

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI
POWIATOWEGO RZECZNIKA
KONSUMENTÓW W PABIANICACH
ZA ROK 2021**

Sprawozdanie to stanowi wykonanie art. 43 ust 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U z 2021 r., poz.275) , na podstawie którego rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca staroście do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim.

Starostwo Powiatowe w Pabianicach
Powiatowy Rzecznik Konsumentów
Elżbieta Jabłońska
ul. Piłsudskiego 2
95 - 200 Pabianice
tel. 42 225 40 30
ejablonska@powiat.pabianice.pl

MARZEC 2022

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Konsumenci stanowią kluczowy element obrotu gospodarczego. Bez konsumenta, który ma zaufanie do rynku, w którym funkcjonuje, w większości usatysfakcjonowany towarami i usługami, za które płaci, nie ma szans na rozwój gospodarki. Dlatego ochrona praw konsumentów jest jednym z kluczowych zadań w zakresie wspólnej polityki społecznej, która skutecznie realizowana jest przez samorządy terytorialne od 1 stycznia 1999 roku, w zakresie określonym ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów oraz odrębnymi przepisami. Zadania w tej materii w Powiecie Pabianickim powierzono **Powiatowemu Rzecznikowi Konsumentów w osobie Elżbiety Jabłońskiej**, która decyzją Rady Powiatu Pabianickiego została powołana w dniu 23 maja 2003 roku. Początkowo Rzecznik Konsumentów zobowiązany był do składania sprawozdań rocznych przed Radą Powiatu, jednak w wyniku zmian legislacyjnych, które miały miejsce w 2007 roku, Rzecznik Konsumentów zobowiązany jest do przekazania sprawozdania z poprzedniego roku, Staroście Powiatu Pabianickiego do dnia 31 marca każdego roku. Pod względem merytorycznym i organizacyjnym oraz zgodnie z art. 40 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Rzecznik Konsumentów jest podporządkowany bezpośrednio Staroście Pabianickiemu.

Celem niniejszego sprawozdania podobnie jak w latach poprzednich jest specyfikacja problemów, z jakimi spotykali się skarżący w tym trudnym dla wszystkich okresie i dokonanie oceny oraz wnikliwej analizy działalności Rzecznika.

Od chwili wybuchu pandemii Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Pabianicach zachowując należyłą staranność i spełniając reżim wynikający z sytuacji, przyjmował konsumentów w siedzibie starostwa, w wyznaczonym do tego punkcie w miesiącach styczeń – kwiecień 2021r. Od maja 2021 roku została przywrócona forma przyjmowania konsumentów w biurze Powiatowego Rzecznika Konsumentów. Jak widać nie pozostawiono konsumentów bez możliwości kontaktu osobistego, w tym pierwszym kwartale minionego roku. Wprawdzie skarżący częściej wybierali formę składania skarg drogą elektroniczną, jednak większość osób starszych, zgłaszała się do Rzecznika osobiście.

REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Rzecznik Konsumentów w swoich działaniach opiera się na wielu regulacjach prawnych. Jest to szereg ustaw, często zawitych w swych zapisach i niejednokrotnie nowelizowanych, co wymaga ze strony Rzecznika Konsumentów stałego monitorowania przepisów. W swej codziennej pracy Rzecznik wykorzystuje co najmniej 25 aktów prawnych, które w swych zapisach dotyczą ochrony praw konsumentów. Po przedłożeniu przez konsumentów spraw, przekazywane są obowiązujące regulacje prawne i możliwości ich wykorzystania, podejmowane są rozmowy i mediacje z przedsiębiorcami, a także opracowywane wzory pism reklamacyjnych lub odwołań. Ponadto odbywa się szczegółowa analiza dokumentów i następuje udzielanie szczegółowych wskazówek co do sposobu postępowania. Liczba udzielonych konsumentom porad i informacji drogą telefoniczną bądź osobistą, w porównaniu z latami ubiegłymi utrzymuje się na stałym poziomie.

W roku sprawozdawczym od dnia 1 stycznia 2021 roku wprowadzono nowelizację prawa konsumenckiego z dnia 30 maja 2014 roku. Na jej podstawie niektórzy przedsiębiorcy uzyskali status konsumenta. Zgodnie z przepisami niektórzy przedsiębiorcy mogli korzystać z przywilejów, które do wprowadzenia w życie nowelizacji zagwarantowane były jedynie konsumentom. Aby przedsiębiorca mógł skorzystać z uprawnień przeznaczonych dla konsumentów musi spełnić dwa warunki:

- prowadzić jednoosobową działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej;
- zawierana umowa musi wiązać się z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą, **ale nie ma dla nich charakteru zawodowego czyli zakupiona rzecz nie może służyć do wykonywania określonej działalności.**

Przykładem „braku charakteru zawodowego” produktu może być zakup przez księgowego ekspresu do kawy, do swojego biura. Na nowych przepisach nie skorzystają podmioty, które są wpisane do Krajowego Rejestru Sądowego, w tym spółki prawa handlowego, np. spółki z o.o., komandytowe czy akcyjne. Niestety mocno nieprecyzyjny przepis dotyczący „braku charakteru zawodowego” zakupów, rodzi wiele rozbieżności interpretacyjnych. Takie wątpliwości pojawiały się przy zgłaszających przez przedsiębiorców spraw, które Powiatowy Rzecznik Konsumentów nie mógł przyjąć z racji ich bezzasadności. Przedsiębiorcy nie zawsze rozumieją istotę zmian ustawowych, które omawiane były dość szeroko w mediach. Dla przykładu wskaże, iż zgłosiła się Pani, która prowadzi zakład kosmetyczny. W wyniku powyższego

zakupiła urządzenie laserowe przeznaczone do poprawy wyglądu skóry, który w niewielkim odstępie czasowym od chwili nabycia wykazał wady fizyczne. Przedsiębiorca dokonujący sprzedaży odmówił uznania reklamacji z gwarancji sugerując niewłaściwe użytkowanie. Kosmetyczka stwierdziła zatem, że skorzysta z uprawnień z rękojmi na zasadach objętych sprzedażą konsumencką. Niestety po analizie wniesionej skargi, Rzecznik odmówił przyjęcia wniosku przedstawiając argumenty dające podstawę odmowy. Należy wyraźnie zaznaczyć, że ustawodawca nie zmienił definicji konsumenta. W trybie art. 22¹ k.c. za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

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

Zadania i uprawnienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów określa art. 42 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z wytycznymi do zadań Rzecznika Konsumentów należy **w szczególności: udzielanie bezpłatnych porad i informacji prawnych**. Pomoc konsumentom w tym zakresie podobnie jak w roku 2021, w większości odbywała się drogą telefoniczną, internetową, rzadziej w bezpośrednich rozmowach i kontaktach ze zgłaszającymi się interesantami. Wprawdzie w drugiej połowie roku odnotowano tendencję wzrostową w bezpośredniej obsłudze konsumentów, jednak nadal, szczególnie młodszy skarzyący, wolą uzyskać informacje i porady na odległość. Porada to szereg czynności, które składają się na kompleksową pomoc prawną udzieloną zainteresowanym. Przede wszystkim porada prawna, to analiza zgłaszanego problemu i przekazanie informacji w zakresie obowiązujących przepisów i możliwości ich wykorzystania. Podejmowane jest weryfikacja dokumentów przedłożonych przez konsumentów. Przygotowywanie pism reklamacyjnych, odwoławczych, i prowadzone bezpośrednio rozmowy z przedsiębiorcami w celu załatwienia problemu, to działania zaliczane do realizacji zadań w zakresie zapewnienia poradnictwa prawnego.

Dla zobrazowania, w tabeli poniżej przedstawiam ilość udzielonych porad w latach poprzednich oraz ilość przygotowanych wystąpień do przedsiębiorców, a także pozwów i wniosków o ukaranie przedsiębiorców, którzy ignorowali wystąpienia Rzecznika i nie udzielali na nie odpowiedzi.

| <i>LATA</i> | <i>Ilość udzielonych porad</i> | <i>Wystąpienia kierowane do przedsiębiorcy</i> | <i>Ilość sporządzonych pozwów</i> | <i>Ilość wniosków o ukaranie</i> |
|-------------|--------------------------------|--|-----------------------------------|----------------------------------|
| 2015 | 2631 | 690 | 51 | 6 |
| 2017 | 2224 | 425 | 39 | 9 |
| 2019 | 2621 | 407 | 33 | 19 |
| 2021 | 1793 | 232 | 18 | 7 |

W okresie sprawozdawczym udzielono **1 793 porad**, jest to porównywalna skala do roku 2020, w którym udzielono **1 790**. Odnotowano natomiast **16 % wzrost** dotyczący wystąpień kierowanych do przedsiębiorców. W roku poprzednim przygotowano **232** wystąpienia, w roku 2020 było ich **200**. Wyraźna tendencja wzrostowa, zarówno w udzielanym poradnictwie jak i przygotowaniu wystąpień, zauważalna jest w roku bieżącym.

Pomimo nadal panującej pandemii w roku 2021 Rzecznik Konsumentów w Pabianicach, nie zrezygnował z podejmowania dialogu bezpośredniego w siedzibach przedsiębiorców. Oczywiście zachowując dystans i wszelkie środki ostrożności prowadzone były rozmowy, które w większości przypadków kończyły się pozytywnie zakończoną sprawą. Interwencja w sklepach przynosi nie tylko pozytywne efekty ale przede wszystkim skraca czas na ugodowe załatwienie sprawy. W minionym roku Rzecznik Konsumentów podjął 29 interwencji. Najczęściej odwiedzanymi przez Rzecznika sklepami, które wymagały negocjacji bezpośredniej to nie tylko duże sklepy sieciowe takie jak Media Expert, Euro-net, Lidl Pabianice, czy Bricomarche ale także małe podmioty gospodarcze prowadzone na terenie miast Łódź, Pabianice i Konstantynów Łódzki. Bezpośrednie interwencje Rzecznika wraz z konsumentami dotyczyły najczęściej braku woli przyjęcia do rozpatrzenia reklamacyjnego produktów z tytułu rękojmi. Pomimo, iż rękojmia chroni interesy kupujących od kilku lat i zgodnie z jej zapisami sprzedający bezpośrednio odpowiadają za jakość produktów, sprzedający nadal wprowadzają klientów w błąd, co do przyjęcia reklamacji z tego tytułu zasłaniając się wydanymi gwarancjami producentów.

Wielokrotnie w sprawozdaniach rocznych zwracano uwagę na to, iż porada to szereg często skomplikowanych czynności, które składają się na kompleksową pomoc konsumentom. Przede wszystkim po przedłożeniu zgłaszanego problemu, przekazywane były obowiązujące regulacje prawne i możliwości ich wykorzystania. Szczegółowo poddawane były analizie

dostarczane dokumenty. Rzecznik w odpowiedzi na zadawane pytania, wskazywał drogę i niezbędne czynności konieczne do podjęcia przez konsumenta, w celu skutecznego dochodzenia roszczeń i ewentualnych reklamacji wadliwego produktu, źle wykonanej usługi, nieprawidłowo zawartej umowy, czy postępowania sądowego. W mniejszym stopniu, aczkolwiek nadal zdarzały się przypadki gdzie konsumenci otrzymywali nakazy zapłaty za przedawnione roszczenia. Skarżący podnosili skuteczność doręczeń tych nakazów. Wielokrotnie o rzekomo istniejącym długu, konsumenci dowiadywali się po zajęciu komorniczym. Z pomocą Rzecznika przygotowywane były pisma kierowane do sądu o wznowienie terminów rozpraw, z uwagi na niedoręczenie pozwów.

Z zestawienia prowadzonego w programie Excel wynika, iż przeważająca ilość porad w roku poprzednim to problemy związane z zakupami na odległość, ich niska jakość, brak możliwości odstąpienia od umowy i przesłania towaru do sprzedawcy lub nieuznanie reklamacji. Wielu sprzedawców online, w sytuacji gdy klient z różnych powodów po otrzymaniu zakupionego produktu pragnie odstąpić od umowy, napotyka problemy związane z ich odesłaniem. Przedsiębiorcy wskazują bowiem miejsce wysyłki, poza granicami naszego kraju np. Chiny, Bułgaria, Korea. Koszt nadania towaru w te miejsca przekroczyłby wartość zakupionej rzeczy. Klienci po konsultacji z Rzecznikiem odsyłali produkty, wbrew twierdzeniu sprzedawców, do siedziby firm. Ogólnie w tym zakresie udzielono **315 porad**, z czego po podyktowaniu konsumentom pism z podstawami prawnymi, w większości przypadków sprawy zakończyły się i skarżący już nie wracali do Rzecznika.

Rynek odnawialnych źródeł energii nadal jest w fazie dużego rozwoju, a inwestycja w panele słoneczne w przekonaniu konsumentów może przynieść korzyści w postaci oszczędności na rachunkach za prąd. Jednak tak jak w przypadku każdego produktu cieszącego się zainteresowaniem, bardzo szybko pojawiają się nieuczciwi sprzedawcy, którzy powiedzą i zrobią wszystko, aby tylko zrealizować zamówienie. Nasilający się wzrost konkurujących ze sobą firm, skutkowało stosowaniem nieuczciwych praktyk rynkowych, polegających na błędnym przekazywaniu informacji i wprowadzaniu klientów w błąd. Problemem związanym z działalnością akwizytorów w tej branży, są zawile umowy podpisywane w pośpiechu u Klienta, który najczęściej nie zapoznaje się z jej treścią. Z doświadczenia konsumentów wynika, że w tych umowach brakuje konkretnych ustaleń dotyczących urządzeń, jakie to powinny być zamontowane, w tym paneli fotowoltaicznych i inwerterów. Umowy nie wskazują terminów realizacji, nie zawierają też treści o prawach konsumentów, możliwości odstąpienia od umów w czasie ustawowym, czy prowadzonej procedury przy składaniu

reklamacji. Nachalna sprzedaż, mylne wyliczenia opłacalności inwestycji, skomplikowane umowy, od których trudno odstąpić z uwagi na wyliczenia kary za jej zerwanie, zapisy abuzywne w umowach, to główne problemy w tym temacie, na które skarżyli się konsumenci w minionym roku. Ogólnie Rzecznik Konsumentów udzielił **50 porad** w tym zakresie i jest to niemal identyczna liczba do roku 2020. Poczernającym może wydawać się fakt zgłaszania się konsumentów, którzy planują takie inwestycje. Robią rozeznanie rynku, dopytują na co należy zwrócić uwagę przy podpisaniu umowy.

Mimo, że pandemia koronawirusa, szczególnie w okresie letnim w roku 2021 nieco zwolniła, to wciąż na całym świecie codziennie odnotowywano kolejne przypadki zachorowań, Fakt ten sprawił, iż podróżowanie w czasach pandemii nie należało do najłatwiejszych. Biura turystyczne starały się więc wychodzić naprzeciw oczekiwaniom swoich klientów - dlatego też wiele biur podróży oraz linii lotniczych oferowało bezpłatną zmianę rezerwacji. Jest to możliwość przesunięcia terminu lub miejsca wyjazdu do określonego dnia przed wyjazdem (np. do 25 dni przed wyjazdem w Tui, do 30 w Rainbow Tour, Itaka) Wiele osób zrezygnowało z zaplanowanych podróży, z powodu pozytywnego wyniku testu lub choroby. Wówczas pojawiały się problemy z odzyskaniem wpłaconych pieniędzy. Zgodnie z art. 47 ust. 4 ustawy z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz.U. z 2017 r., poz. 2361) klienci biur podróży, linii lotniczych oraz innych organizatorów turystycznych mają prawo do odstąpienia od umowy w razie wystąpienia "nieuniknionych i nadzwyczajnych okoliczności". W ocenie Rzecznika Konsumentów za takie uznać należy pandemię. Wówczas klient ma prawo do odwołania wyjazdu bez ponoszenia kosztów. Organizator wyjazdu może zaproponować inne rozwiązanie - np. voucher na wycieczkę w innym terminie. Zgodnie z przepisami epidemicznymi do rozwiązania umowy o imprezę turystyczną, dochodzi dopiero po 180 dniach od momentu, jak informacja o odwołaniu została przekazana klientowi. Po tym terminie organizator wyjazdu ma jeszcze 14 dni na wypłatę gotówki. W obecnej sytuacji trudno jest przewidzieć czy wirus ominie nas, czy też pomimo przyjęcia szczepionek zaatakuje w najmniej oczekiwanym momencie. Dlatego pełną ochronę przed utratą kosztów rezygnacji, zapewnia ubezpieczenie wykupione na taką właśnie okoliczność.

Z zestawienia i analizy programu Exel wynika, że jak każdego roku dominująca liczba porad (**1072 porad**) udzielono w zakresie spraw związanych z zakupami odzieży, obuwia, sprzętu RTV, AGD, mebli, telefonów, sprzętu komputerowego i wyposażenia wnętrz. Struktura ta dokładnie odzwierciedla sytuację z lat poprzednich. Towary reklamowane są zwykle

z powodu niskiej ich jakości i zazwyczaj reklamowane są kilkakrotnie. Nadal poważnym problemem na rynku jest wprowadzenie konsumentów w błąd co do reżimu odpowiedzialności za wady towaru. Sprzedawcy wykorzystują niewiedzę lub nieuważę konsumentów i w momencie składania przez nich reklamacji np. sprzętu RTV, czy AGD, sprzętu elektronicznego przekierowują reklamacje do serwisów producentów, tym samym zwalniając się z odpowiedzialności na nich ciężącej z tytułu rękojmi. W tej sytuacji nie mają zastosowania regulacje ustawowe dotyczące uprawnień konsumenta, a tym samym nie ma określonego terminu na rozpatrzenie reklamacji, brak możliwości żądania wymiany czy rozwiązania umowy, często nawet terminu naprawy.

Kolejny raz zwracam uwagę na sprzedawców, którzy kuszą i zachęcają potencjalnych klientów do kupna dóbr w swych placówkach, szeroko reklamując swe produkty, jednak nie prowadzą polityki prokonsumentckiej. Do takich sprzedawców w ocenie Rzecznika należą Spółki : **Terg S.A** (właściciel sklepów Media Expert) , **Euro – net** (właściciel sklepów Euro AGD), **Agata S.A.** (właściciel sklepów Agata Meble), **Black red white (właściciel sklepów o tej samej nazwie) , Martes Sport, Marketing InvestmentGroup S.A.** (prowadzący sieć sklepów pod nazwą Sizeer) **NEO 24 PL sp. z o. o.** Konsumenci skarżą się także na **Jeronimo Martines Polska S.A.**(sieć sklepów Biedronka) **Lidl Polska sp. z o. o.**

Konsumenci dokonujący produktów przemysłowych w dwóch ostatnich podmiotach skarżą się na rażąco długie terminy rozpatrywania reklamacji. Zdarza się, że po złożeniu reklamacji czekają po kilka tygodni, a nawet miesięcy. Dopiero interwencja Rzecznika przyczynia się do zamknięcia skargi poprzez uznanie odstąpienia od umowy i zwrotu pieniędzy.

Rok sprawozdawczy charakteryzował się w przeciwieństwie do wcześniejszych lat, sporą ilością skarg (**88 porad**) dotyczącą zakupów samochodów używanych zarówno w komisach jak i przedsiębiorców specjalizujących się w sprzedaży aut używanych. Generalnie porady dotyczyły możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu rękojmi. Sprzedający takie auta jednym głosem twierdzą, iż kupujący pojazd kilkuletni, musi zdawać sobie sprawę z faktu możliwości ujawnienia wady nawet po wyjechaniu z komis. Argumentacja powyższa odrzuca wszelkie reklamacje składane nawet tego samego dnia, w którym dokonano zakupu. Tymczasem sprzedawca nie może zwolnić się z odpowiedzialności na nim ciężącej wynikającej z przepisów Kodeksu cywilnego i rękojmi niezależnie od tego, czy on spowodował wadliwość rzeczy. Po wydaniu pojazdu konsumentowi, jego uprawnienia wygasają z upływem dwóch lat, a w przypadku sprzedaży używanej rzeczy ruchomej odpowiedzialność sprzedawcy może zostać ograniczona, jednak nie mniej niż do 1 roku od wydania rzeczy.

Pozostała liczba porad dotyczyła:

- usług remontowych i konserwacji domów – **87 porad**,
- usług telekomunikacyjnych - **66 porad**
- **usługi ubezpieczeniowe – 41 porad**
- usługi kurierskie - **34 porady**
- inne (w tym turystyczne, kamieniarskie, nieruchomości) – **74 porady**

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

Rzecznik konsumentów nie ma inicjatywy prawodawczej, ale może składać do organów samorządowych wszystkich szczebli wnioski dotyczące przepisów prawa miejscowego, w zakresie ochrony interesów konsumentów. Rzecznik Konsumentów w Pabianicach stara się na bieżąco zapoznawać się z uchwałami Rad Miejskich miasta Pabianice i Konstantynów Łódzki, a także przynależących do Powiatu Pabianickiego gmin. W roku sprawozdawczym nie odnotowano sygnałów ze strony konsumentów o potrzebie takich zmian.

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

Wystąpienia Rzecznika Konsumentów w sprawach ochrony praw konsumentów to jeden z podstawowych instrumentów. W roku 2021 Rzecznik przygotował **232** pisma, jak już wspomniano o 16 % więcej do roku 2020. Wystąpienia kierowano do firm dopiero po wyczerpaniu działań nie przynoszących zamierzonych efektów. Rzecznik prosił o wyjaśnienia i ustosunkowanie się do wystąpień. Pouczał i wskazywał przepisy prawa, które nie zostały respektowane w konkretnych przypadkach. Ponadto wskazywał często propozycje rozwiązania sporu, niejednokrotnie wnioskował o polubowne zakończenie sprawy. Wielokrotnie Rzecznik w jednej sprawie prowadził obszerną korespondencję, bowiem przedsiębiorcy nie udzielali merytorycznych odpowiedzi, co skutkowało kolejnym pismem. Ogólnie przygotowano **232** wystąpienia, z czego **62%** spraw została zakończona pozytywnie (**143 sprawy**).

W 82 przypadkach odmówiono uznania roszczeń, jednak część z tych odmów swój finał znalazła w sądzie, w **7** przypadkach przedsiębiorcy nie ustosunkowali się do wystąpień Rzecznika Konsumentów, co skutkowało złożeniem zawiadomienia o popełnieniu przestępstwa i złożenia wniosku o nałożenie na przedsiębiorców grzywny wynoszącej nie mniej niż 2 000 PLN .

Analizując charakter wystąpień wyraźnie widać, iż lwią część interwencji pisemnych **176 wystąpień** podobnie jak w poprzednich latach sprawozdawczych, dotyczyły umów sprzedaży w zakresie nieuwzględnionych reklamacji odzieży i obuwia, sprzętu RTV, AGD, , sprzętu elektronicznego i różnych towarów służących do wyposażenia gospodarstw domowych. Rzecznik Konsumentów po wystąpieniu i otrzymanej od przedsiębiorcy odpowiedzi zmuszony był do ponownego wystąpienia. Sprzedawcy bowiem w swych odpowiedziach nie udzielali merytorycznych odpowiedzi, a argumenty przez nich wskazane nie odnosiły się do przedmiotu wystąpienia. Koniecznym zatem było podniesienie często nierzeczowych zdań i ponowna pisemna interwencja. Często zdarza się, że pisemna polemika z podmiotem w jednej sprawie kończy się po kilku wystąpieniach.

W pierwszej części sprawozdania wspomniano o dużej liczbie udzielonych porad w zakresie umów zawieranych na odległość. W roku 2021 przygotowano **42 wystąpienia** kierowane do przedsiębiorców, którzy dokonują sprzedaży online i którzy nie respektują prawa do odstąpienia od umowy w czasie ustawowym tj. 14 dni od chwili otrzymania produktu. Oprócz wspomnianych dylematów pomimo, iż konsumenci odstępowali w czasie ustawowym i odsyłali nieużywane produkty, sprzedawcy próbowali obciążać klientów za rzekome ich użytkowanie.

W przeciwieństwie do umów na odległość, zmniejszyła się ilość pism związanych z umowami zawieranymi poza lokalem przedsiębiorstwa. Należy przypuszczać, że panująca pandemia nie sprzyjała firmom dokonującym sprzedaży na tzw. pokazach. Konsumenci praktycznie nie zgłaszali takich skarg. Większa skala porad i wystąpień dotyczyła firm oferujących montaż paneli fotowoltaicznych. Umowy zawierane w mieszkaniu klienta, często w pośpiechu i bez głębszej analizy doprowadzały do ich zawarcia. Jednak po namyśle i niepewności prosumenci próbowali wycofać się z nieciekawej transakcji. W większości przypadków, porada i pomoc w redakcji pism informujących o odstąpieniu od umów kończyła się dla konsumenta pozytywnym zakończeniem spraw. Nieliczni wnioskodawcy zgłaszali problemy, z którymi nie mogli sobie poradzić indywidualnie. Głównie dotyczyły nieprawego naliczania kary po odstąpieniu od umowy. Wobec nieuczciwych praktyk jakie stosowano, przyjmowano wnioski, na podstawie których podjęto **14 pisemnych** interwencji, z czego we wszystkich przypadkach sprawy zakończono pozytywnie dla wnioskodawców. W wyniku napływających skarg, w porozumieniu z innymi Rzecznikami, a także po konsultacjach z Urzędem Regulacji Energetyki, Rzecznik zawiadomił Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie o stosowanych nieuczciwych praktykach, przez firmę Columbus

Energy S.A. z siedzibą w Krakowie. Powyższe działania przyczyniły się do przeprowadzonego postępowania wyjaśniającego, w trakcie którego spółka zadeklarowała, że nie będzie pobierać już takich opłat i zwróci konsumentom, którzy w przeszłości odstąpili od umowy, pobrane od nich pieniądze. Dodam, iż wysokość tych opłat była różna i wynosiła, 2000, 2900, 3900 PLN.

4. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Pabianicach, odbierając sygnały i skargi od konsumentów, informujące o stosowaniu przez przedsiębiorców praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, kontaktował się z instytucjami wyznaczonymi do kontroli i przeprowadzenia postępowań wyjaśniających.

Podstawowym prawem konsumenta jest prawo do rzetelnej informacji. To oznacza, że klient ma prawo znać cenę produktu lub usługi, zanim zdecyduje się na zakup. Cena musi być widoczna, czytelna i jednoznaczna. Przepisy mówią jasno: jeśli cena na towarze różni się od ceny po zeskanowaniu towaru przy kasie, sklep musi zgodzić się na sprzedaż go po cenie korzystniejszej dla kupującego. Wynika to z art. 5 ustawy z 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług. Tymczasem w roku sprawozdawczym napływały sygnały informujące o łamaniu w/w przepisów. Standardowo wręcz do placówek, które nagminnie nie wywiązują się z powyższego obowiązku, należą między innymi : Kaufland w Konstancynie Łódzkiej, sieć sklepów Biedronka zarówno w Pabianicach jak i Konstancynie, Bricomarche w Pabianicach. Od lat już konsumenci dokonujący zakupów art. gastronomicznych i cukierniczych w Konstancynie Łódzkiej, przy ul. Jana Pawła zgłaszają naruszenie przez przedsiębiorcę obowiązku wystawiania cen oferowanych produktów. Pomimo, iż w roku 2019 Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej dokonał kontroli, która potwierdziła naruszenia, w wyniku czego nałożono karę za brak cen towarów, sprzedawca nadal unika wystawiania cen produktów, przez co może naliczać różne ceny na ten sam produkt. Mając powyższe na uwadze, w wyniku składanych skarg telefonicznych, Rzecznik po raz kolejny powiadomił WIIH w Łodzi prosząc o przeprowadzenie kontroli w tych placówkach. Ponadto Rzecznik skierował kilka osób do WIIH w celu złożenia wniosku o przeprowadzenie mediacji. Sprawy z którymi zgłaszali się skarżący z góry wskazywały na przegraną, dlatego Rzecznik nie podjął się prowadzenia tych spraw. Ponadto współpracowano i kierowano prośby o wydanie fachowej

opinii w temacie jakości rzeczy, do rzeczoznawców działających przy Inspekcji Handlowej, a także przy Naczelnej Organizacji Technicznej w Łodzi.

Rok sprawozdawczy obfitował w skargach dotyczących firm zajmujących się montażem fotowoltaiki oraz nieuczciwymi praktykami rynkowymi stosowanymi szczególnie przez Spółkę Columbus Energy S.A. w Krakowie (ciąg dalszy z roku 2020). Z uwagi na powyższe Rzecznik Konsumentów w Pabianicach, w porozumieniu z innymi Rzecznikami do których także napływały liczne skargi na działalność tej firmy, kontaktował się w sprawie nieuczciwych praktyk, zarówno z Urzędem Regulacji Energetyki, jak i Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie. W toku postępowania wyjaśniającego firma Columbus Energy zmieniła kwestionowane klauzule, np. konsument w nowym wzorcu umowy może wybrać, czy żąda wykonania usługi przed upływem terminu do odstąpienia od umowy czy chce zachować ustawowe 14 dni na odstąpienie. Po interwencji Prezesa UOKiK w trakcie postępowania wyjaśniającego spółka zadeklarowała, że nie będzie już pobierać opłat za odstąpienie od umowy i zwróci konsumentom, którzy w przeszłości odstąpili od umowy, pobrane od nich pieniądze.

Zachowując kompetencje w zakresie współpracy z policją, Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Pabianicach, utrzymywał stały kontakt z komisariatami policji w Pabianicach i Konstantynowie Łódzkim. Gdy docierały do Rzecznika sygnały o popełnionych oszustwach czy wykroczeniach, a także do niekorzystnego rozporządzenia mieniem konsumentów, Rzecznik powiadamiał organy ścigania. W drugiej połowie roku 2021 sygnalizowano próby wyłudzeń dotyczące kampanii SMS-owych, mających na celu wyłudzenie pieniędzy. Oszuści wykorzystują (proceder trwa nadal) wizerunek PGE, informując o rzekomej należności za prąd elektryczny. Przestępcy w wiadomościach sugerują konieczność uregulowania płatności za energię elektryczną. Link zawarty w SMS-ie prowadzi do fałszywej bramki pośrednika płatności. Podanie swoich danych na takiej stronie, może skutkować utratą wszystkich pieniędzy z konta bankowego.

Kolejnym przykładem prób wyłudzenia dotyczył wzmożonych przesyłek. Czas pandemii to wzmożone zakupy przez Internet. Oszuści nie próżnują i ciągle modyfikują swoje metody działania i korzystają z każdej nadarzającej się okazji, aby wprowadzić w błąd i wykorzystać zaufanie niczego nie podejrzewających osób. Coraz chętniej podszywają się pod firmy kurierskie i wysyłają SMS-y z informacją o konieczności dopłaty do przesyłki. Zazwyczaj kwota, jaką należy wpłacić, jest bardzo niska - w granicach 1 zł. W wiadomości podany jest także link, który przekierowuje potencjalną ofiarę na stronę łudząco podobną do

strony banku bądź operatora płatności, gdzie nieświadoma osoba wprowadza wrażliwe dane dotyczące konta takie jak login czy hasło i umożliwia tym samym przechwycenie tych danych przez oszustów. Ktoś, kto często otrzymuje paczki, jest łatwym celem dla przestępców, zwłaszcza jeśli oczekuje akurat na przesyłkę. Powyższe przykłady pokazują, że oszuści wciąż wymyślają nowe sposoby wyłudzenia pieniędzy i to nie tylko od osób starszych. Z obserwacji i skarg wynika, że potencjalne ofiary oszustów są coraz młodsze.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Pabianicach pracując od 19 lat na tym stanowisku bardzo ceni sobie stałą współpracę z Rzecznikami Konsumentów z innych miast i powiatów. Nieoceniona jest stała współpraca, wymiana doświadczeń i informacji w zakresie obowiązujących przepisów, ich interpretacji, stosowania prawa w praktyce. Wymiana poglądów w sprawach trudnych, wymagającej głębszej analizy jest bezcenna. Z przykrością stwierdzić należy, iż tak naprawdę Rzecznicy zdani są sami sobie, nie mogą liczyć na organizowane przez UOKiK szkolenia czy spotkania edukacyjne, tak jak miało to miejsce kilka lat temu.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów.

W myśl art.42.ust 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów przedsiębiorca, do którego zwrócił się Rzecznik Konsumentów obowiązany jest udzielić Rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii Rzecznika . Nie zastosowanie się do tego obowiązku jest wykroczeniem i podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2 000 PLN / art.114 cyt. Ustawy/

W roku sprawozdawczym odnotowano 7 przypadków, w których Rzecznik skierował w związku z brakiem udzielonej odpowiedzi zawiadomienia do Komendy Powiatowej Policji w Pabianicach, o popełnieniu przez przedsiębiorców czynu stanowiącego wykroczenie w rozumieniu art. 114 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 42 ust.4 cyt. Ustawy. Wszystkie wnioski zostały przyjęte i skierowane do Sądów właściwych.

6. Powództwa na rzecz konsumentów.

Rzecznik Konsumentów w Pabianicach nie rezygnuje z wszelkich form kontaktów i mediacji bezpośredniej w siedzibach firm. Prowadzony dialog w formie rozmów

telefonicznych, osobisty kontakt Rzecznika, posiłkowanie się ekspertyzami rzeczoznawców powoduje, że relacje konsument – przedsiębiorca łagodnieją i niejednokrotnie spór kończy się zawarciem ugody. W wielu przypadkach tylko wejście na drogę sądową może w pewien sposób zmusić nieuczciwych przedsiębiorców do respektowania przepisów prawa konsumenckiego. Trzeba podkreślić, iż Rzecznik nie ma obowiązku wszczynania postępowania sądowego w każdym sporze. Ryzyko obciążenia kosztami zastępstwa procesowego, które obciążają powiat w razie przegranej sprawy nie pozwalają Rzecznikowi na wytaczanie procesów.

Faktem pozostaje, iż od dwóch lat, z uwagi na pandemię konsumenci nie są tak skorzy do wniesienia powództw sądowych. Tłumaczą się sytuacją pandemiczną, mają sceptyczne podejście do okresu w którym sąd rozpoznałby sprawę, obawiają się też przegrania i ewentualnego poniesienia kosztów sprawy. Jeszcze w roku 2019 Rzecznik Konsumentów w Pabianicach przygotował **33 pozwy** o zapłatę. Tymczasem w ostatnim roku przygotowano ich **18** (w roku 2020 – **14**) z czego tylko w dwóch przypadkach na prośbę konsumentów Rzecznik wstąpił do rozpoczętych postępowań.

Odnotowano 6 skarg dotyczących wydanych nakazów zapłaty od przedawnionych roszczeń. W każdym z przypadków, Rzecznik przygotował sprzeciwy od wydanych nakazów, tym samym dając możliwość uratowania konsumentów przed płaceniem nieistniejących zobowiązań finansowych.

7. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym.

Panująca drugi rok epidemia koronawirusa, w znacznym stopniu ograniczyła bezpośredni kontakt z dziećmi, młodzieżą i uczestnikami Uniwersytetu III wieku, a także związków emerytów i rencistów. Brak wznowionej działalności i mocne utrudnienie związane z sytuacją pandemiczną sprawiły, iż w roku sprawozdawczym nie odbyły się żadne prelekcje i wykłady edukacyjne poświęcone problematykom konsumenckim.

W zakresie edukacji konsumenckiej, na prośbę redaktora gazety „ Chwila dla Ciebie” pojawiły się 2 artykuły poświęcone problematyce usług związanych z naprawami pojazdów mechanicznych oraz próbami wyłudzeń, poprzez prowadzone kampanie sms- owe rzekomych znanych firm (operatorów telefonii komórkowej, PGE).

Ponadto w połowie minionego roku wznowiono programy z udziałem Rzecznika Konsumentów w telewizji lokalnej „PROMOK”, Konstancinów Łódzki „ ABC konsumenta”.

Rzecznik na bieżąco udostępnia konsumentom ulotki informacyjne i inne materiały o treściach propagujących prawa konsumenckie. Materiały opracowane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej, Federację Konsumentów, Komisję Nadzoru Finansowego cieszą się ogólnym zainteresowaniem .

7. Podejmowanie działań wynikających z:

- Art. 473 (38) Kpc (niedozwolone postanowienia umowne)
- Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,
- Art. 42 ust.1 pkt 3 ustawy z dnia 16.02.2007r. o ochronę konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U z 2017r., poz. 229) – występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów
- Art.42 ust.5 ustawy z dnia 16.02.2007 o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U z 2017r., poz. 229)w zw. Z art. 63 kpc – przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy.

W roku sprawozdawczym Powiatowy rzecznik Konsumentów w Pabianicach nie podejmował powyższych działań, z uwagi na brak sygnałów w zakresie wskazanych uprawnień.

WNIOSKI KOŃCOWE

Niniejsze sprawozdanie ma służyć przede wszystkim zilustrowaniu obrazu pracy Rzecznika Konsumentów i szerokiego spektrum jego działania. Sadzę, iż dzięki rocznemu podsumowaniu pracy to dobra okazja by pokazać, że działania Rzecznika przynoszą pozytywne efekty i zadowolenie konsumentów, którzy korzystają z jego pomocy.

Szczegółowy zakres udzielonych porad i wystąpień, ich charakter oraz sposób załatwienia został wskazany w programie w modelu, który jest już prowadzony od kilku lat w programie Exel, który wymaga rzetelnego wprowadzenia danych dotyczących skarg i który został przesłany do Delegatury UOKiK w Łodzi..

Wraz z początkiem roku 2021 weszły w życie zmiany w prawie konsumenckim. Nowelizacja dokonana ustawą z dnia 31 lipca 2019 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ograniczenia obciążeń regulacyjnych objęła m.in. Kodeks cywilny i ustawę o prawach konsumenta. Jedną z najbardziej doniosłych zmian jest objęcie ochroną przewidzianą dla konsumenta takiego przedsiębiorcy, który zawiera z innym przedsiębiorcą umowę związaną wprawdzie bezpośrednio z prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą lub zawodową, lecz nieposiadającą dla niego charakteru zawodowego. W związku z wejściem w życie Ustawy pojawiło się szereg problemów praktycznych. Przedsiębiorcy nie do końca rozumieją istotę zmian, są przekonani, iż w każdym wypadku mogą korzystać ze wspomnianych przepisów odwołując się do uprawnień konsumenckich. Nie zawsze uświadamiają sobie, że Rzecznik Konsumentów w sporze, w jaki weszli z innym przedsiębiorcą, posiada kompetencje do udzielenia im pomocy.

Nadal trwająca epidemia koronawirusa zdecydowanie wpłynęła na zmianę wielu zachowań konsumentów. Troska o własne bezpieczeństwo zmieniła formę dokonywania zakupów. W porównaniu do lat poprzednich zdecydowanie częściej konsumenci korzystali z zakupów on-line. Klienci kupowali dosłownie wszystko: artykuły spożywcze i przemysłowe, w tym RTV, AGD, meble, artykuły wyposażenia wnętrz, odzież, obuwie, kosmetyki, zabawki. Przy tego typu transakcjach konsumenci mają do czynienia z różnymi sprzedawcami, zarówno uczciwymi jak i czyhającymi na klienta. Rzecznik odbierał liczne głosy niezadowolenia dotyczące otrzymania produktów niezgodnych z opisem lub produktów uszkodzonych, skarżyli się na brak możliwości odesłania towarów do miejsca wskazanego na dowodzie zakupu twierdząc, iż sprzedawcy zmuszają ich do nadania przesyłek zagranicznych, co wiązało się z nadmiernymi kosztami.

Warto mieć na uwadze, iż obecna sytuacja rodzi liczną rzeszę nieuczciwych sprzedawców, a także grupy przestępcze. Kupujący online muszą zachować większą czujność niż kiedykolwiek, ponieważ zorganizowane grupy przestępcze stale dostosowują swoje metody oszustw internetowych, aby wykorzystywać słabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci.

Nieustannie ważną rolę Rzecznika okazuje się być działalność interwencyjna i mediacyjna. Interwencje w sposób odformalizowany – przez telefon czy w bezpośredniej rozmowie z przedsiębiorcami, z reguły po przedstawieniu problemu pozytywnie kończą przedstawioną konkretną skargę konsumenta. Pandemia spowolniła lecz nie zahamowała Rzecznikowi w Pabianicach tych kontaktów. Dość liczni przedsiębiorcy głównie z terenu

Pabianic i Konstanyowa Łódzkiego utrzymują kontakt z Rzecznikiem, w celu pozyskania wiedzy, często wyjaśnień prawnych dotyczących relacji, konsument – przedsiębiorca.

Ochrona konsumentów obejmuje działania na wielu płaszczyznach, a zadania stawiane w tym zakresie na Powiatowych/Miejskich Rzeczników Konsumentów wymagają bardzo dobrej znajomości przepisów prawnych z różnych dziedzin. Niejednoznaczność i częste zmiany przepisów wymagają umiejętności ciągłej ich aktualizacji i analizy. Przepisy w zakresie ochrony konsumentów i procedury wewnętrzne określają tryb i sposób postępowania w sprawach zgłaszanych przez konsumentów. Kontakt z konsumentami wymaga kompetencji i umiejętności stosowania różnorodnych metod i przepisów, gdyż jest to często „trudny klient” oczekujący natychmiastowej pomocy, czasami bezzwłocznego działania sprzecznego z obowiązującą doktryną prawną.

Skuteczna i aktywna działalność Rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi powiatu, jako przyjaznego mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Działalność biura Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Pabianicach jest ważna dla mieszkańców powiatu pabianickiego, gdyż w tym miejscu uzyskują pomoc w egzekwowaniu oczekiwanych roszczeń. Praca ta wymaga szczególnego obiektywizmu. Wymaga też cech i umiejętności, które od początku funkcjonowania i działalność Rzecznika oceniana jest przez konsumentów bardzo pozytywnie, o czym świadczą liczne podziękowania składane osobiście, telefonicznie, czy też pisemnie.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Pabianicach ubolewa nad faktem praktycznie zerowej pomocy ze strony UOKiK. Wprowadzane nowe regulacje prawne w swych często zawiłych zapisach wymagają ich analizy i umiejętności interpretacji. Niestety zarówno Delegatura Łódź jak i Prezes UOKiK w Warszawie nie prowadzą w tym zakresie spotkań, prelekcji czy szkoleń Rzeczników. Przez 19 lat pracy na tym stanowisku mogę stwierdzić, iż o ile na początku tej pracy Główny Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów organizował liczne zjazdy i szkolenia, o tyle na przestrzeni ostatnich kilku lat (pomijając pandemię) nie zorganizowano żadnej konferencji czy edukacyjnego zebrania. Rzecznicy zdani są wyłącznie na siebie i wzajemną pomoc. Po konsultacji z innymi Rzecznikami Konsumentów, śmiało można stwierdzić, iż większość Rzeczników z województwa Łódzkiego i nie tylko, jest podobnego zdania.

Z poważaniem,

Elżbieta Jabłońska