

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Kutnie

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO
RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W KUTNIE**

ZA ROK 2019

Kutno, marzec 2020 r.

INFORMACJE OGÓLNE

Struktura biura rzecznika, stan kadrowy

Województwo i powiat	Województwo łódzkie, powiat kutnowski
Liczba mieszkańców miasta/powiatu Proszę podać najnowsze dostępne dane	100000
Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Aleksandra Bielecka
Wykształcenie Proszę zaznaczyć właściwe	☒ wyższe prawnicze ☐ radca prawny ☐ wyższe ekonomiczne ☐ wyższe filologiczne ☐ wyższe inne (jakie?)
Wymiar etatu	☒ cały etat ☐ 4/5 etatu ☐ 3/5 etatu ☐ 1/2 etatu ☐ 1/4 etatu ☐ 1/8 etatu ☐ inny wymiar etatu (jaki?) ☐ inna forma zatrudnienia (proszę opisać)
jeśli rzecznik dzieli etat między ochronę konsumentów a inne zadania, proszę napisać jakie są to zadania	
Czy rzecznik korzysta stale z pomocy innych osób? Jeśli tak, to w jakim wymiarze. Proszę napisać, ile osób stale pomaga rzecznikowi w wykonywaniu obowiązków (jeśli liczba zmieniała się w trakcie roku, proszę wpisać średnią). Proszę napisać, na ile etatów łącznie (nie wliczając samego rzecznika) pracują te osoby.	☒ tak ☐ nie 1 osoba zatrudniona w Biurze Powiatowego Rzecznika Konsumentów na cały etat. (w 2019 r. z powodu długotrwałej usprawiedliwionej nieobecności pracownika Biura Rzecznik Konsumentów od kwietnia 2019 r. wykonywał obowiązek jednoosobowo)
Dostępność rzecznika dla konsumentów Proszę podać liczbę godzin w tygodniu, w których rzecznik lub jego współpracownicy są dostępni dla konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	3 razy w tygodniu po 3 godziny + dyżury 5 godzin dwa razy w miesiącu w gminie (telefonicznie i mailowo porady udzielane są przez 8 godzin 5 dni w tygodniu)
Czy rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura	☒ tak ☐ nie
Koszty działalności (zł.) Proszę podać wysokość budżetu biura lub wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować	Szacunkowo ok. 150 000,00 zł

REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

Do podstawowych obowiązków rzecznika konsumentów należy m.in.:

- 1) zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów, w tym:
 - udzielanie bezpłatnych porad prawnych konsumentom,
 - pomoc w redagowaniu pism z roszczeniami wynikającymi z reklamacji towarów i usług,
 - wskazywanie instytucji, w których konsument może uzyskać fachowe, techniczne porady i opinie,
- 2) Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów, w tym:
 - prowadzenie mediacji mającej na celu polubowne i pozasądowe zakończenie sporu pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą,
 - wskazywanie stosownych przepisów prawa mających zastosowanie w konkretnej, indywidualnej sprawie,
- 3) Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- 4) Pomoc prawna w zakresie przygotowania pozwów sądowych i pozostałych pism procesowych wnoszonych indywidualnie przez konsumentów,
- 5) Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- 6) Współdziałanie z instytucjami i organizacjami zajmującymi się ochroną konsumentów, w tym m.in. z:
 - Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
 - Rzecznikiem Praw Obywatelskich,
 - Urzędem Regulacji Energetyki,
 - Urzędem Komunikacji Elektronicznej,
 - Prezesem Urzędu Ochrony Danych Osobowych,
 - organami Inspekcji Handlowej,
 - organami Inspekcji Sanitarnej,
 - Arbitrem Bankowym,
 - Rzecznikiem Finansowym,
 - Europejskim Centrum Konsumenckim,
 - pozarządowymi organizacjami konsumenckimi np. Stowarzyszeniem Konsumentów Polskim, Federacją Konsumentów, Stowarzyszeniem Rzeczników Konsumentów,
- 7) Działania w zakresie edukacji konsumenckiej w szkołach,
- 8) Działania w zakresie edukacji konsumenckiej wśród społeczności lokalnej,
- 9) Współpraca z mediami w celu propagowania praw konsumentów (wywiady telewizyjne, radiowe, prasowe),

- 10) Działania na rzecz konsumentów w zakresie przeciwdziałania naruszeniom zbiorowych interesów konsumentów, w tym:
 - bieżące monitorowanie rejestru klauzul abuzywnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz decyzji i ostrzeżeń konsumenckich wydawanych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
 - współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w zakresie ochrony zbiorowych interesów konsumentów,
- 11) Współdziałanie z instytucjami i organizacjami zajmującymi się ochroną konsumentów w zakresie przeciwdziałania nieuczciwym praktykom rynkowym,
- 12) Współdziałanie z instytucjami i organizacjami zajmującymi się ochroną konsumentów w zakresie stwierdzenia występowania na rynku towarów niebezpiecznych,
- 13) Współdziałanie z instytucjami i organizacjami zajmującymi się ochroną konsumentów w zakresie zwalczania nieuczciwej konkurencji,
- 14) Wykonywanie innych zadań przewidzianych przepisami prawa, mających na celu ochronę i propagowanie szeroko pojętego interesu konsumentów.

Poradnictwo i informacja prawna

Proszę opisać, jak rzecznik świadczy poradnictwo (telefonicznie, emailowo, przez media społecznościowe, osobiście w biurze, osobiście w innych miejscach - np. urzędy, centra handlowe, jarmarki, wydarzenia itp.) i w jakim wymiarze.

Jednym z podstawowych zadań wykonywanych przez rzeczników konsumentów jest zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Kutnie, w ramach pełnionych obowiązków, udziela porad telefonicznie, e-mailowo i bezpośrednio w biurze, mieszczącym się w siedzibie Starostwa Powiatowego w Kutnie przy ul. Królowej Jadwigi 7 (pokój Nr 42). W przypadku porad uzyskiwanych bezpośrednio w biurze wyznaczone są godziny przyjęć interesantów w poniedziałki i środy w godzinach 12⁰⁰ - 15⁰⁰ oraz piątki w godzinach 8⁰⁰ - 11⁰⁰. W każdy drugi i czwarty wtorek miesiąca Powiatowy Rzecznik Konsumentów pełni również dyżur w Urzędzie Gminy w Żychlinie.

Ochrona praw konsumentów jest istotnym zadaniem o charakterze społecznym realizowanym na szczeblu samorządowym. Propagowanie i rozszerzanie wiedzy społeczeństwa oraz pomoc prawna w zakresie ochrony praw konsumentów ma istotne znaczenie. O wadze tych problemów świadczy również fakt wpisania odpowiedniej regulacji do Konstytucji RP - art. 76 - *Władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa.*

Prawa konsumenckie są integralną częścią praw człowieka i obywatela, i jest to dziedzina prawa, której znajomość jest społeczeństwu potrzebna w życiu codziennym. Ochronę praw konsumentów na szczeblu samorządowym realizuje, zgodnie z Ustawą o ochronie Konkurencji i Konsumentów (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 369) Powiatowy Rzecznik Konsumentów.

Proszę oszacować profil wiekowy osób, które proszą o poradę rzecznika konsumentów.

młodzież (16-25 lat)	20	%
dorośli (26-60 lat)	30	%
seniorzy (powyżej 60 lat)	50	%

Jaka część spraw to proste pytania, które nie wymagają analizy dokumentów?

- | | | |
|---|---------------------------------|------------------------------------|
| ☒ mniej niż 10% | ☐ 11-30% | ☐ 31-50% |
| ☐ 51-70% | ☐ 71-90% | ☐ ponad 91% |

Jakiej pomocy najczęściej oczekują konsumenci od rzecznika?

Udzielanie porad prawnych jest zadaniem, które obejmuje szeroki zakres działań. Pomoc konsumentom polega przede wszystkim na udzielaniu informacji dotyczących prawnej sytuacji konsumenta, wskazaniu możliwości dochodzenia roszczeń, wyjaśnieniu i interpretowaniu przepisów prawa, ale także przygotowywaniu pism reklamacyjnych, sporządzaniu pism procesowych, sporządzaniu wniosków konsumentom do instytucji branżowych np. Rzecznika Finansowego.

Udzielane porady prawne dotyczą często informacji ogólnych lub spraw nie mających *stricte* charakteru niekonsumenckiego. W przypadku spraw niekonsumenckich Rzecznik wskazuje instytucję, która w danej sprawie jest właściwa.

Wskaźnik udzielanych porad nadal utrzymuje się na wysokim poziomie. Z obserwacji Rzecznika Konsumentów wynika, że zainteresowanie, czy też potrzeba zasięgnięcia porad przez konsumentów dotyczy skrajnych sytuacji i uzależniona jest od poziomu świadomości interesantów. Dostrzega się wzrost świadomości prawnej konsumentów i wiele osób zasięgających porad konsumentów, kieruje swoje zapytania do Rzecznika w celu potwierdzenia, uszczegółowienia lub usystematyzowania posiadanej wiedzy. To dostrzegalny, pozytywny znak, utwierdzający, że edukacja konsumencka jest potrzebna i przynosi wymierne korzyści.

Nadal jednak duża grupa konsumentów, w tym najczęściej osoby starsze, nie znają przepisów konsumenckich, nie mają świadomości swoich uprawnień, nie mają nawyku czytania umów lub okazują zbyt dużą ufność wobec sprzedawców lub akwizytorów, przez co udzielanie pomocy prawnej tej grupie osób jest bardzo istotne i potrzebne. Nie tylko przez swoją niefrasobliwość, ale bardzo często ze względu na skomplikowanie przepisów i umów, konsumenci nie są w stanie zorientować się w swojej sytuacji, czy np. podjęli dobrą decyzję, czy umowa jest właściwie realizowana, czy padli ofiarą nieuczciwego przedsiębiorcy, itp.

Problemy, z jakimi konsumenci zgłaszają się po poradę są bardzo różnorodne. Są to przede wszystkim skargi na łamanie przez sprzedawców i usługodawców przepisów dotyczących praw konsumentów, w szczególności skargi dotyczące odrzuconych reklamacji produktów wadliwych, niezgodnych z umową. Skargi dotyczą również nienależytego lub nieterminowego wykonywania umowy, ograniczania praw konsumentów, niekorzystnych klauzul umownych, wykorzystywania niewiedzy konsumentów, wykorzystywanie przewagi kontraktowej i wprowadzenia konsumentów w błąd podczas zawierania umów zarówno na odległość, poza lokalem przedsiębiorstwa, jak i stacjonarnie, doprowadzania do niekorzystnego rozporządzenia mieniem, stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych lub naruszania zbiorowych interesów konsumentów.

Różnorodność udzielanych porad uzależniona jest od szerokiego spektrum spraw, które uznaje się za konsumenckie. Zawieranie umów konsumenckich jest stałym elementem

życia człowieka i dotyczy bardzo wielu aspektów, począwszy od nabywania towarów (zakup biletu autobusowego, zakup jedzenia, odzieży, obuwia, sprzętów AGD, RTV) po zawieranie umów o dostarczanie usług (sprzedaż energii, tv, Internet, telefon, umowy ubezpieczenia, umowy bankowe, wycieczki turystyczne) itd.

Jaka część spraw kończy się:

- | | |
|--|-----|
| - pomocą w napisaniu reklamacji | 10% |
| - pomocą w sporządzeniu sprzeciwu lub innego pisma procesowego | 10% |
| - przekazaniem sprawy do innej instytucji (RzF, UKE, URE itd.) | 2% |
| - skierowaniem sprawy do podmiotu ADR | 2% |

Wnioski w sprawie przepisów prawa miejscowego

*Ile takich wniosków rzecznik/czka złożył/a w danym roku i jakich aktów prawa dotyczyły?
A jeśli tego nie robił/a - dlaczego nie korzysta z tego uprawnienia?*

W 2019 r. korzystając z uprawnień wynikających z Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2019, poz. 369) dot. składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów Powiatowy Rzecznik Konsumentów podjął do wyjaśnienia sprawę ustalenia stawki ryczałtowej za gospodarowanie odpadami komunalnymi odnośnie domków letniskowych i innych nieruchomości wykorzystywanych jedynie przez część roku. Rada Gminy, do której zwrócił się Rzecznik zmniejszyła opłatę ryczałtową i dostosowała sposób jej wyliczenia do obowiązujących przepisów prawa określonych Ustawie o utrzymaniu czystości i porządku w gminach (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 2010)

Wystąpienia do przedsiębiorców

Czy rzecznik wymaga, żeby konsument samodzielnie przeszedł procedurę reklamacyjną, zanim zwróci się do rzecznika o podjęcie interwencji?

☒ tak

☐ nie

Jak konsumenci reagują na ten wymóg?

Składają reklamacje zgodnie z wytycznymi wskazanymi przez Rzecznika lub zgodnie z procedurą danego przedsiębiorcy i kontaktują się ponownie po otrzymanymi odpowiedzi lub po odrzuceniu reklamacji. Często konsumenci proszą o sporządzenie pisma reklamacyjnego, co oczywiście zostaje wykonane.

Proszę napisać, jakie były skutki wezwań kierowanych przez rzecznika/czkę do przedsiębiorców. Jak przedsiębiorcy reagują na takie wystąpienia? Czy widać różnicę postaw pomiędzy dużymi a małymi przedsiębiorstwami? Inne wnioski i uwagi.

Przedsiębiorcy udzielają odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika Konsumentów, często przystępują do negocjacji, czy mediacji proponowanej przez Rzecznika w indywidualnej sprawie.

W przypadku braku reakcji na wystąpienie Rzecznika wysyłane jest ponaglenie ze zwróceniem uwagi na art. 114 ust. 1 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16.02.2007 r. (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 369), który stanowi, że kto wbrew przepisowi art. 42 ust. 4 narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi konsumentów wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub obowiązek ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika podlega karze grzywny nie mniejszej niż 2000 zł

Z dotychczasowych obserwacji wynika, że przedsiębiorcy zazwyczaj nie uchylają się od udzielenia odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika Konsumentów. Duże znaczenie ma tutaj sankcja finansowa wskazana powyżej i uznanie braku odpowiedzi na wystąpienie rzecznika konsumentów za wykroczenie.

Czy rzecznik korzysta z niesformalizowanych metod perswazji (telefon do przedsiębiorcy, spotkanie, rozmowa)? Ile razy?

Zdarzają się sprawy, przy których takie niesformalizowane metody są stosowane, nie jest to jednak częste działanie. Interwencja pisemna ma tę wyższość, że pozostaje bezsporny dowód ustaleń a w przypadku konieczności wystąpienia na drogę postępowania sądowego jest to niezbędne.

Rzecznik bierze udział w wizjach lokalnych w przypadku reklamacji produktów lub usług zrealizowanych w domu konsumenta lub podczas wizyt serwisów. Podczas takich wizji jest sporządzany protokół utrwalający ustalenia i rozbieżności stron (również do wykorzystania w ewentualnym procesie sądowym). Uczestnictwo Rzecznika w takich działaniach pozwala również na składanie zeznań w charakterze świadka w procesie sądowym.

Ile razy rzecznik wystąpił do przedsiębiorcy nie w sprawie konkretnego konsumenta lecz w interesie publicznym? Proszę opisać te sprawy.

Wystąpienia i interwencje do przedsiębiorstw energetycznych mają walor działania na rzecz interesu publicznego, uwagi dotyczące działalności punktów partnerskich tego przedsiębiorcy mają wpływ na umowy zawierane z szeroko rozumianą społecznością lokalną. Działania te są podejmowane stale i wystąpienia Rzecznika w tym zakresie mają na celu wyeliminowanie działań noszących znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych.

Proszę oszacować, jaka jest średnia wartość przedmiotu sporu w sprawach, w których rzecznik występował do przedsiębiorców.

Szacunkowa łączna wartość przedmiotu sporu podjętych interwencji to 220.000,00 zł

Szacunkowa łączna wartość przedmiotu sporu w sprawach sądowych, w których uczestniczył Rzecznik to 135.000,00 zł

Szacunkowa wartość jednego przedmiotu sporu nie ma znaczenia, waha się od kilkudziesięciu złotych do kilkudziesięciu tysięcy złotych. Niektórych spraw nie da się oszacować lub brak takich danych, np. w sprawach, w których przedsiębiorca, na skutek interwencji rzecznika, wycofał się z umowy niekorzystnej na dla konsumenta w zakresie opłaty handlowych brak jest danych ile wyniosłaby wartość wszystkich opłat naliczonych zgodnie z pierwotnie zawartą a anulowaną umową. Wartość dokonywanych napraw rzeczy lub usług także nie jest możliwa do oszacowania przez Rzecznika i do wykazania tego szacunku.

Polubowne rozwiązywanie sporów

Czy rzecznik wymaga, żeby konsument samodzielnie przeszedł procedurę ADR, zanim zwróci się do rzecznika o podjęcie interwencji?

☐ tak

☒ nie

Jaka jest reakcja konsumentów na to oczekiwanie?

Czy rzecznika/czka pomagał konsumentom w prowadzeniu sporów (np. występował jako pełnomocnik, przygotowywał stanowiska) przed podmiotem ADR?

☒ tak

☐ nie

Jaki był wynik postępowań ADR, w których rzecznik/czka brał udział?

Rzecznik sporządzał dla konsumentów wnioski o przeprowadzenie ADR. Nie we wszystkich sprawach posiada jednak informację zwrotną co do wyników tych działań. W części spraw zaś konsumenci powracali z problemem nierozwiązanym i informacją od instytucji przeprowadzającej ADR, że dalsze prowadzenie sprawy możliwe jest na drodze postępowania sądowego i w tym zakresie należy zwrócić się do rzecznika konsumentów.

Czy do rzecznika trafiają sprawy, które wcześniej konsument próbował rozstrzygnąć na drodze ADR? Ile było takich spraw? Dlaczego nie zostały rozstrzygnięte? Czy rzecznikowi udało się doprowadzić te spory konsumenckie do końca, a jeśli tak, to w jaki sposób (interwencja, sąd)?

Było kilka takich spraw, kiedy konsument zgłaszał się ze sprawą, która była przeszła procedurę ADR i nie zakończyła się pozytywnie dla konsumenta. Do Rzecznika konsument kierowany był przez instytucję przeprowadzającą ADR z informacją, że dalsze prowadzenie sprawy możliwe jest na drodze sądowej i w tym zakresie należy zwrócić się do rzecznika konsumentów. W takich przypadkach podejmowana jest przez Rzecznika próba pozasądowego zakończenia sporu a w sytuacji, gdy nie jest możliwe konsument jest informowany, że dalsze dochodzenie roszczeń możliwe jest na drodze sądowej z powództwa cywilnego. Konsument podejmuje decyzję, czy chce dalej dochodzić roszczeń na drodze sądowej. Konsumenci nie są zainteresowani kierowaniem spraw do Sądów, ma to związek z przewlekłością tych postępowań oraz umiarkowanym zaufaniem konsumentów do sądów powszechnych.

Aktywność sądowa rzecznika/czki

Czy występował/a Pan/i do sądów z powództwami w imieniu konsumentów?

Jeśli nie - dlaczego? Jeśli tak, proszę napisać, jakiego rodzaju były to sprawy, jaka była średnia wartość przedmiotu sporu, jakie trudności napotkał/a Pan/i przy realizacji tego uprawnienia? Jak się potoczyły te sprawy?

Rzecznik Konsumentów występuje do Sądów w imieniu konsumentów w sprawach osób starszych, chorych, nieporadnych życiowo i w przypadkach ewidentnego naruszania interesów konsumentów przez przedsiębiorcę (w sprawach umów zawieranych na pokazach, poza lokalem przedsiębiorstwa, na odległość). Trudności w tym zakresie dotyczą braku czasu i braku możliwości częstego uczestniczenia w sprawach sądowych z uwagi na bardzo dużą ilość podejmowanych i prowadzonych interwencji i mediacji bezpośrednio z przedsiębiorcami. Aktywność rzecznika w postępowaniach sądowych wynika zatem z braku czasu i zbyt małej ilości pracowników Biura.

Czy przystępował/a Pan/i do powództw wniesionych przez konsumentów?

Jeśli nie - dlaczego? Jeśli tak, proszę napisać, jakiego rodzaju były to sprawy, jaka była średnia wartość przedmiotu sporu, jakie trudności napotkał/a Pan/i przy realizacji tego uprawnienia? Jaka była reakcja sądu na wstąpienie rzecznika do procesu? Jaki był wynik tych spraw?

Rzecznik Konsumentów przygotowuje dla konsumentów pozwy i inne pisma procesowe i w sytuacjach, gdy sprawy te nie kończą się w postępowaniu uproszczonym i zostają przekazane do normalnego trybu Rzecznik wstępuje, za zgodą i prośbą konsumenta, do toczących się postępowań. Reakcja Sądu jest pozytywna w tych sprawach. W przypadku wstępowania do sprawy po stronie konsumenta, który był pozwany przez przedsiębiorcą zdarzały się sytuacje, że powód (przedsiębiorca) zgłaszał zastrzeżenia powołując się na art. 63³ Kodeksu cywilnego (przed zmianą przepisów). Sądy nie uznawały tych zastrzeżeń i wyrażały zgodę na uczestniczenie Rzecznika w sprawie

Czy przedstawiał/a Pan/i w procesach sądowych istotne poglądy dla sprawy? Proszę je opisać.

Rzecznik w 2019 r. nie przedstawiał istotnych poglądów w sprawach, w których nie uczestniczył. W jednym przypadku Sąd karny zwrócił się do Rzecznika z pytaniem, czy były podejmowane i jak wyglądały interwencje wobec konkretnego przedsiębiorcy. W tym konkretnym przypadku wszelkie spory z przedsiębiorcą, do których włączył się Rzecznik, kończyły się polubownie w sposób korzystny dla konsumentów.

Czy pomagał/a Pan/i konsumentom w inny sposób w prowadzeniu procesów sądowych? Jeśli tak, to w jaki sposób (przygotowywanie sprzeciwu od nakazu zapłaty, przygotowanie innych pism procesowych, przygotowanie konsumenta do rozprawy itp.)?

Rzecznik przygotowywał dla konsumentów sprzeciwu od nakazów zapłaty, zgłoszenia wierzytelności w przypadku ogłoszenia upadłości przedsiębiorcy i inne pisma procesowe w sprawach już wytoczonych przez konsumentów oraz w sprawach, w których przygotowywany były pozwy dla konsumenta. Każdy

konsument, który zwrócił się do Rzecznika z prośbą w tym zakresie miał udzieloną pomoc.

Jaki procent spraw, w których rzecznik/czka napisał/a sprzeciw, została faktycznie skierowana przez konsumentów do sądu? Jaki był wynik tych spraw?

Rzecznik nie posiada takich danych. Nie wszyscy konsumenci, dla których sprawy zakończyły się pozytywnie informowali o tym Rzecznika.

Współdziałanie z innymi instytucjami

Jak często rzecznik/czka kontaktuje się z innymi rzecznikami w swoim regionie (w tym z przedstawicielem regionu w Krajowej Radzie Rzeczników Konsumentów)?

☐ co najmniej raz w tygodniu

☒ co najmniej raz w miesiącu

☐ raz na kilka miesięcy

☐ rzadziej lub nigdy

Proszę opisać, czego dotyczyły te kontakty, kto je nawiązywał, jak przebiegała współpraca.

Kontakty dotyczą problemów, z jakimi zgłaszają się konsumenci oraz nowych zjawisk na rynku mogących powodować problemy dla konsumentów. Rzecznicy wymieniają się doświadczeniami, ostrzeżeniami, itp. Kontakty i współpraca pomiędzy rzecznikami jest bardzo cenna, wymiana doświadczeń i informacji przyczynia się do lepszej ochrony konsumentów.

Jak często kontaktuje się Pan/i z Inspekcją Handlową?

formalnie (wymiana pism)

☐ co najmniej raz w tygodniu

☒ raz na kilka miesięcy

☐ co najmniej raz w miesiącu

☐ rzadziej lub nigdy

nieformalnie (emaile, telefony, osobiście)

☐ co najmniej raz w tygodniu

☒ raz na kilka miesięcy

☐ co najmniej raz w miesiącu

☐ rzadziej lub nigdy

proszę opisać, czego dotyczyły te kontakty

Kontakt z Inspekcją handlową dotyczy najczęściej spraw, zgłaszanych przez konsumentów, w których konieczne jest przeprowadzenie kontroli u sprzedawcy.

Jak często kontaktuje się Pan/i z UOKiK (centrala, delegatura)?

formalnie (wymiana pism)

- ☐ co najmniej raz w tygodniu
☒ raz na kilka miesięcy
☐ co najmniej raz w miesiącu
☐ rzadziej lub nigdy

nieformalnie (email, telefony, osobiście)

- ☐ co najmniej raz w tygodniu
☐ raz na kilka miesięcy
☒ co najmniej raz w miesiącu
☐ rzadziej lub nigdy

proszę opisać, czego dotyczyły te kontakty (rozróżniając centralę i delegaturę/y)

Kontakty z UOKiK dotyczą problemów i praktyk ujawnianych na rynku, które godzą w interesy konsumentów.

Czy w 2019 roku brał/a Pan/i udział w szkoleniach organizowanych przez UOKiK lub organizacje społeczne (jeśli tak, proszę wymienić w których)?

☒ tak

☐ nie

Szkolenia dot. zmienionych przepisów procedury cywilnej

Czy uczestniczył/a Pan/i w spotkaniach z dyrektorami delegatur UOKiK

☒ tak

☐ nie

Czy dostaje Pan/i newsletter dla rzeczników konsumentów wysyłany przez UOKiK?

☒ tak

☐ nie

Czy przekazywał/a Pan/i informacje i materiały, o które UOKiK prosił w newsletterze?

☒ tak

☐ nie

Czy kierował/a Pan/i konsumentów do udziału w projektach pomocy sądowej organizowanych przez UOKiK (np. projekt Aquila)?

☐ tak

☒ nie

Czy korzystał/a Pan/i z wzorów pism opracowanych i udostępnionych przez UOKiK do kierowania wezwań do domów kultury, restauracji, hoteli, w których organizowane są pokazy? Jeśli tak, ile razy.

☐ tak

☒ nie

Czy informował Pan/i UOKiK o dostrzeżonych nieprawidłowościach na rynku. Ile razy i w jakich sprawach? Czy współpracował/a Pan/i z UOKiK przy walce z przedsiębiorcami naruszającymi zbiorowe interesy konsumentów (np. organizującymi pokazy), a jeśli tak, to w jaki sposób?

W każdym przypadku ujawnienia nieprawidłowości na rynku, czy też stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych były przekazywane informacje do UOKiK. Niezmiennie

od kilku lat przekazywane są informacje dotyczące nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych przez przedsiębiorstwo energetyczne przy zawieraniu umów z konsumentami w ofertach rynkowych zawierających opłaty handlowe. Sprawa nie jest zakończona.

Z jakimi innymi instytucjami rzecznik konsumentów współpracował w 2019 roku? (organizacje konsumenckie, punkty darmowej pomocy prawnej, policja, ZUS, związki wyznaniowe). Proszę opisać, czego ta współpraca dotyczyła i jak przebiegała.

Rzecznik Konsumentów wspólnie z Policją i ZUS prowadził prelekcje dla seniorów, akcje były prowadzone w ramach Dni Seniora, jak i okazjonalnie, np. w Uniwersytecie Trzeciego Wieku

Edukacja konsumencka

Proszę opisać, ile wizyt w szkołach Pan/Pani przeprowadziła/a w 2019, w jakich szkołach, jakiego rodzaju były to zajęcia (spotkania, lekcje, pikniki itp.), ile osób (mniej więcej) uczestniczyło w tych spotkaniach.

W 2019 r. Rzecznik Konsumentów przeprowadzał wykłady w szkołach ponadpodstawowych na zaproszenie tych szkół. W spotkaniu uczestniczy zazwyczaj jedna klasa (lub dwie połączone).

Jakie inne formy aktywności na polu edukacji skierowanej do młodzieży Pan/i prowadził/a? Np. gry miejskie, konkursy i olimpiady konsumenckie). Czy zapraszał/a Pan/i młodzież do swego biura?

Z uwagi na duże obciążenie pracą inne formy aktywności nie były podejmowane w 2019 r.

Czy współpracuje Pan/i z młodzieżą uniwersytecką? Proszę opisać formy tej współpracy (staże w biurze rzecznika, współpracę z uniwersyteckimi poradniami/ klinikami prawa itp.)

W 2019 r. nie była podjęta współpraca z młodzieżą uniwersytecką.

Czy uczestniczył/a Pan/i w spotkaniach z seniorami? Ile razy, przy jakich okazjach, kto te spotkania organizował? Ile osób (mniej więcej) brało udział w tych spotkaniach?

Rzecznik Konsumentów wspólnie z Policją i ZUS prowadził prelekcje dla seniorów, akcje były prowadzone w ramach Dni Seniora, jak i okazjonalnie, np. w Uniwersytecie Trzeciego Wieku.

Na bieżąco są również podawane do wiadomości społeczności lokalnej informacje dotyczące praw konsumentów oraz ostrzeżenia i informacje Prezesa UOKiK. Wiadomości te zamieszczane są na stronie internetowej Starostwa i w lokalnych mediach internetowych za pośrednictwem Wydziału Zarządu, Rozwoju i Promocji Powiatu.

Czy rzecznik/czka występuje w mediach? Proszę podać tytuły gazet, nazwy stacji telewizyjnych i radiowych, w których wystąpił/a. Proszę uwzględnić zwłaszcza te, w których ma stałą rubrykę/program.

Na bieżąco są przekazywane informacje do lokalnych mediów internetowych, wywiady i artykuły w miarę potrzeby lub pojawiającego się zjawiska rynkowego mogącego naruszać interesy konsumentów. Cyklicznie przypominane są w lokalnych mediach uprawnienia konsumentów w przypadku zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość.

W miarę możliwości czasowych Powiatowy Rzecznik Konsumentów udziela wywiadów i zamieszcza informacje na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Kutnie, w lokalnej telewizji kablowej, lokalnym radiu, lokalnej prasie i lokalnych portalach internetowych. W wyniku podejmowanych działań informacyjnych poruszane są przez Rzecznika aktualne problemy, dotyczące mieszkańców Powiatu Kutnowskiego.

W przypadku pojawienia się na lokalnym rynku konkretnego zagrożenia, czy problemu Rzecznik reaguje w każdy dostępny sposób powalający dotrzeć, z niezbędną informacją, do jak najszerszego grona konsumentów z terenu Powiatu Kutnowskiego. Nie są prowadzone statystyki udzielanych wywiadów.

W każdym przypadku zgłoszenia się lokalnych mediów z pytaniami dotyczącymi ochrony praw konsumentów odpowiedzi udzielane są na bieżąco.

Informacje dotyczące praw konsumentów przekazywane są również seniorom podczas spotkań organizowanych w Centrum Seniora oraz dla Uniwersytetu Trzeciego Wieku. Prelekcje w tym zakresie w 2019 r. odbywały się we współdziałaniu z Policją, która przekazywała informacje dotyczące bezpieczeństwa i zagrożeń występujących na rynku.

Rzecznik Konsumentów prowadzi tablicę ogłoszeń w siedzibie Urzędu przy ul. Królowej Jadwigi 7. Na tablicy wywieszone zostały podstawowe informacje dotyczące praw konsumentów, adresy i telefony instytucji, które zajmują się ochroną konsumentów w Polsce. Tablica wykorzystywana jest również do wywieszania bieżących informacji i komunikatów, które mogą być przydatne dla konsumentów. Informacje otrzymywane od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów istotne na mieszkańców naszego powiatu również zamieszczane są na tablicy.

Godziny przyjęć interesantów i kontakt do Powiatowego Rzecznika Konsumentów zamieszczone są na stronie internetowej Starostwa:

www.powiatkutno.eu/starostwo_powiatowe

Rzecznik opracował i wykorzystuje w bieżącej pracy wniosek ułatwiający zgłoszenie sprawy w celu podjęcia interwencji w indywidualnej sprawie konsumenckiej oraz wzory pism na podstawie obowiązujących przepisów konsumenckich. Wzory udostępniane są konsumentom do wykorzystania w każdej indywidualnej sprawie. Istnieje możliwość otrzymania wzoru pisma bezpośrednio w biurze, za pośrednictwem e-maila lub listownie - w zależności od potrzeb konsumenta

Działaniami o charakterze edukacyjno - informacyjnym, które prowadził Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Kutnie w 2019 r., było również udzielanie porad prawnych i udostępnianie tekstów aktów prawnych dotyczących sprzedaży konsumenckiej przedsiębiorcom i sprzedawcom funkcjonującym na terenie Powiatu Kutnowskiego.

Rzecznik jako oskarżyciel publiczny

Ile razy rzecznik/czka wystąpił/a do policji z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy za nieudzielenie żądanych informacji? Jaka była reakcja policji? Jaki był skutek tych wniosków? Czy takich wniosków jest mniej, czy więcej niż dawniej, dlaczego?

W 2019 r. zostały złożone 3 wnioski na Policję z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy z powodu braku odpowiedzi na wystąpienie rzecznika konsumentów. Policja kieruje w tym zakresie wnioski do Sadu karnego. Rzecznik nie wstępował do spraw ale był informowany o takiej możliwości.

Zgodnie z art. 114 ust. 1 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16.02.2007 r. (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 369), który stanowi, że kto wbrew przepisowi art. 42 ust. 4 narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi konsumentów wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub obowiązek ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika podlega karze grzywny nie mniejszej niż 2000 zł

Z dotychczasowych obserwacji wynika, że przedsiębiorcy zazwyczaj nie uchylają się od udzielenia odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika Konsumentów. Duże znaczenie ma tutaj sankcja finansowa wskazana powyżej.

Czy rzecznik występował jako oskarżyciel publiczny w przypadku innych wykroczeń na szkodę konsumentów (np. naruszenia ustaw: o kredycie konsumenckim, o nieuczciwych praktykach rynkowych, o języku polskim, Kodeksu wykroczeń)? Jeśli tak - proszę je opisać. Jeśli nie, proszę napisać dlaczego.

W 2019 r. Rzecznik nie podejmował takich działań.

WNIOSKI I PROPOZYCJE ZMIAN

Jakie problemy na rynku uważa Pan/i za szczególne wyzwanie dla instytucji chroniących konsumentów (w poszczególnych branżach: finansowej, telekomunikacyjnej, handlu, turystyce)? Jak można lepiej im przeciwdziałać?

W 2019 r. zgłaszane były skargi dotyczące problemów z egzekwowaniem uprawnień konsumentów wynikających z wykupowanych ubezpieczeń sprzętu ADG i RTV, tzw. „przedłużone gwarancje”, „przypadkowe uszkodzenie”. Ubezpieczenia te oferowane są w sklepach przy zakupie nowego sprzętu, informacje udzielane przez sprzedawców często są błędne i lakoniczne. Konsumenci nie mają świadomości, że „przedłużenie gwarancji” to w istocie zawarcie umowy ubezpieczenia na dany towar z konkretnym ubezpieczycielem i za pośrednictwem sklepu. Każda taka umowa opiera się na Ogólnych Warunkach Ubezpieczenia, które zawierają wyłączenia odpowiedzialności ubezpieczyciela. W praktyce ochrona ta jest często iluzoryczna, w szczególności dotyczy to ochrony przed tzw. „przypadkowym uszkodzeniem”. Konsumenci, w chwili dokonywania zakupu, przekonywani są, że ubezpieczenie zapewni ochronę w przypadku jakiegokolwiek uszkodzenia, podczas, gdy po wystąpieniu danej szkody okazuje się, że odpowiedzialność ta jest mocno ograniczona i w praktyce wyklucza możliwość uzyskania odszkodowania lub bezpłatnej naprawy a definicja „przypadkowego uszkodzenia” stosowana przez ubezpieczyciela jest sformułowana w sposób niekorzystny dla konsumentów.

W tym zakresie stosowne działania podejmowane są przez Rzecznika Finansowego, jak również przez rzeczników konsumentów. Po wyczerpaniu możliwości polubownego zakończenia sporu w tym zakresie konsumenci kierowani są do Rzecznika Finansowego. Pracownicy Biura Rzecznika Konsumentów pomagają konsumentom w przygotowaniu stosownych wniosków i załączników. Niestety nie zostało jeszcze wykształcone orzecznictwo sądowe w tych sprawach, problem ma zatem charakter rozwojowy. Ochrona konsumentów w tym zakresie powinna pójść w kierunku ukształtowania się wykładni językowej i prawnej stosowanych przez ubezpieczycieli pojęć. Obecnie w tym zakresie panuje zupełna dowolność, co powoduje niekorzystne konsekwencje dla konsumentów.

W roku minionym na wysokim poziomie pozostawała również liczba nieuznawania przez serwisy gwarantów reklamacji aparatów telefonicznych i komputerów. Aparaty telefoniczne i komputery są skomplikowanymi technicznie i technologicznie urządzeniami, często brak jest możliwości zakwestionowania zarzutów serwisów dot. np. zawilgocenia urządzenia lub innego uszkodzenia mechanicznego. Ochrona konsumentów i możliwości dowodowe w tym zakresie są mocno ograniczone. W tym zakresie również brak wykształconego orzecznictwa.

W kategorii sprzedaż równie dużo, w porównaniu z latami ubiegłymi, pojawiło się pytań w zakresie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (u akwizytorów, na prezentacjach, zorganizowanych spotkaniach, sponsorowanych wycieczkach). Konsumenci nie czytają podpisywanych umów i nie znają swoich praw w zakresie możliwości odstąpienia od umowy w terminie 14 dni bez podawania przyczyny. Nadal - niestety - wykazują niefrasobliwość przy zawieraniu umów, nie zwracając uwagi na zapisy umowy i ufając informacjom ustnym przekazywanym przez przedsiębiorców i akwizytorów. Przedsiębiorcy/ akwizytorzy nadal przekazują niepełne informacje uwypuklając pozytywne cechy usługi lub towaru a zatajając cechy niekorzystne np. dodatkowe opłaty, koszty kredytu itp.

Przedsiębiorcy, prowadzący w ten sposób działalność, mają prawny obowiązek zamieszczania w umowach podstawowych informacji dot. zakresu i warunków kontraktu, ceny, formy zapłaty, praw konsumenta, możliwości odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny w terminie 14 dni. Na podstawie analizy umów przedkładanych przez konsumentów, uznać należy, że przedsiębiorcy wykorzystują prawidłowe wzorce umów i stosują się do ustawowych obowiązków informacyjnych. Konsumenci nie mają jednak nawyku czytania umów przed ich podpisaniem, ani też czytania informacji przesyłanych przez przedsiębiorców w efekcie zawarcia umowy na odległość. W przypadku zawarcia umowy na odległość istnieje obowiązek potwierdzenia warunków umowy na piśmie lub innym trwałym nośniku (np. mailowo, na płycie CD). Konsumenci nie zawsze jednak te informacje czytają.

Dużym problemem w obrocie konsumenckim nie jest jednak brak informacji w umowach, a forma jej przekazania. Umowy często są zbyt skomplikowane dla przeciętnego konsumenta. Forma przekazu informacji, czyli zamieszczanie w umowach bardzo dużej ilości tekstu napisanego małą czcionką, stosowania branżowych lub prawnych sformułowań, nieczytelny kolor czcionki lub tła papieru stosowanych głównie przy sporządzaniu regulaminów ogólnych i regulaminów promocji, powoduje dezorientację u konsumentów. Przepisy prawa nie precyzują jednak tej kwestii. Należy wskazać, że problem ten dotyczy wszystkich umów wymagających formy pisemnej, czyli dotyczących sprzedaży towarów, jak i usług, zawartych w lokalu, poza lokalem i na odległość.

Odrębnym problemem są informacje ustne przekazywane w trakcie pokazów i prezentacji, rozmów telefonicznych, czy też podczas prezentowania oferty w domu konsumenta, szczególnie osobom starszym. W tym zakresie konieczna jest dalsza edukacja konsumencka a także reagowanie stosownych organów na nieuczciwe postępowanie przedsiębiorców i nieuczciwe praktyki rynkowe, które zniekształcają zachowania

przeciętnego konsumenta na etapie przedkontraktowym, w trakcie realizowania umowy i po jej zakończeniu.

Problem z zawieraniem umów ze sprzedawcami energii elektrycznej jest wciąż aktualny. Przedsiębiorcy wprowadzają na rynek oferty zawierające dodatkowe opłaty (opłaty handlowe), o których konsumenci nie są informowani, prezentowane są wyłącznie atuty oferty przemilczane natomiast wprowadzanie dodatkowych opłat lub zmiany ceny energii elektrycznej po np. 1 roku obowiązywania umowy. Oferty tego typu są często niekorzystne, ekonomicznie nieuzasadnione i niedostosowane do potrzeb konkretnych konsumentów.

Te same problemy dotyczą umów zawieranych zarówno w siedzibie przedsiębiorcy, poza lokalem i na odległość. Konsumenci nie mają przedstawianych wszystkich ofert, nie są informowani o możliwości wyboru między ofertami ale narzucane są klientom umowy zawierające opłaty handlowe.

W tym zakresie stosowne informacje zostały przekazane zarówno do Urzędu Regulacji Energetyki oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów podjął działania wyjaśniające w tej sprawie i w grudniu 2017 r. wydana została Decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdzająca naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez przedsiębiorcę nakazująca zaniechanie tej praktyki oraz usunięcie jej negatywnych skutków. W 2018 i 2019 roku zatem Rzecznik Konsumentów pomagał w zawarciu nowych umów, które dodatkowych opłat nie zawierały.

Sprawa ofert z opłatami handlowymi, niedostosowanych do potrzeb konsumentów nadal istnieje, Decyzja Prezesa UOKiK dotyczy bowiem jednego produktu, podczas, gdy przedsiębiorcy wprowadzają na rynek wciąż nowe umowy również zawierające opłaty handlowe. W tym zakresie ponawiane są informacje do UOKiK, również w roku bieżącym. Podejmowane są również interwencje do przedsiębiorców w każdej indywidualnej sprawie zgłoszonej przez konsumenta, interwencje te są długotrwałe i pracochłonne.

W ubiegłym roku, nadal pojawiały się skargi konsumentów dotyczące podszywania się firm sprzedających energię elektryczną pod dotychczasowego sprzedawcę. W tym miejscu również należy zwrócić uwagę na fakt nieczytania umów przez konsumentów i zbyt dużego zaufania do osób prezentujących ofertę i proponujących zawarcie umowy.

W przypadku wyboru alternatywnego sprzedawcy energii elektrycznej należy wziąć pod uwagę, iż konsumenci mogą otrzymywać dwie faktury: jedną za ilość zużytych kWh i drugą z opłatami przesyłowymi (za dystrybucję energii) od Operatora Systemu Dystrybucyjnego (na naszym terenie jest to Energa Operator SA). Ta kwestia była częstym powodem niezadowolenia konsumentów, jednak zaznaczyć należy, iż proces ten jest prawidłowy i zgodny z obowiązującymi przepisami. Konsument ma prawo zmienić sprzedawcę energii elektrycznej a firmy energetyczne mają prawo składać oferty i zawierać umowy z konsumentami, również w formie na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa. Edukacja konsumentów w tym zakresie powinna prowadzić do podniesienia świadomości odnośnie obowiązku czytania umów i stosowania ograniczonego zaufania odnośnie informacji przekazywanych ustnie.

Jakie dostrzega Pan/i bariery w dochodzeniu uprawnień przez konsumentów? Jak można je ograniczyć?

Pomoc świadczona przez rzeczników konsumentów oraz edukacja konsumencka mają w tym przypadku istotne znaczenie. Rzecznicy są najbliższymi konsumentów i są w stanie realnie taką pomoc świadczyć. Konieczne są bieżące, ciągłe szkolenia dla rzeczników, ma to niebagatelne znaczenie dla jakości świadczonej pomocy.

Jakie zmiany przepisów lub praktyki ich stosowania można wprowadzić, by polepszyć standardy ochrony konsumentów?

Powiatowy Rzecznik Konsumentów na bieżąco udziela pomocy konsumentom z terenu Powiatu Kutnowskiego i na bieżąco reaguje na pojawiające się problemy i zagrożenia o charakterze konsumenckim. Problemy, jakie pojawiają się na rynku są bardzo różnorodne i wciąż ujawniane są nowe zagrożenia lub nowe praktyki naruszające lub ograniczające prawa konsumentów. Zmianom ulegają również przepisy, których znajomość w bieżącej pracy Rzecznika Konsumentów jest nieodzowna.

W zakresie polepszenia standardów ochrony konsumentów konieczne jest dalsze nowelizowanie przepisów prawa przy uwzględnieniu lokalnych uwarunkowań oraz poziomu wiedzy i poziomu wyedukowania konsumentów. Rzecznicy Konsumentów powinni czynnie uczestniczyć w pracach legislacyjnych w tym zakresie, głos osób zajmujących się na co dzień i w praktyce ochroną konsumentów powinien odgrywać istotną rolę w zmianach i kształtowaniu krajowego prawa konsumenckiego.

Jakie zmiany przepisów lub praktyki należałoby wprowadzić, by poprawić warunki pracy rzeczników lub umożliwić im lepsze korzystanie z ich uprawnień i kompetencji?

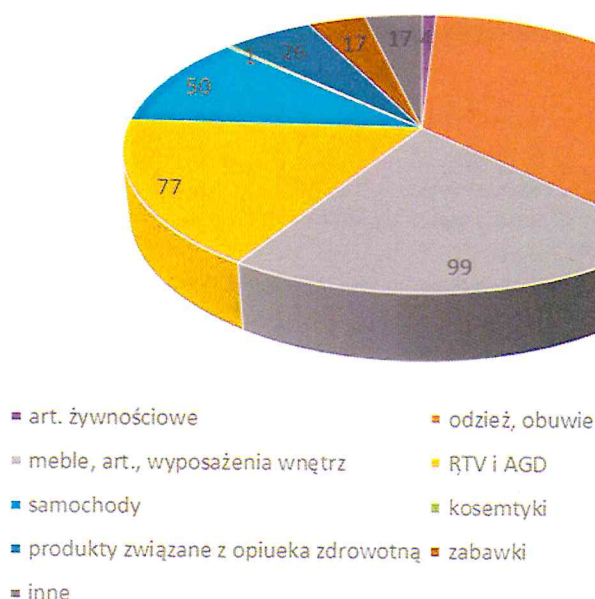
Biorąc pod uwagę ilość i skomplikowanie zgłaszanych do Rzecznika Konsumentów spraw należy utrzymać istnienie biura z perspektywą dalszego rozwoju i zwiększenia zatrudnienia. Warunki lokalowe, w jakich udzielane są porady prawne, mają również duże znaczenie. Konsumentom muszą czuć się swobodnie i być nieskrępowani obecnością innych pracowników. Bardzo często poruszane są tematy drażliwe i dane przekazywane rzecznikowi są danymi wrażliwymi. W tym zakresie należałoby dążyć do posiadania 2 pokoi do wykorzystania w bieżącej pracy Biura Powiatowego Rzecznika Konsumentów.

INFORMACJE DODATKOWE

W 2019 r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów udzielił łącznie 1636 nieodpłatnych porad prawnych (w tym: 1133 porad branżowych, 426 porad dotyczących informacji ogólnych i 88 porad niekonsumenckich), podjął 358 bezpośrednich interwencji u przedsiębiorców i w 21 przypadkach angażował się w postępowania sądowe po stronie konsumentów. Z porad branżowych udzielonych w 2019 r. należy wyodrębnić dwie główne kategorie umów: umowy sprzedaży towarów i umowy o świadczenie usług.

W kategorii sprzedaż, w 2019 r. udzielono 491 porad. Najwięcej zapytań dotyczyło sektora obuwniczego i odzieżowego 165, urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętów komputerowych (77), mebli, artykułów wyposażenia wnętrz (99) i samochodów (50).

Porady i informacje - sprzedaż

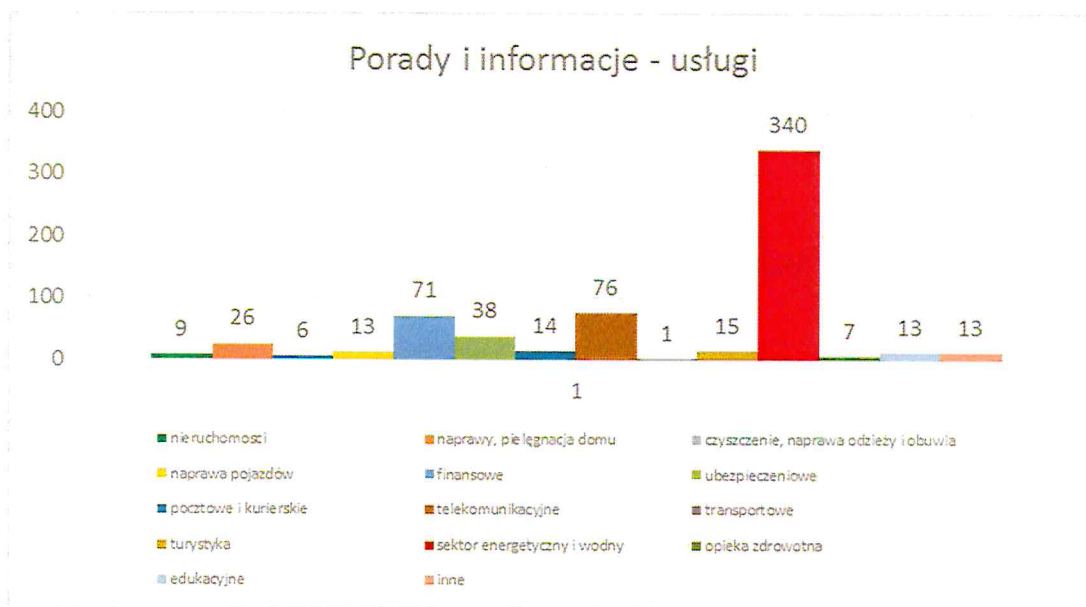


W kategorii usług, w 2019 r. udzielono 642 porad. Najwięcej spraw, bo aż 340 dotyczyło sektora energetycznego. Przedsiębiorcy wprowadzają na rynek oferty zawierające dodatkowe opłaty (opłaty handlowe), o których konsumenci nie są informowani, prezentowane są wyłącznie atuty oferty przemilczane natomiast wprowadzanie dodatkowych opłat lub zmiany ceny energii elektrycznej po np. 1 roku obowiązywania umowy. Oferty tego typu są często niekorzystne, ekonomicznie nieuzasadnione i niedostosowane do potrzeb konkretnych konsumentów. W tym zakresie stosowne informacje zostały przekazane zarówno do Urzędu Regulacji Energetyki (URE) oraz do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów podjął działania wyjaśniające w tej sprawie. W 2019 roku Rzecznik Konsumentów pomagał wielu konsumentom w zawarciu nowych umów, które dodatkowych opłat nie zawierały.

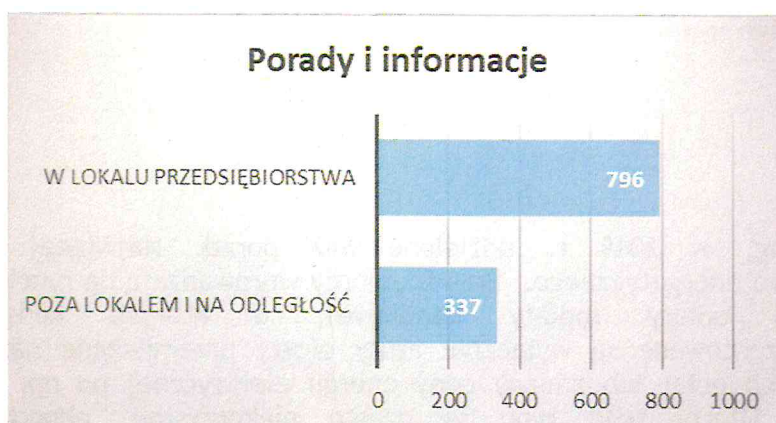
Sprawa ofert z opłatami handlowymi, niedostosowanych do potrzeb konsumentów nadal istnieje. Przedsiębiorcy wprowadzają na rynek wciąż nowe oferty zawierające opłaty handlowe. W tym zakresie ponawiane były informacje do UOKiK i URE. Podejmowane

były również interwencje do przedsiębiorców w każdej indywidualnej sprawie zgłoszonej przez konsumenta, interwencje te są długotrwałe i pracochłonne.

Te same problemy dotyczą umów zawieranych zarówno w siedzibie przedsiębiorcy, poza lokalem i na odległość. Konsumenti nie mają przedstawianych wszystkich ofert, nie są informowani o możliwości wyboru między ofertami ale narzucane są klientom umowy zawierające opłaty handlowe.



Ponad 1/3 wszystkich udzielonych przez Rzecznika Konsumentów porad w 2019 r., dotyczyło umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, łącznie 337 porad.

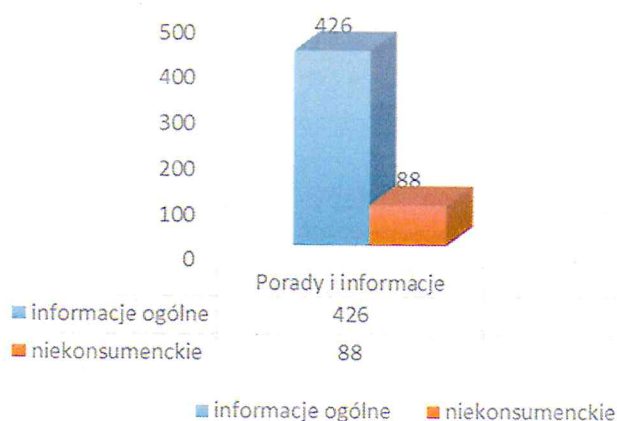


Udzielanie nieodpłatnych porad prawnych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów obejmuje również przekazywanie konsumentom informacji ogólnych, dotyczących obowiązujących przepisów w zakresie spraw konsumenckich, jak i niekonsumenckich.

W 2019 r. udzielono 426 informacji ogólnych i 88 informacji prawnych nie dotyczących spraw *stricto* konsumenckich. Do spraw niekonsumenckich zaliczyć należy informacje i porady związane z zaległościami w opłatach abonamentu RTV.

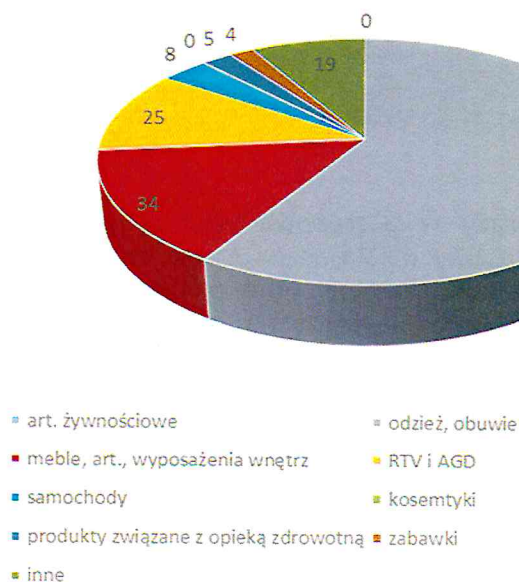
Rzecznik Konsumentów udzielał pomocy konsumentom, którzy otrzymali wezwania do zapłaty zaległego abonamentu RTV. W sytuacji, gdy konsumenci posiadali uprawnienie do zwolnienia z opłat abonamentowych a jedynie nie dopełnili formalności w zgłoszeniu tego zwolnienia Rzecznik pomagał sporządzić pismo do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z prośbą o umorzenie zaległości. KRRiT jest organem, który może podjąć decyzję o umorzeniu zaległości w opłatach abonamentowych lub rozłożyć zaległość na raty, żądanie zapłaty dotyczyć może 5 lat wstecz, dochodzenie roszczeń następuje w drodze egzekucji w administracji przez Urzędy Skarbowe.

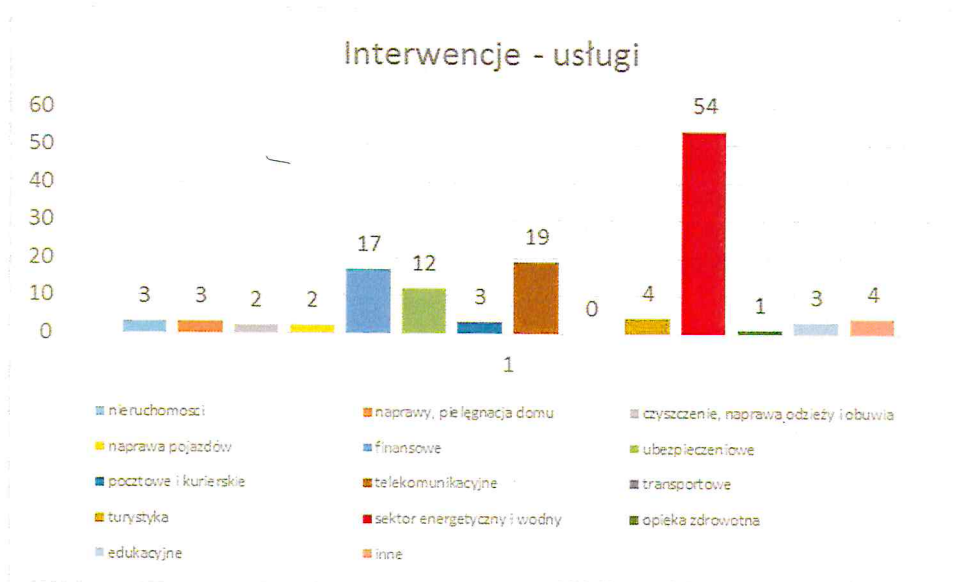
Porady i informacje



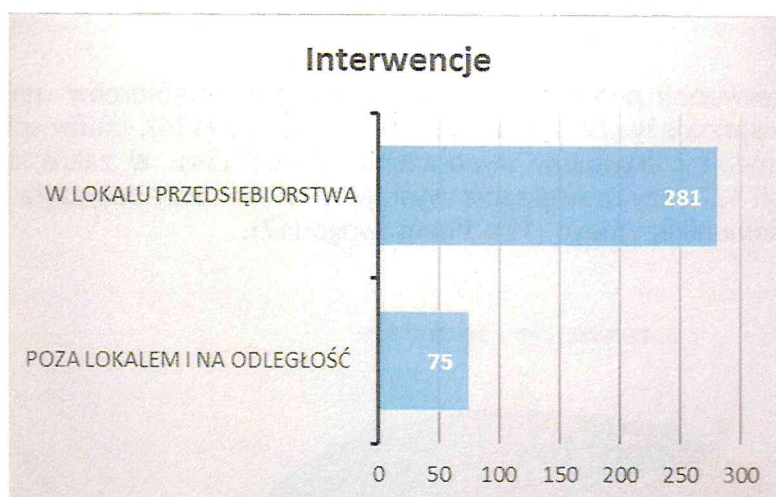
W zakresie 358 interwencji podjętych bezpośrednio u przedsiębiorców najwięcej wystąpień dotyczyło umów sprzedaży (229), w tym obuwia i odzieży (134), umów sprzedaży sprzętu RTV i AGD (25), mebli i artykułów wyposażenia wnętrz (34). W zakresie umów dot. usług Rzecznik wystąpił 127 razy, a większość wystąpień wśród usług dotyczyła sektora energetycznego (54), telekomunikacyjnego (19), finansowego (17).

Interwencje - sprzedaż





Wśród wszystkich podjętych działań należy wyodrębnić te, które dotyczyły szczególnych rodzajów umów. W sprawach dotyczących umów poza lokalem i na odległość zawartych przez konsumentów z przedsiębiorcami, Rzecznik Konsumentów wystąpił 75 razy. Interwencje dotyczyły problemów z rozwiązaniem tychże umów, wad zakupionych towarów, nieuczciwych praktyk rynkowych a także umów zwartych pod wpływem błędu wywołanego przez przedsiębiorcę.



Rzecznik uczestniczył 21 razy w postępowaniach sądowych. W 2 przypadkach Rzecznik wytoczył powództwo o zapłatę działając na rzecz konsumentów, w pozostałych sprawach Rzecznik sporządził dla konsumentów inne pisma procesowe niezbędne przy toczących się postępowaniach, m.in odpowiedzi na pozew, odpowiedzi na apelację, sprzeciwy od nakazu zapłaty. W 3 przypadkach wstąpił do toczącego się postępowania po stronie konsumenta, w pozostałych przypadkach zostały przygotowane dla konsumentów pozwы o zapłatę oraz pisma procesowe.

Wskaźnik udzielanych przez Rzecznika Konsumentów porad nadal utrzymuje się na wysokim poziomie. Z obserwacji Rzecznika Konsumentów wynika, że zainteresowanie, czy też potrzeba zasięgania porad przez konsumentów dotyczy skrajnych sytuacji i uzależniona jest od poziomu świadomości interesantów. Dostrzega się wzrost świadomości prawnej konsumentów i wiele osób zasięgających porad konsumentów, kieruje swoje zapytania do Rzecznika w celu potwierdzenia, uszczegółowienia lub usystematyzowania posiadanej wiedzy. To dostrzegalny, pozytywny znak, utwierdzający, że zarówno praca rzeczników konsumentów, jak i edukacja konsumencka jest potrzebna i przynosi wymierne korzyści.

Nadal jednak duża grupa konsumentów, w tym najczęściej osoby starsze, nie znają przepisów konsumenckich, nie mają świadomości swoich uprawnień, nie mają nawyku czytania umów lub okazują zbyt dużą ufność wobec sprzedawców lub akwizytorów, przez co udzielanie pomocy prawnej tej grupie osób jest bardzo istotne i potrzebne. Nie tylko przez swoją niefrasobliwość, ale bardzo często ze względu na skomplikowanie przepisów i umów, konsumenci nie są w stanie zorientować się w swojej sytuacji, czy np. podjęli dobrą decyzję, czy umowa jest właściwie realizowana, czy padli ofiarą nieuczciwego przedsiębiorcy, itp.

Problemy, z jakimi konsumenci zgłaszają się po poradę są bardzo różnorodne. Są to przede wszystkim skargi na łamanie przez sprzedawców i usługodawców przepisów dotyczących praw konsumentów, w szczególności skargi dotyczące odrzuconych reklamacji produktów wadliwych, niezgodnych z umową. Skargi dotyczą również nienależytego lub nieterminowego wykonywania umowy, ograniczania praw konsumentów, niekorzystnych klauzul umownych, wykorzystywania niewiedzy konsumentów, wykorzystywanie przewagi kontraktowej i wprowadzenia konsumentów w błąd podczas zawierania umów zarówno na odległość, poza lokalem przedsiębiorstwa, jak i stacjonarnie, doprowadzania do niekorzystnego rozporządzenia mieniem, stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych lub naruszania zbiorowych interesów konsumentów.

Różnorodność udzielanych porad uzależniona jest od szerokiego spektrum spraw, które uznaje się za konsumenckie. Zawieranie umów konsumenckich jest stałym elementem życia człowieka i dotyczy bardzo wielu aspektów, począwszy od nabywania towarów (zakup biletu autobusowego, zakup jedzenia, odzieży, obuwia, sprzętów AGD, RTV) po zawieranie umów o dostarczanie usług (sprzedaż energii, tv, Internet, telefon, umowy ubezpieczenia, umowy bankowe, wycieczki turystyczne) itd.

Problemy zgłaszane przez konsumentów w ramach dokonywanych zakupów towarów, dotyczyły najczęściej wady zakupionej rzeczy, odmowy przyjęcia reklamacji przez sprzedawcę lub producenta, odrzucenia reklamacji, nieustosunkowania się do roszczeń klientów w ustawowym terminie 14 dni przez sprzedawców, stosowanie przez przedsiębiorców niewłaściwej, sprzecznej z prawem i niekorzystnej dla konsumentów, interpretacji przepisów prawa. W ubiegłym roku nadal dostrzegalne było zdezorientowanie wśród konsumentów w zakresie dwóch różnych możliwości dochodzenia swoich roszczeń (z tytułu rękojmi i gwarancji) i niejasności wynikających z tego powodu. W tym zakresie konieczna jest dalsza edukacja konsumencka.

Niezmiennie - od wielu lat - liczba zgłaszanych reklamacji obuwia jest bardzo wysoka. Problem ten ma charakter ogólnopolski i wszystkie instytucje zajmujące ochroną konsumentów zgłaszają, iż liczba reklamacji obuwia nie maleje, zaś sprzedawcy nagminnie odrzucają roszczenia konsumentów dotyczące wymiany obuwia lub zwrotu pieniędzy. Jakość sprzedawanego obuwia jest bardzo różna, jednak przepisy prawa nie uzależniają zakresu odpowiedzialności sprzedawcy od jakości, czy ceny towaru. Każdy towar powinien spełniać swoją funkcję i posiadać cechy odpowiednie dla towaru danego rodzaju. Duży

problem występuje w tzw. „sklepach chińskich”, gdzie wartość towaru jest niewielka ale również jakość i użyteczność pozostawia wiele do życzenia. W przypadku tego typu produktów obowiązują te same przepisy, nie ma dolnej granicy ceny, przy której konsument może wносить reklamacje. Interwencje Rzecznika Konsumentów w tym zakresie były i są podejmowane.

Do niniejszego sprawozdanie dołączone zostają tabele:

- Tabela Nr 1 - obrazuje udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów w 2019 roku
- Tabela Nr 2 - obrazuje interwencje pisemne podjęte w 2019 roku
- Tabela Nr 3 - obrazuje porady i informacje udzielone konsumentom w 2019 roku
- Tabela Nr 4 - obrazuje pomoc na drodze sądowej udzielona konsumentom w 2019 roku

STAROSTWO POWIATOWE w KUTNIE
99-300 Kutno, ul. J. Kosciuszki 16
Powiatowy Rzecznik Konsumentów
99-301 Kutno, ul. Królowej Jadwigi 7
tel. 24 355 47 56

POWIATOWY
RZECZNIK KONSUMENTÓW
Aleksandra Bielecka