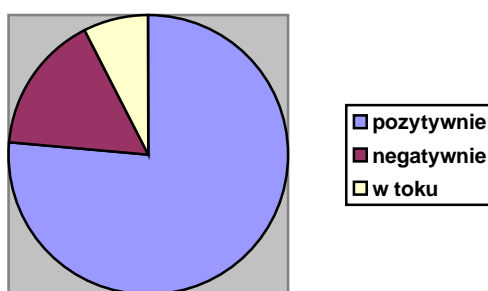
W usługach turystycznych przede wszystkim reklamowano niezgodne z umową zakwaterowanie w hotelach o niższym standardzie, wyliczanie okresu pobytu i zmniejszanie w związku z tym ilości świadczeń. W usługach przewozowych dominowały sprawy związane z nieterminową dostawą przesyłek, bądź ich zaginięciem lub zniszczeniem.

Nastąpił wzrost wystąpień miejskiego rzecznika konsumentów w sprawach związanych z zakupami na odległość oraz poza siedzibą przedsiębiorcy. Wiąże się to z wzrostem popularności zakupów i związaną z tym nasilającą się agresywną sprzedażą poza siedzibą przedsiębiorcy (prezentacje, sprzedaż okrężna, akwizycja w domach klientów) oraz na odległość (oferty telefoniczne, internetowe). W tym zakresie obserwuje się brak udzielania pełnych informacji o sprzedawanych towarach i usługach, przedstawianie nieprawdziwych ofert (rozmowa o jednej ofercie, a przekazywanie do podpisania umowy na inną szczególnie w zakresie umów

telekomunikacyjnych), nieinformowanie o możliwości odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni i utrudnianie odstąpienia, niewywiązywanie się umów (niedostarczanie towarów lub przesyłanie innych, słaba jakość towarów), niedotrzymywanie terminów. Często też utrudniony był kontakt klientów z tymi przedsiębiorcami, gdyż podane adresy i numery telefonów były nieaktualne lub nieprawdziwe.

Na **1378** spraw, w których interweniowano w 2013 r., **1054** zostało załatwione z rezultatem pomyślnym dla konsumenta, **219** negatywnie, a **105** spraw jest w toku załatwiania (tabela nr 2). Świadczy to o skuteczności wystąpień i interwencji rzecznika.

1378- ILOŚĆ INTERWENCJI w 2013 roku oraz SPOSÓB ICH ZAŁATWIENIA



4. Współdziałanie z UOKIK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumentckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.

Podobnie jak w latach ubiegłych, w 2013 roku Rzecznik Konsumentów na bieżąco współdziałał z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w tym z delegaturą w Bydgoszczy, Wojewódzkim Inspektoratem Inspekcji Handlowej Ośrodek Zamiejscowy w Toruniu, Federacją Konsumentów, Bankowym Arbitrażem Konsumentckim, Europejskim Centrum Konsumentckim, Rzecznikiem Ubezpieczonych, Urzędem Komunikacji Elektronicznej. Współdziałanie polegało na wzajemnej wymianie informacji na temat nowych regulacji prawnych, wydawanych decyzji, a także orzecznictwa w sprawach konsumentckich, czy sygnalizowaniu praktyk rynkowych naruszających prawa i interesy konsumentów.

W ramach współpracy z instytucjami i organizacjami działającymi na rzecz konsumenta rzecznik skierował do Urzędu Komunikacji Elektronicznej – Centrala w Warszawie zapytanie, w sprawie dotyczącej potwierdzenia dokonania zmian warunków umowy za pomocą środków

porozumiewania się na odległość, o którym mowa w art. 56 ust. 6 i 6a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 z późn. zm.).

Pytanie rzecznika dotyczyło momentu, od którego należy liczyć 10 dniowy termin początkowy na odstąpienie, czyli kiedy następuje OTRZYMANIE

POTWIERDZENIA PRZEZ ABONENTA?:

1. od dnia wysłania potwierdzenia przez operatora np. data wysłania maila?
2. od dnia potwierdzenia otrzymania potwierdzenia przez abonenta?
3. od kiedy jeśli abonent nie potwierdzi otrzymania potwierdzenia zmiany warunków umowy?

W odpowiedzi Urząd Komunikacji Elektronicznej przesłał wyjaśnienia, z których wynika, iż data otrzymania przez abonenta potwierdzenia dokonania zmian warunków umowy, o którym mowa w art. 56 ust. 6 Pt, przesłanego drogą elektroniczną (poczta elektroniczna) jest równoznaczna z datą **wprowadzenia przez operatora (przedsiębiorcę) wiadomości (potwierdzenia dokonania zmian) do środka komunikacji elektronicznej**. Decydująca jest data przyjęcia przez serwer pocztowy adresata korespondencji przesłanej przez przedsiębiorcę na adres e-mail abonenta, ponieważ jest ona w większości przypadków tzn. przy założeniu sprawdzania przez użytkownika skrzynki mailowej raz dziennie, tożsama z datą możliwości zapoznania się przez adresata z jej treścią, co w praktyce polega na tym, że adresat, po zalogowaniu się do konta (skrzynki) poczty elektronicznej może ją pobrać. Mając to na uwadze, otrzymanie przez abonenta potwierdzenia faktu złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy oraz jego zakresu i terminu wprowadzenia zmian, następuje z chwilą wpłynięcia wiadomości na jego skrzynkę e-mail. Zatem termin 10 dni na odstąpienie od dokonanych zmian warunków umowy, liczony jest od dnia następnego po dniu wpłynięcia powiadomienia na serwer pocztowy abonenta. Taka interpretacja jest o tyle uzasadniona, że abonent wyraża uprzednią zgodę na przesłanie potwierdzenia w postaci elektronicznej na podany adres poczty elektronicznej, tym samym przyjmując szybki tryb wysyłania i otrzymywania oświadczeń woli, tym samym rozumiejąc konieczność należytego i częstego sprawdzania podanego do kontaktu środka komunikacji elektronicznej.

Powyższe stanowisko UKE rzecznik przesłał do powiatowych oraz miejskich rzeczników konsumentów, co pozwoliło na ustalenie jednolitej praktyki w sprawach związanych ze zmianą warunków umowy na świadczenie usług telekomunikacyjnych.

W zakresie działań profilaktycznych, mających na celu ochronę interesów konsumentów, miejski rzecznik konsumentów, korzystając ze swoich uprawnień, złożył do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zawiadomienie o podejrzeniu stosowania **praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**.

Jako przedsiębiorcę stosującego praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów rzecznik wskazał firmę **Medicor s.c. z siedzibą przy ul. Plac Piłsudskiego 5 w Opalenicy**. Rzecznik wniósł o zbadanie zgodności postępowania w.w przedsiębiorcy z przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. 2007 Nr 50 poz.331 ze zm.)

- art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2- naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,

poprzez

- nieinformowanie konsumentów w przypadku zawierania umowy poza lokalem przedsiębiorstwa o prawie odstąpienia od umowy i wręczaniu konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co stanowi naruszenie art.3 ust.1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity Dz. U. z 2012r., poiz1225)

W odpowiedzi Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów powiadomił rzecznika, że dokona analizy czy opisane działania przedsiębiorcy mogą stanowić praktykę naruszającą interesy konsumentów w rozumieniu art.24 ust 2 uokik. Aktualnie sprawa jest w toku.

Istotną rolę w bieżącym przekazywaniu sobie informacji, trendów i problemów odgrywa właśnie współdziałanie rzeczników konsumentów z różnych miast. Dzięki temu wymieniono informacje o nieuczciwych instytucjach, sprawach wnoszonych do rzeczników obejmujących znaczne obszary kraju, czy o stosowaniu niedozwolonych praktyk. Pomocnym w pracy rzecznika jest także wydawnictwo Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów - Biuletyn kwartalny, liczne informacje uzyskiwane z UOKiK.

W ramach współpracy z instytucjami i organizacjami działającymi na rzecz konsumenta Bożena Sawicka brała udział w szkoleniu z zakresu usług bankowych, w bezpłatnym, dwudniowym szkoleniu z zakresu szeroko rozumianej sprzedaży konsumenckiej, bankowości i usług finansowych, usług telekomunikacyjnych oraz dostawy energii, organizowanym przez Federację Konsumentów w ramach Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich pn: „Ochrona konsumenta w społecznościach lokalnych” oraz organizowanym z inicjatywy Rady Krajowej Federacji Konsumentów spotkaniu pn. „Ochrona Konsumenta w społecznościach lokalnych” z udziałem Miejskich i Powiatowych Rzeczników Konsumentów oraz działaczy Federacji Konsumentów.

Należy podkreślić, że systematyczne doszktałcanie odgrywa ważną rolę w zwiększaniu i doskonaleniu wiedzy w zakresie prawa konsumenckiego, co ma odzwierciedlenie w jakości pomocy udzielanej konsumentom.

5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań

W 2013 r. miejski rzecznik konsumentów nie był stroną i nie reprezentował konsumentów przed sądami. Natomiast przygotował wystąpienia do sądu w **73** sprawach w tym **47** dotyczących reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, **6**

z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania usług. W dziewiętnastu przypadkach został przygotowany sprzeciw od otrzymanego nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym. W jednym przypadku z racji uporczywego uchylania się przez przedsiębiorcę od odpowiedzi na wystąpienia rzecznika, złożone zostało zawiadomienia na policję o popełnieniu przez przedsiębiorców wykroczenia na podstawie art. 114 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Strukturę tychże spraw obrazuje (tabela nr 3).

Należy podkreślić, iż skierowanie pozwu do sądu następuje zwykle w przypadkach, w których przedsiębiorca nie chce podporządkować się przepisom prawa (nie uwzględnia ekspertyz rzeczoznawców, nie odpowiada na reklamacje kupującego, wystąpienia rzecznika, nie realizuje zobowiązań umownych, bądź je ogranicza w sposób niekorzystny dla konsumenta). Często doprowadzenie do postępowania sądowego wkalkulowane jest w działalność operacyjną przedsiębiorcy (np. ubezpieczyciela, banku, telekomunikacji). Wiele osób rezygnuje z tej drogi, stąd ryzyko dla przedsiębiorcy jest niewielkie, a przy tym nie łamie stosowanych przez siebie zasad postępowania z klientami (np. nie zgadza się na wypowiedzenie umowy, odstąpienie od kar umownych itp.), co przynosi mu określone korzyści. Stąd rolą rzecznika jest dogłębne, wnikliwe zbadanie wnoszonych spraw oraz doradztwo kupującemu. Pomoc w przygotowaniu pozwu poprzedzone jest postępowaniem interwencyjnym mającym na celu polubowne załatwienie sprawy.

Z uwagi na koszty oraz czasochłonność spraw sądowych Rzecznik stara się uzyskać pozytywny rezultat dla konsumenta poprzez częstsze mediacje i interwencje u przedsiębiorców. Realizuje to poprzez wystąpienia pisemne, rozmowy telefoniczne, osobiste wizyty u przedsiębiorców, a także wspomaga się ekspertyzami rzeczoznawców.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Realizując zadania wynikające z przyjętej „Polityki Konsumentckiej” na lata 2010–2013, mieszczące się w kompetencjach rzecznika, szczególny nacisk położono na edukację konsumentcką.

W związku z tym zainicjowano szereg akcji mających na celu podniesienie poziomu świadomości konsumentckiej na temat obowiązujących przepisów prawnych chroniących konsumenta w obrocie towarowym z przedsiębiorcami.

W miesiącu marcu 2013 roku, z uwagi na „*Światowy dzień konsumenta*”, który w dniu 15 marca w Polsce obchodzony był po raz 14, Miejski Rzecznik Konsumentów w Toruniu przeprowadził w toruńskich szkołach ponadgimnazjalnych szkolenia w przedmiocie ochrony praw konsumenta. Omówione zostały takie pojęcia jak konsument, przedsiębiorca, niezgodność towaru z umową, gwarancja jakości, rękojmia za wady fizyczne, charakterystyka umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, prawo do odstąpienia od w/w umów jak również praktyczne problemy dotyczące zasad składania reklamacji.

Szkolenia odbyły się m.in. w Zespole Szkół Inżynierii Środowiska przy ul. Batorego 43/49 w Toruniu, w Zespole Szkół Gastronomiczno-Hotelarskich przy ul. Osokowej 15, w Zespole Szkół Nr 22 przy ul. Fałata 88/90 oraz w Zespole Szkół Samochodowych. Rzecznik spotkał się z grupą ponad 100 uczniów, a spotkania cieszyły się dużym zainteresowaniem oraz uznaniem słuchaczy, którzy aktywnie uczestniczyli w szkoleniach zadając wiele pytań.

Z uwagi na fakt, że do biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów zgłasza się co raz więcej osób starszych, które zbyt pochopnie dokonały zakupu towaru bądź usługi, Miejski Rzecznik Konsumentów w Toruniu przeprowadził w miesiącu grudniu 2013 roku szereg spotkań w toruńskich „**Klubach Seniora**”, których celem było podniesienie świadomości konsumentckiej.

Grupa wiekowa 60+, jest szczególnie narażona na nieuczciwe praktyki rynkowe ze strony przedsiębiorców. Z jednej strony seniorzy aktywnie poruszają się na rynku: regularnie uczęszczają na pokazy i prezentacje towarów, jeżdżą na zorganizowane wycieczki. Z drugiej strony często padają ofiarami manipulacji i oszustw.

Najczęściej źródłem wszelkich problemów jest zbyt szybkie i nie do końca przemyślane podpisywanie podsuwanych przez przedsiębiorcę dokumentów, bez choćby pobieżnego zapoznania się z ich treścią.

Podczas konferencji pt. „*Rozwój postaw przedsiębiorczych i obywatelskich u uczniów i nauczycieli*”, zorganizowanej przez Kujawsko-Pomorskie Centrum Edukacji Nauczycieli w Toruniu rzecznik zaprezentował prelekcję „**Konsument-klient jako obywatel**”. Tematyka

przedsięwzięcia łączyła się z 65. rocznicą podpisania Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka i ogłoszeniem przez Parlament Europejski **ROK 2013 –Europejskim Rokiem Obywateli**. Przedsięwzięcie wpisało się w Strategię Edukacji Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Rzecznik brał również aktywny udział w kampanii Polskiej Zielonej Sieci na rzecz zrównoważonej konsumpcji i produkcji pn.. „**KUPUJ ODPOWIEDZIALNIE-drewno i papier**” prezentując prelekcję „**Kupuj odpowiedzialnie! – Twoje pieniądze kształtują Świat**”

Miejski rzecznik konsumentów przekazywał również lokalnym mediom-prasie i TV informacje o działaniach własnych oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Przygotowano informacje dla prasy, z których kilkadziesiąt znalazło swoje odzwierciedlenie w postaci artykułów, a także zostało wykorzystanych w wywiadach radiowych, w telewizji lokalnej i krajowej (TVP, TVN24).

Na łamach prasy rzecznik informował konsumentów o przysługujących im prawach, ostrzegał i zwracał uwagę na nieprawidłowe praktyki przedsiębiorców

7. Podejmowanie działań wynikających z:

- art. 479 (38) Kpc (niedozwolone postanowienia umowne),
- ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,
- art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)
- art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)

W roku 2013 nie wystąpiły przesłanki do podjęcia przez rzecznika konsumentów działań wymienionych w powyższym punkcie.

III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW

8. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.

W celu polepszenia standardów ochrony konsumentów konieczna jest zmiana przepisów ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego poprzez wskazanie konkretnego terminu załatwienia reklamacji. Postulat taki zgłaszany był w latach poprzednich. Niestety zmiany przepisów wynikające z obowiązku wdrożenia dyrektywy PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY z dnia 25 maja 1999 o sprzedaży konsumenckiej (1999/44/WE) do Kodeksu cywilnego i zintegrowane z kodeksowymi przepisami dotyczącymi rękojmi oraz gwarancji (uchylona zostanie ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej) **nie przewidują precyzyjnego terminu na załatwienie reklamacji.**

Ponadto analizy funkcjonowania w praktyce wymaga art. Art. 208¹ Kodeksu postępowania cywilnego, dodanego przez art. 1 pkt 4 ustawy z dnia 10 maja 2012 r. (Dz.U.2013.654) zmieniający ustawę Kodeks postępowania cywilnego z dniem 7 lipca 2013 r.:

„Sąd z urzędu ustala numer PESEL pozwanego będącego osobą fizyczną, jeżeli jest on obowiązany do jego posiadania lub posiada go nie mając takiego obowiązku, lub numer w Krajowym Rejestrze Sądowym, a w przypadku jego braku - numer w innym właściwym rejestrze, ewidencji lub NIP pozwanego niebędącego osobą fizyczną, który nie ma obowiązku wpisu we właściwym rejestrze lub ewidencji, jeżeli jest on obowiązany do jego posiadania”

Przepis stanowi, że to sąd ustala numer PESEL pozwanego na podstawie danych podanych przez powoda, a powód ma w pozwie obowiązek podania **adresu zamieszkania**, nie adresu zameldowania pozwanego lub innych danych, takich jak **imiona i nazwiska rodziców, data urodzenia pozwanego.**

W praktyce sąd wzywa powoda, pod rygorem zawieszenia postępowania z urzędu zgodnie z **art. 177. § 1. Kpc**, do uzupełnienia w terminie 7 dni danych pozwalających sądowi na ustalenie numeru PESEL, co często okazuje się dla powoda niewykonalne. W konsekwencji powód pozbawiony jest możliwości skutecznego dochodzenia swoich praw w postępowaniu przed sądem powszechnym.

Wskazane jest również wykreślenie rzecznika konsumentów z przepisów ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym. Postępowanie sądowe w tych sprawach wiąże

się z przymusem adwokackim, dlatego udział rzecznika konsumentów jest zbędny (uchwała SN z 13.7.2011 r., III CZP 28/11 - rzecznik konsumentów pełniący rolę reprezentanta grupy jest w postępowaniu grupowym powodem i dotyczą go wszystkie przepisy regulujące sytuację powoda).

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników

Działalność rzecznika cieszy się dużą popularnością u mieszkańców Torunia. Świadczy o tym zwiększająca się liczba mieszkańców kontaktująca się z rzecznikiem. W wyniku prowadzonej różnymi sposobami edukacji w tym zakresie, obserwuje się coraz większą znajomość praw przez konsumentów, aczkolwiek w dalszym ciągu jest ona niska a problemem staje się nieznanostwo tychże praw przez przedsiębiorców. Stąd wśród negatywnych zjawisk i przyczyn sporów między konsumentami a przedsiębiorcami wymienić można nierespektowanie lub niekorzystne interpretowanie praw konsumenta przez sprzedawców i usługobiorców, ograniczanie swojej odpowiedzialności, stosowanie niedozwolonych klauzuli umownych, niedostateczne informowanie klienta o właściwościach towarów, stosowanie agresywnej reklamy.

W roku sprawozdawczym kontynuowane były różnorodne formy i metody udzielania pomocy konsumentom. Wiąże się to z jednej strony z wielością wnoszonych problemów jak i często wyjątkowości spraw. Część z nich nie mieściła się w zakresie działania rzecznika, lecz starano się ukierunkować wnioskodawcę co do dalszych możliwości pozytywnego dla niego rozstrzygnięcia. Podejmowano też, na podstawie sygnałów od konsumentów, działania mające na celu eliminację zjawisk mających charakter zbiorowego naruszenia praw konsumentów. Dotyczy to przede wszystkim stosowania wzorców umów przez takie instytucje jak banki, towarzystwa ubezpieczeniowe, czy instytucje finansowe, ale też developerów, przedsiębiorców budowlanych a także reklamy, która niejednokrotnie wprowadza konsumentów w błąd.

Ważną rolę Rzecznika okazuje się działalność interwencyjna i mediacyjna. Dzięki systematycznemu i wytrwałemu monitorowaniu niektórych poczynań przedsiębiorców znane są ich sposoby kontaktów z kupującymi, a reakcja rzecznika przynosi efekt w postaci zaniechania niekorzystnych zachowań. Zdecydowana większość przedsiębiorców pozytywnie rozpatruje reklamacje po interwencji rzecznika.

Skuteczna i aktywna działalność rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi miasta, jako przyjaznego mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Stąd istotną sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz spełnianie oczekiwań poszkodowanych. Zaznaczyć tu należy, iż praca ta wymaga szczególnego obiektywizmu tak, aby żądania konsumentów miały

charakter rzeczowy i uzasadniony i nie naruszały dobrych obyczajów w relacjach sprzedawca – konsument, z czym także rzecznik się spotyka. Rosnąca z roku na rok ilość spraw powoduje, że należy również bardzo wnikliwie monitorować przepisy prawne i przeciwdziałać wszelkim praktykom naruszającym interesy konsumentów poprzez m.in. szersze wyjście z nowymi formami edukacyjnymi poprawiającymi świadomość konsumenta. Działalność biura rzecznika konsumentów jest bowiem bardzo ważna dla mieszkańców miasta Torunia, gdyż w tym miejscu uzyskują pomoc w egzekwowaniu swoich praw w sprawach indywidualnych.

Od szeregu lat działalność Rzecznika pozytywnie oceniana jest przez konsumentów, co znajduje odzwierciedlenie w licznych podziękowaniach składanych osobiście jak również w formie pisemnej. Jednakże w przypadku utrzymywania się dużej liczby spraw konsumenckich, w szczególności o znacznym stopniu skomplikowania, dla utrzymania wysokiego poziomu obsługi klientów, konieczne będzie wzmocnienie etatowe Rzecznika.

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.

| | Ogółem |
|---|-------------|
| I. Usługi, w tym: | 2060 |
| ubezpieczeniowa | 161 |
| finansowa (inne niż ubezpieczeniowa) | 310 |
| remontowo-budowlana | 48 |
| dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości | 510 |
| telekomunikacja (telefony, TV) | 491 |
| turystyczno-hotelarska | 43 |
| deweloperska, pośrednictwo nieruchomości | 19 |
| motoryzacja | 54 |
| pralnicza | 41 |
| timeshare | - |
| pocztowa | 38 |
| gastronomiczna | 16 |
| przewozowa | 33 |
| edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa | 52 |
| medyczna | 11 |
| wyposażenie wnętrz | 27 |
| pogrzebowa | 13 |
| windykacyjne | 132 |
| inne | 61 |
| II. Umowy sprzedaży, w tym: | 2155 |
| obuwie i odzież | 882 |
| wyposażenie mieszkania | 126 |
| sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny) | 489 |
| komputer i akcesoria komputerowe | 111 |
| motoryzacja | 88 |
| artykuły spożywcze | 12 |
| artykuły chemiczne i kosmetyki | 24 |
| zabawki | 31 |
| inne | 392 |
| III. Umowy poza lokalem i na odległość | 295 |
| OGÓŁEM | 4510 |

Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów.

| Przedmiot sprawy | Ilość wystąpień ogółem | Zakończone pozytywnie | Zakończone negatywnie | Sprawy w toku |
|---|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| I. Usługi, w tym: | 354 | 256 | 78 | 20 |
| ubezpieczeniowa | 16 | 10 | 5 | 1 |
| finansowa(inna niż ubezpiecz.) | 56 | 38 | 12 | 6 |
| remontowo-budowlana | 10 | 7 | 3 | - |
| dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości | 111 | 82 | 28 | 1 |
| telekomunikacja (telefon, TV) | 83 | 63 | 15 | 5 |
| turystyczno-hotelarska | 7 | 5 | 2 | - |
| deweloperska, pośrednictwo nieruchomości | 4 | 3 | 1 | - |
| motoryzacja | 6 | 4 | 1 | 1 |
| pralnicza | 6 | 4 | 2 | - |
| timeshare | - | - | - | - |
| pocztowa | 9 | 5 | - | 4 |
| gastronomiczna | - | - | - | - |
| przewozowa | 5 | 4 | 1 | - |
| edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa | 6 | 5 | 1 | - |
| medyczna | 2 | 1 | 1 | - |
| wyposażenie wnętrz | 1 | 1 | - | - |
| pogrzebowa | 1 | 1 | - | - |
| windykacyjne | 23 | 18 | 5 | - |
| inne | 8 | 5 | 1 | 2 |
| II. Umowy sprzedaży, w tym: | 922 | 717 | 124 | 81 |
| obuwie i odzież | 591 | 470 | 68 | 53 |
| wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego | 88 | 69 | 13 | 6 |
| sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny) | 103 | 72 | 22 | 9 |
| komputer i akcesoria komputerowe | 40 | 29 | 7 | 4 |
| motoryzacja | 14 | 10 | 4 | - |
| artykuły spożywcze | 4 | 3 | - | 1 |
| artykuły chemiczne i kosmetyki | 1 | 1 | - | - |
| zabawki | 7 | 5 | 2 | - |
| inne | 74 | 58 | 8 | 8 |
| III. Umowy poza lokalem i na odległość | 102 | 81 | 17 | 5 |
| OGÓŁEM | 1378 | 1054 | 219 | 105 |

Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów.

| lp. | Przedmiot sporu | Rozstrzygnięcie sądu | | Sprawy w toku | Ilość powództw ogółem |
|-----|--|--|-----------|---------------|-----------------------|
| | | pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części) | negatywne | | |
| 1. | Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów | 41 | 1 | 5 | 47 |
| 2. | Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług | 4 | - | 2 | 6 |
| 3. | Przygotowanie sprzeciwu od nakazu zapłaty | 17 | 2 | | 19 |
| 4. | Wystąpienia Miejskiego Rzecznika Konsumentów do sądu o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny | 0 | 1 | - | 1 |
| | Ilość spraw sądowych ogółem | 64 | 4 | 7 | 73 |

Sporządziła:

Bożena Sawicka
Miejski Rzecznik Konsumentów