

Miejski Rzecznik Konsumentów w Toruniu

Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Toruniu

w roku 2018

Toruń, luty 2019 r.

*Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r.
o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.Dz. U. z 2019r., poz. 369),
na podstawie którego rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca 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 kwalifikacje zawodowe.....	4
II.	REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW.....	5
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	5
2.	Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	7
3.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	8
4.	Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	9
5.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.....	10
6.	Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	11
7.	Podejmowanie działań wynikających z:.....	13
	<ul style="list-style-type: none">• 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)	
III.	WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW.....	14
8.	Wnioski rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.....	14
9.	Wnioski dotyczące pracy rzeczników.....	15
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. 76** 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 2018 r. poz. 995 z późn. zm.) w art. 4 ust. 1 pkt. 18 stanowi natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu. Zadania te realizuje miejski (powiatowy) rzecznik konsumentów

Zgodnie z przepisami prawa (ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów –(*t.j.Dz. U. z 2019r., poz. 369*) 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 Inspektoratem Inspekcji Handlowej oraz Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumenta.

Realizując swoje zadania rzecznik konsumentów kieruje się wytycznymi zawartymi w „Polityce Konsumentckiej na lata 2014-2018”, która stanowi siódmy 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.

Założeniem Polityki jest z jednej strony zapewnienie odpowiednich narzędzi prawnych, umożliwiających konsumentom skuteczne dochodzenie roszczeń, a także wskazanie działań na rzecz eliminowania niewłaściwych zachowań rynkowych przedsiębiorców. Polityka konsumentcka

wpisuje się jednocześnie w cele określone w Strategii Sprawne Państwo 2020, która budowę bezpiecznego i prokonsumenckiego rynku wskazuje jako jedno z najistotniejszych zadań państwa. Cel ten powinien być realizowany przez wszystkie podmioty zobowiązane przez ustawodawcę do ochrony konsumentów.

Podstawowym prawem konsumentów w gospodarce wolnorynkowej jest prawo do wyboru. Polityka konsumencka na lata 2014-2018, w sferze podmiotowej, zakłada istnienie systemu ochrony konsumentów, którego elementy działają zgodnie ze swoimi kompetencjami w celu zapewnienia słabszym uczestnikom rynku ochrony prawno-instytucjonalnej.

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 (t.j.*Dz. U. z 2019r., poz. 369*).

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 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, mailowo 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 10** pokój 15-16. **Biuro jest czynne od poniedziałku do piątku, od godz. 7.30 do godz. 15.30, środa godz. 7.30 do godz. 17.00.** tel.: 56 6118640, 56 6118641

e-mail: mrzk@um.torun.pl

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

W roku 2018 ogółem wniesiono do miejskiego rzecznika konsumentów w Toruniu **4065 spraw**, z czego **2766** dotyczyło porad i informacji, **1297** – interwencji u przedsiębiorców, przygotowano **32** pozwów na rzecz konsumentów oraz pisma sądowe, w **6** sprawach rzecznik konsumentów wniósł pozew do sądu na rzecz konsumenta.

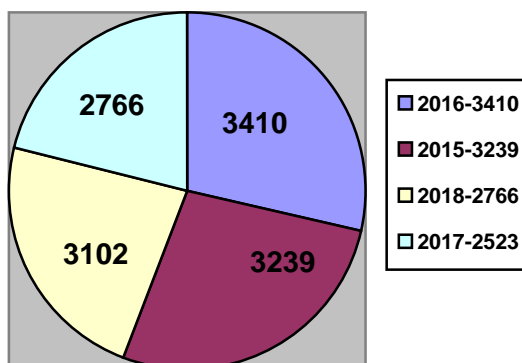
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów

Głównym celem działalności Rzecznika Konsumentów jest wzmocnienie słabszej strony konsumenta w stosunkach z przedsiębiorcą - profesjonalistą oraz zapewnienie pomocy konsumentom w dochodzeniu przez nich roszczeń wobec przedsiębiorców.

Celowi temu służy realizacja podstawowego zadania, jakim jest bezpłatne poradnictwo konsumenckie. 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 2018r. udzielonych zostało **2766 porad oraz informacji prawnych**. Obrazuje to poniższe zestawienie:

ILOŚĆ PORAD UDZIELONYCH w latach 2015-2018



Największą ilość zgłoszeń stanowią zapytania i udzielone porady oraz informacje dotyczące umów sprzedaży– **1713**. W dalszej kolejności odnotowano zapytania dotyczące umów o usługi, zgłoszono ich - **892**, udzielono ogólnych informacji w **61** sprawach natomiast **100** porad dotyczyło

spraw niekonsumenckich.(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 konsumencką.

Z zestawienia wynika, że najwięcej spraw podobnie jak w latach ubiegłych w zakresie umów sprzedaży, dotyczyło obuwia, sprzętu AGD i RTV, telefonów, sprzętu komputerowego, wyposażenia wnętrz.

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.

Dominującą kategorią jest jednak obuwie i jego niska jakość. Wady w postaci rozklejania podeszew czy pęknięcia cholewek pojawiają się już w ciągu trzech pierwszych miesięcy od daty zakupu. Cena obuwia nie ma tu żadnego znaczenia, bo problem dotyczy zarówno taniego obuwia, jak i uznanych na rynku marek. Niepokojącym zjawiskiem jest to, że sprzedawcy nierzadko nie uznają reklamacji, licząc, że konsument nie pójdzie do sądu. Bardzo często odpowiedzią na złożoną reklamację butów jest stwierdzenie, że po oględzinach organoleptycznych nie stwierdziliśmy żadnych wad mogących stanowić podstawę do uznania reklamacji. Powstanie uszkodzenia mechanicznego, czyli przejście do stanu niezdatności, podczas typowej eksploatacji, świadczy o niedostosowaniu materiału z jakiego wykonano obuwie. Odpowiedzialność za technologię produkcji materiału ponosi producent. Brak rzetelności w rozpatrywaniu reklamacji powoduje przerzucanie odpowiedzialności za złą jakość obuwia na konsumentów.

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 nieznanego swoich praw, kupujący byli kierowani przez sprzedawców do punktów serwisowych, a więc następowało wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu rękojmi. Kupujący wchodzili natomiast w relacje z gwarantem z tytułu gwarancji, a więc na warunkach ustalonych przez nich samych.

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

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 wady w dniu wydania towaru.

Jednym z kluczowych problemów zgłaszanych przez konsumentów są problemy z umowami zawieranymi poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Najwięcej problemów mieli konsumenci z usługami dotyczącymi energii elektrycznej, którzy skarżyli się na:

- wprowadzanie konsumentów w błąd przy zmianie dostawcy usług sugerując, że przedłużają umowę z dotychczasowym dostawcą.
- nieinformowanie klientów o dodatkowej opłacie handlowej przy zmianie umowy z gwarancją stałej ceny.
- naliczanie wysokich kar umownych w przypadku wypowiedzenia umowy przed upływem terminu na jaki umowa została zawarta.

Bardzo wiele problemów zgłaszanych przez konsumentów dotyczyło umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Wśród konsumentów korzystających z tych form zakupów przodują seniorzy, choć zdarzały się także przypadki umów zawieranych przez młodsze osoby. Przedmiotem umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa najczęściej jest sprzęt rehabilitacyjny (materace, fotele rehabilitacyjne, masażery, itp.), sprzęt do gotowania, pieczenia, miksery, naczynia, pościel i inne. Tego rodzaju zakupy dokonywane są zazwyczaj na pokazach organizowanych w hotelach oraz restauracjach.

Problemy, z jakimi borykali się konsumenci w tej dziedzinie dotyczyły głównie trudności z odzyskaniem wpłaconych pieniędzy po odstąpieniu od umowy. W takich przypadkach Rzecznik występował w imieniu konsumenta do przedsiębiorcy, o polubowne załatwienie sporu. Prawie wszystkie wystąpienia zakończyły się pozytywnie dla konsumentów. W jednej ze spraw rzecznik wniósł do sądu pozew żądając zwrotu kwoty 6900,00 PLN na rzecz konsumenta. Sprawa zakończyła się wydaniem przez sąd nakazu zapłaty na rzecz konsumenta.

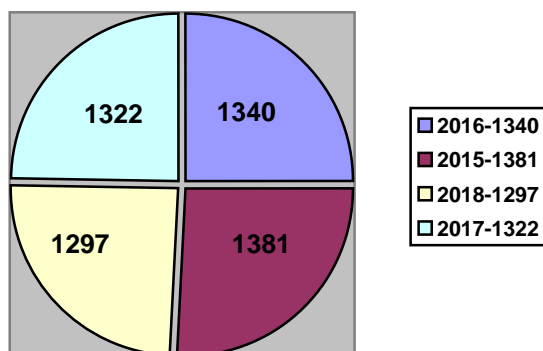
2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

W 2018 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 2018 roku **1297** interwencje i wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw konsumentów.

IŁOŚĆ INTERWENCJI DO PRZEDSIĘBIORCÓW w latach 2015-2018



Wśród interwencji i wystąpień **964** dotyczyło spraw z zakresu umów sprzedaży, umów o usługi –**299**, 26-były to interwencje w sprawach ogólnych, 8 w sprawach niekonsumenckich.

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

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), w przypadku obuwia zimowego brak informacji, że obuwie to może przemakać.

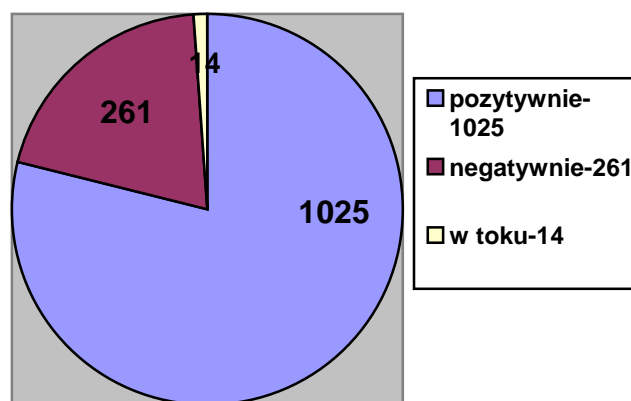
W usługach turystycznych przede wszystkim reklamowano niezgodne z umową zakwaterowanie w hotelach o niższym standardzie, wyliczanie okresu pobytu i zmniejszanie w związku z tym ilości świadczeń.

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 14 dni i utrudnianie odstąpienia, nie wywiązywanie 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 **1297** spraw, w których interweniowano w 2018 r., **1025** zostało załatwione z rezultatem pomyślnym dla konsumenta, **261** negatywnie, a **14** spraw jest w toku załatwiania (tabela nr 2). Świadczy to o skuteczności wystąpień i interwencji rzecznika.

1297- ILOŚĆ INTERWENCJI w 2018 roku oraz SPOSÓB ICH ZAŁATWIENIA



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

Podobnie jak w latach ubiegłych, w 2018 roku Rzecznik Konsumentów na bieżąco współdziałał z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Europejskim Centrum Konsumenckim, Rzecznikiem Finansowym, Urzędem Komunikacji Elektronicznej. Współdziałanie polegało na wzajemnej wymianie informacji na temat nowych regulacji prawnych, wydawanych decyzji, a także orzecznictwa w sprawach konsumenckich, czy sygnalizowaniu praktyk rynkowych naruszających prawa i interesy konsumentów.

W zakresie działań profilaktycznych, mających na celu ochronę interesów konsumentów, miejski rzecznik konsumentów, korzystając ze swoich uprawnień, złożył do:

1. Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- 4 razy zawiadomienie o możliwości naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Jako przedsiębiorcę stosującego praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów rzecznik wskazał:

1. CLAVAM sp z o.o.

2. REVENDA MEDIC sp. z o.o. Sp. K

3. COMFORT MED+ sp. z o.o.

4. Profi Credit Polska S.

W szczególności rzecznik wniósł o zbadanie zgodności postępowania w.w przedsiębiorców z przepisami ustawy **z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów** (t.j *Dz. U. z 2019r., poz. 369*)

- art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2- naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieinformowanie konsumentów w przypadku zawierania umowy poza lokalem przedsiębiorstwa o prawie odstąpienia od umowy i nie wręczaniu konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co stanowi naruszenie art.12 ust.1 pkt.9 ust.1 ustawy z dnia 24 czerwca 2014r. o prawach konsumenta (Dz.U.2017.683 t.j)

W odpowiedzi Prezes UOKIK poinformował rzecznika o wszczęciu postępowania.

W odpowiedzi na zawiadomienie, dotyczące podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez **Profi Credit Polska S.A., polegających na wygórowanej kwocie prowizji w wysokości 100% kwoty pożyczki** , Prezes UOKIK poinformował rzecznika, iż spółka określając koszty w wysokości podanej w umowie , nie naruszyła przepisów prawa.

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

W 2018 r. miejski rzecznik konsumentów wniósł w **6** sprawach na rzecz konsumentów **pozew do sądu**. Wszystkie sprawy zakończyły się wydaniem przez sąd nakazów zapłaty, na łączną kwotę ok. 9000,00 PLN.

Rzecznik **przygotował wystąpienia do sądu w 39** sprawach.

W **3** sprawach skierowany został **wniosek na Policję** ukaranie **przedsiębiorcy** karą grzywny nie mniejszą niż 2000 zł, **tj. o wykroczenie z art. 114 ust 1** ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (*tj. Dz. U. z 2019r., poz. 369.*), za nieudzielanie wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia Miejskiego Rzecznika w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów.

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 poprzez mediacje i interwencje u przedsiębiorców.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Realizując zadania wynikające z przyjętej „Polityki Konsumentkiej” rzecznik szczególny nacisk położył na edukację konsumentką. W związku z tym zainicjowano szereg akcji mających na celu podniesienie poziomu świadomości konsumentkiej, m.in. rzecznik przeprowadził w 10 w toruńskich szkołach ponadpodstawowych, szkolenia w przedmiocie praw konsumenta oraz spotkał się z seniorami w ramach spotkań p.t. „*SENIOR ŚWIADOMY KONSUMENT*”.

Spotkania z seniorami odbyły się 9 klubach seniora , w tym w 2 klubach Parafialnych. Cieszyły się one dużym zainteresowaniem konsumentów, którzy chętnie brali udział w dyskusji oraz zadawali liczne pytania. Z uwagi na powyższe kolejne spotkania zaplanowane są na styczeń 2019r.

Brak dostatecznej wiedzy w tym zakresie, skutkuje często podpisaniem umowy dotyczącej zmiany operatora telekomunikacyjnego, dostawcy energii elektrycznej, zakupu drzwi bądź okien od przedsiębiorcy rzekomo współpracującego ze spółdzielnią.

Podczas spotkania informacyjnego omówione zostały podstawowe przepisy dotyczące praw konsumentów. Przedstawiono definicję konsumenta oraz wskazane zostały grupy konsumentów szczególnie narażone na nieuczciwe praktyki rynkowe. Omówiono najczęściej stosowane przez przedsiębiorców nieuczciwe praktyki oraz problemy podczas zawierania umów poza siedzibą przedsiębiorstwa –głównie na pokazach jak również za pomocą środków porozumiewania się na

odległość-umowy na tzw. „tańszy” prąd, abonament. Wskazano podstawy prawne dochodzenia roszczeń przez konsumenta, omówione zostały różnice pomiędzy rękojmią i gwarancją.

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.

Uczestnicy najbardziej zainteresowani byli możliwością rozwiązania „niechcianej” umowy i jak nie ponosić z tego tytułu żadnych konsekwencji, zwłaszcza finansowych. Duże zainteresowanie budziły również sprawy związane z egzekucją komorniczą oraz dodatkowymi ubezpieczeniami na zakupione produkty.

W trakcie spotkań udzielono porad dotyczących spraw indywidualnych oraz poinformowano jak ustrzec się przed analogicznymi sytuacjami na przyszłość. Uczestnicy bardzo aktywnie współpracowali z prowadzącym spotkanie, wielokrotnie przytaczając przykłady własne lub osób znajomych, które niestety nie zawsze wiedziały co zrobić w przypadku zawarcia niekorzystnej czy niechcianej lub nieprzemyślanej umowy zakupu towaru lub usługi.

Pojawiła się również potrzeba rozszerzenia tematyki o umowy SMS Premium czyli usługi o podwyższonej opłacie. Umowa o świadczenie usług o podwyższonej płatności nie jest zawierana w formie pisemnej, ale w formie czynności faktycznych, tj. z reguły przez wysłanie wiadomości pod określony numer.

Może to być wiadomość wychodząca, jak i prenumerata, czyli przychodzący SMS, za który także pobierane są opłaty. Koszt wiadomości specjalnych waha się od około 1 zł do nawet ponad 30 zł za sztukę co może być dużym obciążeniem zwłaszcza dla budżetu seniora.

Celem, spotkania było uczulanie seniorów, by bardziej szanowali swój podpis i z większym sceptycyzmem podchodzili do obiecujących złote góry handlowców oraz pamiętali, że **Umowy można zawierać w różnych formach: ustnej, pisemnej czy za pomocą środków porozumiewania się na odległość-telefon, mail, sms.**

Seniorzy aktywnie uczestniczyli w spotkaniu zgłaszając wiele problemów i pytań.

W miesiącu marcu i kwietniu 2018 roku, z uwagi na „*Światowy dzień konsumenta*”, Miejski Rzecznik Konsumentów w Toruniu przeprowadził w toruńskich szkołach ponadpodstawowych 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.

Rzecznik spotkał się z grupą ponad 500 uczniów, a spotkania cieszyły się dużym zainteresowaniem oraz uznaniem słuchaczy, którzy aktywnie uczestniczyli w szkoleniach zadając wiele pytań.

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 oraz telewizji lokalnej:

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 2018 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.

Rzecznik podobnie jak w roku ubiegłym podnosi, iż przepisy dotyczące ochrony konsumentów wymagają ciągłego monitorowania oraz wprowadzania niezbędnych zmian.

W ocenie rzecznika warto rozważyć potrzebę **kwotowego ograniczenia wartości** towaru od której rzecznik podejmuje interwencje, jak jest to w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, gdzie kwota graniczna to 50,00 zł.

Ponadto warto **doprecyzować krąg podmiotów uprawnionych do korzystania z pomocy rzecznika** konsumentów. Zdarza się bowiem iż po darmową pomoc rzecznika zgłaszają się osoby, które doskonale znają przepisy prawne a zakup dotyczy towarów znacznej wartości.

Rolą rzecznika jest przecież podejmowanie działań na rzecz indywidualnego konsumenta, **w razie szczególnej nieporadności konsumenta, jego niezamożności, w skutek której konsument nie może udać się o pomoc do fachowego pełnomocnika.**

Nadal dużym problemem są nieprawidłowości na linii konsument – przedsiębiorca energetyczny, wskazać należy przede wszystkim fakt wykorzystywania przez przedsiębiorców pozycji dominującej.

Problemem, który pojawił się w roku sprawozdawczym było zawieranie przez **ENERGA – OPERATOR SA umowy sprzedaży rezerwowej energii elektrycznej w przypadku wypowiedzenia przez odbiorcę umowy sprzedaży energii i opuszczenia lokalu.**

ENERGA-OPERATOR SA tłumacząc się zachowaniem ciągłości dostaw energii, aktywowała Rezerwową Umowę Kompleksową, obarczając opłatą konsumenta, który umowę z dotychczasowym sprzedawcą wypowiedział i lokal opuścił.

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 nieznanie tychże praw przez przedsiębiorców. Stąd wśród negatywnych zjawisk i przyczyn sporów między konsumentami a przedsiębiorcami wymienić można nieszanowanie 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.

Ważną rolą 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. Ilość spraw z jakimi zgłaszają się konsumenci 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.

1. Województwo	Kujawsko-pomorskie
2. Miasto /Powiat	Toruń
3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu	185 tyś.
4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Bożena Sawicka
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.	NIE
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
12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu/miasta. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować.	Wynagrodzenie zgodnie z <i>Ustawą z dnia 21 listopada 2008 r. o pracownikach samorządowych (t.j. Dz.U. 2018 r. poz. 1260, z późn. zm.)</i>

Sporządziła:

Bożena Sawicka
Miejski Rzecznik Konsumentów

2018 r.

Tabela 1.
udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów

	1.1.osobiście i telefonicznie															razem
	rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia a umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			
	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	znaczenia	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	
SPRZEDAŻ:																
1 art. żywnościowe	2	0	2	11	0	0	0	0	0	3	0	0	3	0	0	21
2 odzież i obuwie	70	4	18	575	3	32	0	0	1	0	0	0	4	0	0	707
3 meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	20	11	13	131	7	19	3	0	0	4	0	0	2	0	1	211
4 urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	24	76	22	241	3	27	1	0	0	4	8	6	0	0	1	413
5 samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	30	2	7	84	0	7	0	0	0	0	0	1	2	0	0	133
6 kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	3	1	2	9	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	19
7 produkty związane z opieką zdrowotną	2	27	5	13	1	2	1	0	1	0	0	1	1	0	0	54
8 art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	5	0	14	43	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	1	74
9 inne	10	0	4	51	0	5	0	0	0	2	1	2	6	0	0	81
USŁUGI:																
10 związane z rynkiem nieruchomości	7	0	0	8	0	0	11	0	0	8	0	0	1	0	0	35
11 bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	6	1	0	23	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	34
12 czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia	3	0	0	28	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32
13 konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu	1	0	0	33	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	37
14 finansowe	19	2	1	2	0	0	17	1	2	38	2	3	14	0	1	102
15 ubezpieczeniowe	12	0	1	13	0	0	21	0	1	15	1	0	8	0	1	73
16 pocztowe i kurierskie	0	0	0	22	0	9	6	1	0	2	2	0	2	0	0	44
17 telekomunikacyjne	32	10	37	32	2	3	13	1	10	21	7	17	0	1	3	189
18 transportowe	2	0	2	13	1	1	3	0	0	3	0	0	0	0	0	25
19 turystyka i rekreacja	8	0	7	45	0	9	5	0	1	2	0	0	0	0	0	77
20 sektor energetyczny i wodny	26	41	13	17	2	0	12	3	0	18	8	6	2	1	0	149
21 związane z opieką i opieką zdrowotną	0	3	3	6	0	0	0	0	2	1	0	1	0	0	0	16
22 edukacyjne	10	0	3	4	0	0	7	1	0	2	0	0	0	0	0	27
23 inne	12	0	3	25	0	0	1	0	2	2	0	0	5	2	0	52
RAZEM	304	##	157	1429	23	##	##	7	20	##	29	37	52	4	9	2605
4 informacje ogólne																61
5 niekonsumenckie																100
																2766

2018 r.

Tabela 2.
występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM
	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość	
	SPRZEDAŻ:															
art. żywnościowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
odzież i obuwie	1	0	11	513	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	555
meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu	6	5	5	57	9	8	2	0	1	0	0	0	0	0	1	94
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	3	30	11	111	3	23	0	0	0	1	1	0	0	0	0	183
samochody i środki transportu osobistego	3	0	1	13	0	3	1	0	0	0	0	1	0	0	0	22
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
produkty związane z opieką zdrowotną	0	29	2	8	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	0	0	4	15	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	23
inne	0	0	11	33	0	2	0	0	1	2	0	1	1	0	2	53
USŁUGI:																
związane z rynkiem nieruchomości bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	4	0	0	1	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	9
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	6
finansowe	11	3	0	0	0	0	3	0	0	10	1	3	7	1	0	39
ubezpieczeniowe	2	0	0	5	0	0	5	0	2	4	0	1	1	0	0	20
pocztowe i kurierskie	0	0	0	0	0	6	0	0	2	0	0	1	0	0	0	9
telekomunikacyjne	7	4	4	16	2	2	9	1	4	6	3	6	1	0	0	65
transportowe	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5
turystyka i rekreacja	3	0	6	23	0	3	3	0	0	1	0	1	1	0	0	41
sektor energetyczny i wodny	10	16	1	20	1	0	4	3	0	7	3	2	0	1	0	68
związane z opieką i opieką zdrowotną	1	0	0	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
edukacyjne	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
inne	3	0	4	11	0	1	0	0	1	2	0	2	10	0	0	34
RAZEM	58	88	62	850	17	87	29	4	11	37	8	20	21	2	3	1297
informacje ogólne	0															0
niekonsumenckie	0															0
	razem:															1297

