

Zatwierdzam:

.....

**Miejski Rzecznik Konsumentów
w Toruniu**

Sprawozdanie

z działalności Miejskiego Rzecznika
Konsumentów w Toruniu

w roku 2011

Toruń, marzec 2012 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.

ZADANIA MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Zgodnie z przepisami ustawy o samorządzie powiatowym ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu. W oparciu o przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 z późn. zm.) podstawowym i nadrzędnym celem działania jest ochrona praw i interesów konsumentów. Zadania te realizuje powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów. Przepisy w/w ustawy określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów i stanowią, co następuje:

- zadaniem samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej, w szczególności poprzez wprowadzenie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania w szkołach publicznych,
- zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów wykonuje powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów,
- rzecznik konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany staroście (prezydentowi miasta),
- rzecznik konsumentów w terminie do dnia 31 marca każdego roku przedkłada staroście (prezydentowi miasta) do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim,
- zatwierdzone sprawozdanie rzecznik przekazuje właściwej miejscowo delegaturze UOKiK.

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,
- współdziałanie z właściwymi terytorialnie delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz instytucjami i organizacjami, do których zadań statutowych należy ochrona interesów konsumentów.

Rzecznik konsumentów w swoich działaniach opiera się na wielu regulacjach prawych, dotyczących ochrony praw konsumentów. W szczególności są to następujące ustawy: kodeks cywilny, o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, prawo telekomunikacyjne, prawo przewozowe, o usługach turystycznych, prawo pocztowe, prawo bankowe, o cenach, o działalności ubezpieczeniowej, o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, o kredycie konsumenckim oraz szereg innych aktów wykonawczych m.in. do w/w ustaw. W roku 2011 z istotniejszych zmian aktów prawnych w zakresie praw konsumentów wymienić należy wejście w życie z dniem 18 grudnia 2011 r. nowej ustawy o kredycie konsumenckim. Zmianę polskiej ustawy o kredycie konsumenckim wymusiła przyjęta dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2008/48/WE. Nowa ustawa zwiększa limity kredytów konsumenckich przeszło trzykrotnie, bo z obecnych 80.000 zł do 255.550 złotych. Istotną zmianą jest także wprowadzenie formularza informacyjnego, który ma zawierać wszystkie podstawowe informacje o kredycie, takie jak koszty pożyczki, całkowita kwota do spłaty, wysokość oprocentowania, wymagane zabezpieczenia, obowiązkowe ubezpieczenia itp. Na ich podstawie konsumenci będą mogli podjąć świadomą decyzję odnośnie zaciąganego kredytu, a także z łatwością porównywać oferty różnych przedsiębiorców, ponieważ standardowy formularz zostanie wprowadzony we wszystkich państwach członkowskich.

ORGANIZACJA PRACY MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Swoje zadania rzecznik wykonuje w strukturze organizacyjnej Urzędu Miasta Torunia. W okresie sprawozdawczym funkcję miejskiego rzecznika konsumentów w Toruniu do dnia 31 lipca 2011 r. pełnił Lech Borowski.

Sprawy konsumenckie były przyjmowane poprzez zgłoszenia od konsumentów zarówno

osobiście, telefonicznie jak i drogą elektroniczną. Wnoszone sprawy były rejestrowane w podziale na porady i informacje oraz interwencje. W przypadku podejmowania interwencji, konsument składał stosowny wniosek. Interwencje były monitorowane co do terminu załatwienia sprawy.

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.

REALIZACJA POLITYKI KONSUMENCKIEJ NA LATA 2010 - 2013

Polityka Konsumentka na lata 2010–2013”, zwana dalej „Polityką Konsumentką” - przyjęta w lipcu 2010 r. – 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. Diagnoza aktualnego poziomu ochrony konsumentów, a także uwzględnienie przyjętych założeń przyszłych działań w obszarze polityki konsumenckiej pozwala na sformułowanie nadrzędnego celu realizacji polityki konsumenckiej, jakim powinna być stymulacja aktywności konsumenckiej, będąca w efekcie wspólnym mianownikiem wszystkich przyjętych celów.

Realizując w/w zadania mieszczące się w kompetencjach rzecznika, szczególny nacisk położono na edukację konsumencką. W związku z tym zainicjowano szereg akcji z udziałem środków masowego przekazu – lokalna prasa, radio i telewizja, które mocno zaangażowały się w prezentację tej tematyki. Miejski rzecznik konsumentów przekazywał mediom informacje mailowe o działaniach własnych oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Przygotowano też informacje dla prasy, z których kilkadziesiąt znalazło swoje odzwierciedlenie w postaci artykułów, a także wykorzystano w wywiadach radiowych i w telewizji lokalnej i krajowej (TVP, TVN24). Poruszano w nich sprawy aktualne, szczególnie dotyczące reklamowania towarów i usług, zasad dotyczących wyprzedaży i promocji towarów, praw konsumenckich w związku z dynamicznie rozwijającym się rynkiem usług za pośrednictwem środków elektronicznych i nowych technik sprzedaży, zasad dotyczących umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa. Zwracano uwagę przy pomocy środków masowego przekazu i podejmowano

działania zaradcze w związku z funkcjonowaniem w Toruniu firm, prowadzących działalność nierzetelnie.

Należy również podkreślić, iż przy istotnym współdziałaniu miejskiego rzecznika konsumentów w Toruniu, marszałek województwa w maju roku sprawozdawczego zorganizował spotkanie z powiatowymi rzecznikami konsumentów oraz przedstawicielami instytucji i organizacji działających na rzecz konsumentów w regionie. Spotkanie umożliwiło m.in. wymianę poglądów w zakresie bieżących problemów, z jakimi spotykają się instytucje działające na rzecz ochrony konsumentów oraz ustalenie wspólnych działań na rzecz skuteczniejszej ochrony konsumentów.

W zakresie działań profilaktycznych, mających na celu ochronę interesów konsumentów, miejski rzecznik konsumentów, korzystając ze swoich uprawnień, składał do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zawiadomienia o podejrzeniu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgłoszenia dotyczyły m.in.: stosowania przez Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A. nieprawidłowej definicji zawału serca, polegającej na uznawaniu jednostki chorobowej za zawał serca jedynie w sytuacji pojawienia się patologicznego załamka Q w EKG – w tym zakresie przesłana dokumentacja została przekazana do Delegatury UOKiK we Wrocławiu prowadzącej postępowanie w przedmiotowej sprawie, które zostało zakończone wydaniem decyzji uznającej w/w praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Kolejne zgłoszenie dotyczyło wprowadzania przez osobę prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą KALPIX konsumentów w błąd co do faktycznej ceny usługi. Usługa dotyczyła możliwości wykonania bezpłatnie za pośrednictwem strony internetowej <http://zrob-test.pl> testu ciążowego. W tym zakresie zostało wszczęte przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy postępowanie wyjaśniające w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W swojej praktyce często zdarza się, że rzecznik udziela porad z zakresu obowiązującego prawa przedsiębiorcom np. w sprawach dotyczących reklamowania towarów i usług, podnosząc ich wiedzę z tej dziedziny, a jednocześnie zmniejszając niedogodności dla konsumentów w wyniku prawidłowego stosowania prawa. Dla przykładu w miesiącu lutym odbyło się spotkanie w siedzibie przedsiębiorstwa „MEDIA MARKT” Sp. z o.o. w Toruniu., w którym udział wziął rzecznik konsumentów oraz kadra zarządzająca w/w placówką. Tematem spotkania były sprawy konsumenckie, wykładania niektórych przepisów, problemy, z jakimi spotyka się przedsiębiorstwo w związku z reklamacjami towarów. W trakcie spotkania wyjaśniono sobie i wzajemnie się przekonywano odnośnie interpretacji przepisów prawa konsumenckiego w niektórych tematach (np. terminy rozpatrywania zgłoszeń, możliwość odstąpienia od umowy sprzedaży).

REALIZACJA ZADAŃ W 2011 R.

W roku 2011 ogółem wniesiono do miejskiego rzecznika konsumentów w Toruniu **4787 spraw**, z czego 4269 dotyczyło porad i informacji, 484 – interwencji u przedsiębiorców, a także przygotowano 34 powództw na rzecz konsumentów.

Porady i informacje

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 z roku na rok rośnie. Obrazuje to poniższe zestawienie:

Rok 2000	Rok 2001	Rok 2002	Rok 2003	Rok 2004	Rok 2005	Rok 2006	Rok 2007	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2010	Rok 2011
530	848	873	1363	1463	1866	1835	1920	2778	3438	4307	4269

Rzecznik dokonał analizy wnoszonych spraw zgodnie z wzorcem sprawozdawczym ustalonym przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pomijając te kwestie, które nie wystąpiły w Toruniu (tabela nr 1).

Największą ilość zgłoszeń stanowią zapytania i udzielone porady oraz informacje dotyczące umów sprzedaży, zgłoszono ich **2366**. W dalszej kolejności odnotowano zapytania dotyczące umów o usługi – **1228**, następnie umów zawartych poza lokalem sprzedawcy lub na odległość – **436** oraz informacji prawnych – **239**. Najczęściej spotykanymi trudnościami przez konsumentów w kontaktach ze sprzedawcami to przede wszystkim: brak zgodności towaru z umową i sposób 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 2010 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. Mimo, że kupujący żądali rozpatrzenia reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, 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. Wiele spraw dotyczyło kredytów na sprzedaż ratalną, gdzie zawile zapisy umów prowadziły do ich niedotrzymywania przez klientów. Część konsumentów przychodziła do rzecznika po porady związane z wpadnięciem przez nich w pętlę zadłużeniową oraz dotyczące możliwości restrukturyzacji pobranych kredytów i pożyczek.

Wiele zgłoszeń dotyczyło także spraw ubezpieczeniowych. Konsumentów 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.

Interwencje i wystąpienia

W wyniku rozpoznanych spraw rzecznik podjął w 2011 roku **484** interwencje i wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw konsumentów. Wśród interwencji i wystąpień **275** dotyczyło spraw z zakresu umów sprzedaży, **138** umów o usługi, **43** – umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa bądź na odległość oraz innych wystąpień **28**. Struktura jakościowa jest prawie identyczna z udzielonymi poradami i informacjami. Spośród interwencji dotyczących **umów sprzedaży** najwięcej 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 użytkowaniem 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.

Wśród spraw różnych uwzględniono te, które nie mieszczą się w ustanowionych wzorach i dotyczą np. spraw spółdzielczych, wspólnot mieszkaniowych, towarów spożywczych, a także gdy nie dotyczyły określonego towaru, a zachowań naruszających interesy konsumenckie, np. udzielenia informacji, reklamy, a także skarg.

Na 484 sprawy, w których interweniowano w 2011 r., 362 zostało załatwione z rezultatem pomyślnym dla konsumenta, 95 negatywnie, a 27 spraw jest w toku załatwiania (tabela nr 2). Świadczy to o skuteczności wystąpień i interwencji rzecznika.

Dochodzenie roszczeń konsumentów na drodze sądowej

W 2011 r. miejski rzecznik konsumentów nie był stroną i nie reprezentował konsumentów przed sądami. Natomiast przygotował wystąpienia do sądu w 34 sprawach w tym 26 dotyczących reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, 5 z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania usług. W jednym przypadku został przygotowany konsumentowi sprzeciw od otrzymanego nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym. W dwóch natomiast przypadkach z racji uporczywego uchylania się przez przedsiębiorców od odpowiedzi na wystąpienia rzecznika, złożone zostały 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 w kalkulowane 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 poprzedzona 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.

WSPÓLDZIAŁANIE Z INSTYTUCJAMI I ORGANIZACJAMI DZIAŁAJĄCYMI NA RZECZ KONSUMENTA

Do zadań rzecznika konsumentów należy współdziałanie z instytucjami i organizacjami konsumenckimi. Zadanie to miejski rzecznik konsumentów realizował poprzez kontakty z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w tym z delegaturą w Bydgoszczy, Wojewódzkim Inspektoratem Inspekcji Handlowej Ośrodek Zamiejscowy w Toruniu, Federacją Konsumentów, Bankowym Arbitrażem Konsumenckim, Europejskim Centrum Konsumenckim, Rzecznikiem Ubezpieczonych, Urzędem Komunikacji Elektronicznej.

W ramach współpracy Karol Posachowicz uczestniczył w dwudniowym szkoleniu wraz z warsztatami pn. „*Rzecznik konsumentów w procesie - praktyczne zastosowanie przepisów procedury cywilnej*”, zorganizowanym w Toruniu przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów. Należy podkreślić, iż 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. Szereg wydawnictw ulotnych kolportowanych było w ub.r. do sprzedawców, szkół, instytucji związanych z obsługą konsumencką (banki, towarzystwa ubezpieczeniowe).

PODSUMOWANIE

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 wyjątkowością 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 się też, na podstawie jednostkowych sygnałów, formułować zjawiska mające 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.

Ważną rolą Rzecznika okazuje się działalność interwencyjna i mediacyjna. Dzięki systematycznemu i wytrwałemu monitorowaniu niektórych poczynąń 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 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.

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów – struktura udzielanych porad:

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady			Ogółem
	telefoniczna	osobista	pisemna	
I. Usługi, w tym:	702	460	66	1228
bankowe (inne niż kredyt konsumencki)	42	34	3	79
parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki)	8	11	-	19
kredyt konsumencki	24	21	4	49
ubezpieczeniowe	76	45	6	127
telekomunikacja (telefon, internet), operatorzy stacjonarni i komórkowi	192	125	17	334
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	51	21	4	76
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	48	37	6	91
informatyczne	7	5	1	13
motoryzacyjne (serwis)	19	13	2	34
turystyczne i hotelarskie	22	25	1	48
pralnicze	13	10	1	24
remontowo – budowlane	29	19	1	49
pocztowe	7	4	2	13
medyczne i stomatologiczne	11	8	1	20
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	14	11	-	25
komunikacyjne i transportowe	23	9	4	36
usługi rzemieślnicze (m.in. krawieckie, szewskie, stolarskie, fryzjerskie)	37	24	-	61
windykacyjne	48	25	5	78
inne	31	13	8	52
II. Umowy sprzedaży, w tym:	1360	918	88	2366
wyposażenie wewnątrz	128	76	7	211
sprzęt RTV i AGD	212	167	17	396
sprzęt komputerowy	93	58	11	162
odzież	101	63	6	170
obuwie	351	247	23	621
samochody i akcesoria	72	45	5	122
nieruchomości	18	16	-	34
sprzęt sportowy i rehabilitacyjny	39	24	2	65
artykuły spożywcze	11	3	1	15
biżuteria, zegarki	29	14	1	44
zabawki	9	6	-	15
torby, torebki	22	17	-	39
telefony komórkowe	112	72	9	193
artykuły i materiały budowlane	34	23	1	58
okna, drzwi	46	43	1	90

inne	83	44	4	131
III. Umowy poza lokalem i na odległość	196	147	93	436
IV. Informacje prawne	139	80	20	239
OGÓLEM	2397	1605	267	4269

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

Przedmiot sprawy	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi ogółem, w tym:	138	101	31	6
bankowe	22	17	5	-
ubezpieczeniowe	11	8	3	-
inne finansowe	12	9	3	-
deweloperskie	4	3	1	-
telekomunikacyjne (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, internet, TV kablowa)	41	32	7	2
motoryzacyjne (serwis)	5	4	1	-
turystyczne i hotelarskie	10	5	2	3
remontowo budowlane	10	7	3	-
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	7	5	2	-
przesyłki, przewozy, sprzedaż wysyłkowa	6	4	2	-
rzemiosło	3	2	-	1
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	7	5	2	-
II. Umowy sprzedaży ogółem, w tym:	275	208	50	17
sprzęt AGD, RTV (cyfrowe aparaty fotograficzne)	31	22	8	1
odzież	18	14	4	-
obuwie, wyroby kaletnicze	131	101	22	8
artykuły i materiały budowlane	20	15	4	1
samochody i akcesoria	7	6	1	-
telefony	21	14	4	3
meble	27	21	2	4
komputery	12	9	3	-
sprzęt sportowy i ogrodniczy	8	6	2	-
III. Umowy poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość	43	32	9	2
IV. Różne	28	21	5	2
O G Ó Ł E M	484			

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	17	2	7	26
2.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	3	1	1	5
3.	Przygotowanie sprzeciwu od nakazu zapłaty (sprawa bankowa)	1	-	-	1
4.	Wystąpienia Miejskiego Rzecznika Konsumentów do sądu o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny	1	-	1	2
	Ilość spraw sądowych ogółem	22	3	9	34