

legje 03.04.07
Radzi RHP
PRZEWODNICZĄCY
RADY MIASTA POZNANIA
Grzegorz Ganowicz 2007-03-23

Poznań, dnia 22.03.2007

MRK.III/0114-31/07

22 03 07 07 009

URZĄD MIASTA POZNANIA
BIURO RADY MIASTA
SEKRETARIAT

WPŁYNĘŁO DNIA	22. MAR. 2007	WPŁYNĘŁO DNIA
------------------	---------------	------------------

L. dz.
znak spr. *dot. RM/0092-7/07*

Szanowny Pan

Grzegorz Ganowicz

Przewodniczący

Rady Miasta Poznania

W załączeniu uprzejmie przesyłam sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów za okres od 01.01.2006r. do 31.12.2006r.

Łączę wyrazy szacunku,

MIEJSKI RZECZNIK KONSUMENTÓW

[Signature]
dr Marek Janczyk

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W POZNANIU w okresie od 1.01.2006r. do 31.12.2006r.

I. Podstawy prawne działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Miejski Rzecznik Konsumentów działa na podstawie ustawy z dnia 15 grudnia 2000 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późniejszymi zmianami). Zgodnie z powołaną ustawą do zadań Rzecznika należy zaliczyć:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnych w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- występowanie do przedsiębiorców na rzecz ochrony interesów konsumentów;
- przygotowywanie pozwów i innych pism procesowych w sprawach sądowych prowadzonych przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów;
- występowanie z powództwami do sądu powszechnego na rzecz indywidualnych konsumentów oraz wstępowanie za zgodą konsumenta do toczącego się postępowania;
- prowadzenie edukacji konsumenckiej;
- prowadzenie spotkań polubownych;
- zapewnienie konsumentom pomocy w przygotowywaniu wystąpień, pism i dokumentacji procesowej, wniosków i innych pism w sprawach konsumenckich;
- współpraca i współdziałanie z Urzędem Ochrony Konsumentów i Konkurencji, Inspekcją Handlową, organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami;
- wykonywanie innych zadań określonych w przepisach.

Ponadto obowiązujące przepisy uprawniają Rzecznika do składania wniosków o wszczęcie postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, wszczynania postępowania w sprawach o uznanie postanowień wzorca za niedozwolone oraz składania wniosków w sprawie stanowienia i zmiany prawa miejscowego w zakresie ochrony praw konsumentów.

Wśród instytucji zajmujących się ochroną interesów konsumentów, tj. Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Inspekcji Handlowej, prokonsumenckich organizacji pozarządowych, Miejski Rzecznik Konsumentów jest instytucją samorządową o charakterze doradczym w sporach między indywidualnym konsumentem a przedsiębiorcą. Ustawodawca

nie przewidział dla instytucji Rzecznika Konsumentów uprawnień o charakterze władczym, w postaci nakładania określonych obowiązków, nakazów, zakazów, kar, grzywien. Rzecznik przede wszystkim udziela fachowych porad prawnych i podejmuje interwencje w celu wyegzekwowania należnych konsumentowi świadczeń, włącznie z występowaniem na drogę postępowania sądowego.

II. Podstawowe problemy ochrony praw konsumentów

Do podstawowych problemów związanych z ochroną konsumentów należy zaliczyć:

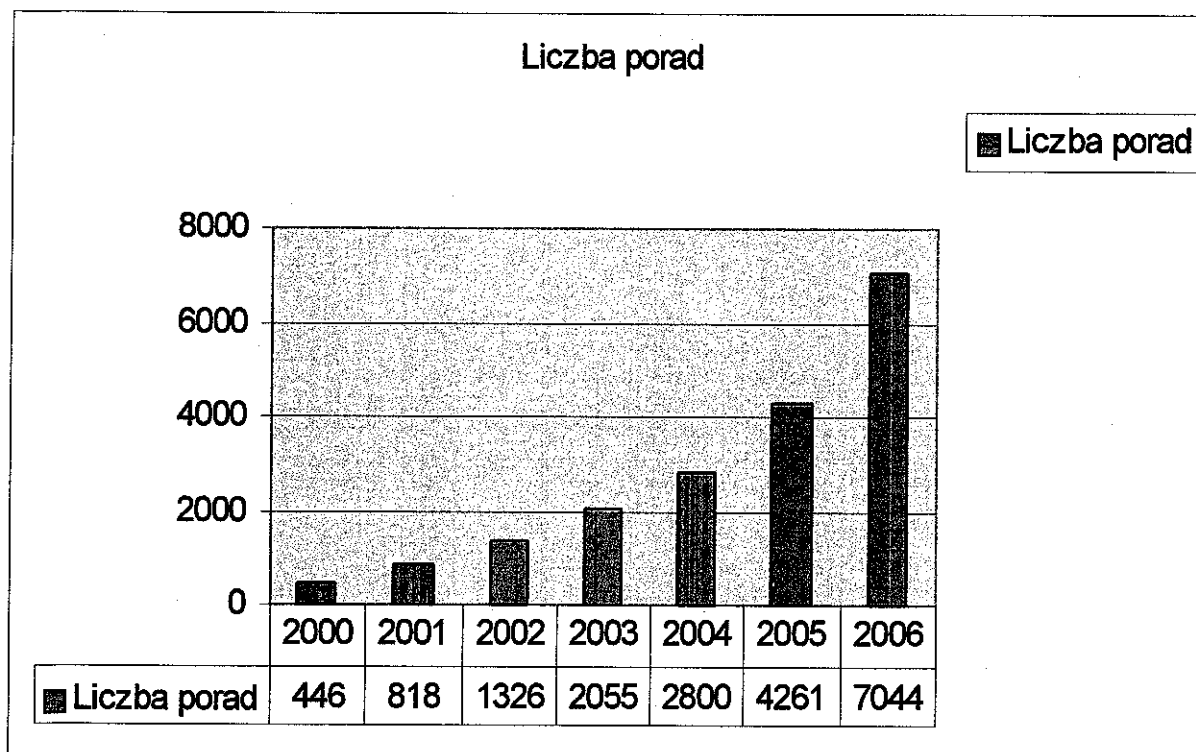
- 1) niską znajomość przepisów prawa zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców;
- 2) nieprawidłowości przy postępowaniu reklamacyjnym i gwarancyjnym:
 - a) informowanie konsumentów o likwidacji rękojmi, jednocześnie nie informując o nowych regulacjach prawnych (ustawodawca nie nałożył na przedsiębiorcę obowiązku informowania konsumentów o przysługujących im uprawnieniach);
 - b) wymuszanie na konsumentach kierowania roszczeń do gwaranta, mimo iż konsument ma prawo wyboru uprawnień, z których będzie korzystał (przede wszystkim dotyczy to sprzedaży samochodów, telefonów, sprzętu RTV i AGD);
 - c) narzucanie przez sprzedawcę sposobu załatwienia reklamacji przez naprawę wadliwego towaru, w sytuacji gdy konsument, w świetle obowiązujących przepisów, ma wybór roszczenia w postaci doprowadzenia do stanu zgodnego z umową przez naprawę albo wymianę towaru na nowy, wolny od wad;
 - d) nieterminowe rozpatrywanie reklamacji (sprzedawca ma obowiązek w ciągu 14 dni ustosunkować się do reklamacji i w odpowiednim czasie spełnić uzasadnione roszczenia konsumenta);
 - e) odmowne rozpatrywanie reklamacji bez podania konkretnej przyczyny (gdy reklamacja zostaje złożona w ciągu 6 miesięcy od dnia wydania towaru, w przypadku odmownego rozpatrzenia reklamacji, na sprzedawcy ciąży obowiązek udowodnienia, iż dostarczył towar zgodny z umową);
 - f) odmowne rozpatrywanie reklamacji, podparte nieprecyzyjną opinią rzeczoznawcy, niejednokrotnie zawierającą interpretację przepisów prawa korzystną dla przedsiębiorcy;
 - g) nieprecyzyjne i wieloznaczne formułowanie postanowień karty gwarancyjnej, uniemożliwiające skuteczne dochodzenie praw od gwaranta (zgodnie z nowymi przepisami, w przypadku udzielenia gwarancji, wszelkie prawa i obowiązki stron

- określa karta gwarancyjna; w stosunkach między konsumentami a przedsiębiorcami wyłączone zostały przepisy kodeksu cywilnego regulujące kwestie gwarancji);
- 3) powszechną świadomość wśród konsumentów, iż instytucje administracji państwowej i samorządowej posiadają uprawnienia władcze w stosunkach o charakterze cywilno prawnym;
 - 4) wykorzystywanie przez przedsiębiorców przewlekłości postępowania przed sądami powszechnymi. W wielu przypadkach przedsiębiorcy nie rozpatrują roszczeń konsumentów, licząc na to, iż konsument nie wnieśli sprawy do sądu powszechnego;
 - 5) za małą znajomość wśród konsumentów instytucji powołanych do udzielania pomocy w sporach z przedsiębiorcami, np. rzecznik ubezpieczonych, arbiter bankowy, polubowne sądy konsumenckie;
 - 6) zawiłość umów kredytowych, niezrozumiałych dla konsumenta, przy jednoczesnej zmasowanej popularyzacji kupna towarów przy wykorzystaniu kredytów;
 - 7) słabą pozycję konsumenta w sporach z monopolistami, zwłaszcza w dziedzinie świadczenia usług telekomunikacyjnych oraz dostarczania energii. Objawia się to nie rozpatrywaniem reklamacji w przepisany terminie, zepchnięciem ciężaru udowodnienia nieprawidłowości na konsumenta, przy jednoczesnym braku środków dowodowych, nakładaniem dodatkowych opłat, niejednoznacznym formułowaniem postanowień umów i regulaminów.

III. Udzielanie porad prawnych

Podstawowym zadaniem Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest zapewnienie fachowego i bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego. Działanie to nastawione jest na profilaktyczne informowanie konsumentów o zagrożeniach występujących na rynku oraz udzielanie porad prawnych w przypadkach naruszeń praw konsumentów. Porady udzielane są przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów oraz pracowników Biura Rzecznika na miejscu, telefonicznie, pocztą elektroniczną oraz na forum konsumenckim, prowadzonym przez Rzecznika na stronach portalu internetowego gazeta.pl.

W 2006 roku zostało udzielonych **7044 porad, informacji i wyjaśnień** w indywidualnych sprawach konsumentów (w tym 671 udzielonych drogą elektroniczną), co stanowi wzrost w porównaniu z rokiem 2005 o ponad 65%. Poniższy wykres ilustruje wzrost ilości porad w latach 2000-2006:



Porady prawne dotyczyły przede wszystkim uprawnień konsumenta oraz zasad postępowania w przypadkach:

- niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową;
- nienależycie wykonywanych usług, w tym nadużywania pozycji dominujących przez operatorów telekomunikacyjnych i związanym z tym nienależytym wykonywaniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych;
- nienależycie wykonywanych usług remontowo – budowlanych;
- zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz za pomocą środków porozumiewania się na odległość;
- zawarcia i odstąpienia od umowy o kredyt konsumencki;
- zawarcia i rozwiązania umów kredytowych i pożyczki;
- odmowy wypłaty przez zakłady ubezpieczeń należnej sumy ubezpieczenia;
- umów zawieranych pod wpływem błędu lub podstępny ze strony przedsiębiorcy;
- nienależycie wykonywanych usług turystycznych;
- bezpodstawnej odmowy sprzedawcy lub wykonawcy usługi spełnienia roszczeń konsumenta;

- nienależycie wykonywanych usług deweloperskich oraz pośrednictwa w obrocie nieruchomościami.

Szczegółową strukturę udzielanych porad ilustruje poniższa tabela:

LP.	KATEGORIA SPRAW	LICZBA PORAD
I.	Porady w sprawie odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, rękojmi, gwarancji, w tym sprzedaży:	
1.	obuwia	1269
2.	odzieży	470
3.	okien, drzwi	273
4.	sprzętu AGD	268
5.	komputerów i akcesoriów komputerowych	263
6.	mebli	247
7.	sprzętu RTV	231
8.	aparatów telefonicznych	212
9.	samochodów i ich części	183
10.	multimediów	141
11.	pozostałe	476
II.	Porady dotyczące świadczenia usług, w tym:	
1.	usług telekomunikacyjnych	547
2.	usług ubezpieczeniowych	265
3.	usług remontowo-budowlanych	257
4.	usług bankowych	192
5.	napraw sprzętu	182
6.	usług turystycznych	152
7.	umów przewozu	147
8.	usług deweloperskich, pośrednictwa nieruchomości	146
9.	napraw samochodów	137

10.	usług internetowych	105
11.	dostaw energii, gazu, ciepła i rozliczenia opłat	95
12.	usług pralniczych	95
13.	telewizji cyfrowej i kablowej	90
14.	usług pocztowych, transportowych, przesyłek kurierskich	84
15.	umów zawieranych w ramach tzw. „systemów argentyńskich”	14
16.	pozostałe	341
III.	Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa oraz za pomocą środków porozumiewania się na odległość	157
IV.	Umowy timesharingu	5

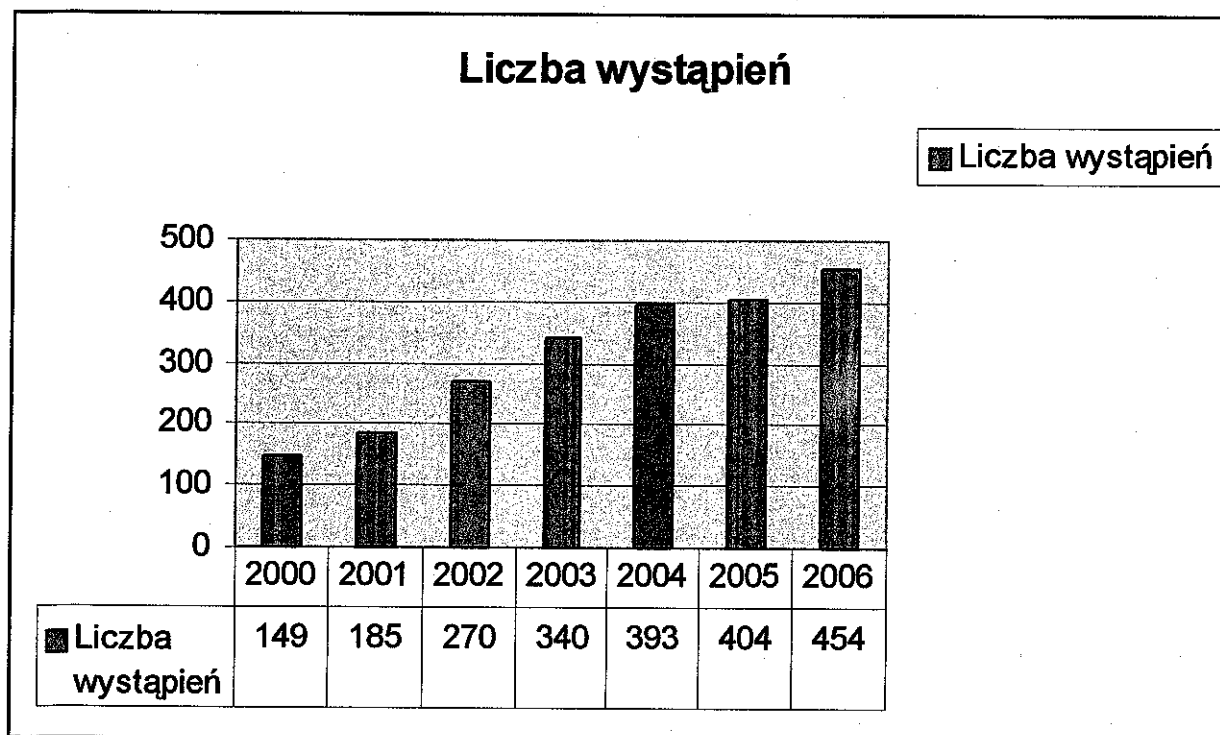
W stosunku do 2005 roku zaobserwować można dalszy wzrost liczby porad prawnych w zakresie świadczenia usług telekomunikacyjnych (159 porad w 2003 roku, 291 porad w 2004 roku, 391 porad w 2005 roku, 547 porad w 2006 roku), a także w sprawach zakupu okien i drzwi oraz usług remontowo-budowlanych. Szczególną uwagę należy zwrócić na duży wzrost porad w świadczeniu usług deweloperskich oraz w obrocie nieruchomościami, co wiąże się z ogromnym popytem na rynku mieszkaniowym oraz ze zmianami w zakresie podatku od nieruchomości i ulgami podatkowymi. Można zaobserwować nasilony wzrost problemów z wadliwym obuwiem i odzieżą, sprzętem i akcesoriami komputerowymi, a także w sprawach umowy przewozu (linie lotnicze, PKP). Pojawiła się nowa kategoria spraw, dotycząca usług pocztowych, transportowych, przesyłek kurierskich oraz usług internetowych. Świadczy to o zamianie profilu spraw, w których Miejski Rzecznik Konsumentów będzie podejmował interwencje na rzecz konsumentów w kolejnych okresach.

We wskazanym zakresie Rzecznik wyjaśniał konsumentom treść obowiązujących przepisów prawa oraz wskazywał konsumentom, w jaki sposób mogą dochodzić odpowiedzialności przedsiębiorcy. W przypadku niepowodzenia indywidualnych starań konsumenta w dochodzeniu praw, Rzecznik oferował swoją dalszą pomoc prawną.

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

Udzielenie zrozumiałej i wyczerpującej porady prawnej ma na celu umożliwienie konsumentowi samodzielnie skutecznego dochodzenia roszczeń od przedsiębiorcy. W wielu przypadkach interwencja konsumenta, zgodnie z zaleceniami Rzecznika, nie przynosiła pożądanych efektów. Przedsiębiorcy ignorowali interwencje konsumentów bądź odmawiali spełnienia uzasadnionych roszczeń konsumenta. W tych przypadkach Miejski Rzecznik Konsumentów występował do przedsiębiorcy, wyjaśniając podstawy prawne żądań konsumenta oraz wzywając do polubownego rozwiązania zaistniałego sporu.

W sprawozdawczym okresie Rzecznik przyjął **454 wnioski** o podjęcie działań wobec przedsiębiorców naruszających interesy indywidualnych konsumentów. Poniższy wykres ilustruje wzrost wystąpień w latach 2000-2006:



Struktura wystąpień Miejskiego Rzecznika Konsumentów w indywidualnych sprawach konsumentów kształtowała się następująco:

LP.	KATEGORIA SPRAW	LICZBA SPRAW
I.	Wystąpienia w sprawach odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, gwarancji, w tym sprzedaży:	
1.	obuwia	36
2.	mebli	25
3.	okien, drzwi	20
4.	komputerów i akcesoriów komputerowych	13
5.	odzieży	12
6.	samochodów i ich części	9
7.	aparatów telefonicznych	8
8.	sprzętu AGD	8
9.	sprzętu RTV	6
10.	multimediów	5
11.	pozostałe	37
II.	Wystąpienia w sprawach niewykonanych lub nienależycie wykonanych usług, w tym:	
1.	usług ubezpieczeniowych	52
2.	usług telekomunikacyjnych	39
3.	usług remontowo – budowlanych	29
4.	usług turystycznych	22
5.	umów przewozu	17
6.	usług deweloperskich, pośrednictwa nieruchomości	14
7.	usług bankowych	12
8.	dostaw energii, gazu, ciepła i rozliczania opłat	11
9.	usług internetowych	11
10.	telewizji kablowej i cyfrowej	8
11.	usług pralniczych	8
12.	usług pocztowych, transportowych, przesyłek kurierskich	5
13.	napraw samochodów	4
14.	pozostałe	35

III.	Wystąpienia w sprawach niewykonanych lub nienależycie wykonanych umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz za pomocą środków porozumiewania się na odległość	8
------	--	---

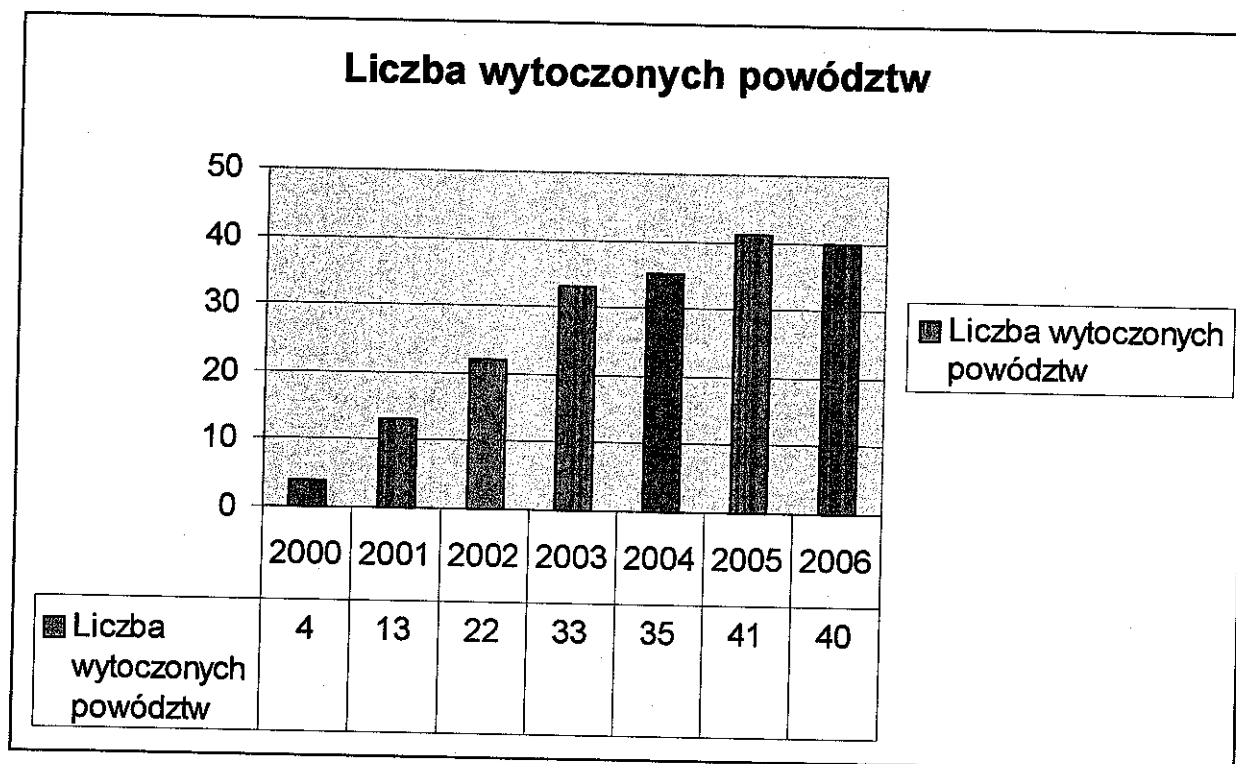
Po przeanalizowaniu stanu faktycznego i prawnego, Rzecznik występował do przedsiębiorcy lub informował inne organy o naruszeniach praw konsumentów. Podkreślenia wymaga znaczny wzrost interwencji podejmowanych w sporach między konsumentami a przedsiębiorcami świadczącymi usługi remontowo – budowlane (8 interwencji w 2005 roku, 29 interwencji w 2006 roku), usługi turystyczne (11 interwencji w 2005 roku, 22 interwencje w 2006 roku), a także usługi przewozu (9 interwencji w 2005 roku, 17 interwencji w 2006 roku). W około 80% spraw doszło do uznania roszczeń konsumentów bądź złożenia przez przedsiębiorcę propozycji polubownego rozwiązania sporu. W 40 sprawach Rzecznik, uznając roszczenia konsumentów za uzasadnione i nie widząc możliwości dobrowolnego porozumienia z przedsiębiorcą, wytoczył powództwo na rzecz konsumenta, a w 54 przypadkach, na prośbę konsumentów, przygotował dokumenty procesowe do samodzielnego wniesienia do sądu.

V. Wytaczanie powództw sądowych oraz prowadzenie spraw przed sądami powszechnymi

Wytoczenie powództwa przed sądem powszechnym jest najsilniejszym uprawnieniem Rzecznika. Decyzję o wytoczeniu powództwa Rzecznik podejmuje w przypadku niepowodzenia postępowania, mającego na celu skłonienie przedsiębiorcy do dobrowolnego spełnienia świadczenia. Zgodnie z obowiązującymi przepisami Miejski Rzecznik Konsumentów wytacza powództwo we własnym imieniu, ale ze skutkami prawnymi dla konsumenta. Oznacza to, iż stroną postępowania sądowego jest Miejski Rzecznik Konsumentów i na nim spoczywa całkowita odpowiedzialność za prowadzenie sprawy, włącznie z pokryciem kosztów zastępstwa procesowego w przypadku przegranej. W każdym

przypadku wytoczenie powództwa jest poprzedzone wezwaniem przedsiębiorcy do dobrowolnego spełnienia roszczeń.

W sprawozdawczym okresie Miejski Rzecznik Konsumentów wytoczył 40 powództw przed sądem powszechnym i łącznie z powództwami wszczętymi w latach poprzednich prowadził 62 sprawy sądowe. W 2006 roku zostało zakończonych 37 spraw, wszystkie rozstrzygnięciem korzystnym dla Rzecznika i konsumentów. Poniższy wykres ilustruje wzrost ilości spraw sądowych, wytaczanych przez Rzecznika na rzecz konsumentów:



Struktura wytoczonych powództw kształtowała się następująco:

LP	PRZEDMIOT SPRAWY	LICZBA POWÓDZTW
1.	Powództwa o waloryzację świadczenia pieniężnego (tzw. polisy posagowe)	33
2.	Powództwa o zapłatę w związku z odstąpieniem od umowy o dzieło	3

3.	Powództwa o zapłatę w związku z odstąpieniem od umowy sprzedaży	2
4.	Powództwo o zapłatę odszkodowania z tytułu umowy ubezpieczenia OC	1
5.	Powództwo o zapłatę z tytułu odmowy przyjęcia na pokład przez przewoźnika lotniczego	1

VI. Udzielanie konsumentom pomocy prawnej w innej formie

Udzielanie porad prawnych i informacji, występowanie do przedsiębiorców, wytaczanie powództw na rzecz indywidualnych konsumentów jest podstawowym zadaniem Rzecznika. Dla zapewnienia skutecznej ochrony naruszonych interesów konsumentów Rzecznik udziela pomocy konsumentom również w innych formach. Są to zróżnicowane działania prowadzone dla ochrony interesów indywidualnych i zbiorowych konsumentów. Należy do nich zaliczyć:

- przygotowywanie pozwów i innych pism procesowych w postępowaniach sądowych prowadzonych bezpośrednio przez konsumentów. We wszystkich takich przypadkach Miejski Rzecznik Konsumentów przeprowadza szczegółową analizę sytuacji prawnej konsumenta, bada zebrany materiał dowodowy i wyjaśnia konsumentowi zasadność zgłaszanych roszczeń oraz wartość zebranego materiału dowodowego. Zabieg taki ma na celu uchronienie konsumenta przed wytoczeniem bezzasadnego powództwa albo nienależycie udowodnionego, co narażałoby konsumenta na koszty postępowania. W sprawozdawczym okresie zostało przygotowanych 54 pozwów i pism procesowych dla konsumentów;
- przygotowywanie dla konsumentów wniosków egzekucyjnych w sprawach, których postępowanie sądowe zostało zakończone prawomocnym wyrokiem, a przedsiębiorca odmawiał konsumentowi wypłaty należnego świadczenia;
- składanie zawiadomień o popełnieniu przestępstwa na szkodę konsumenta;
- składanie wniosków do Inspekcji Handlowej o wszczęcie postępowania kontrolnego u przedsiębiorcy, który postępując niezgodnie z obowiązującymi przepisami, narusza uzasadniony interes konsumenta.

VII. Prowadzenie działalności informacyjnej i edukacyjnej

Prowadzenie działalności informacyjnej, a zwłaszcza edukacyjnej, jest obecnie ustawowym obowiązkiem Rzecznika. Biorąc pod uwagę niską świadomość prawną polskich konsumentów, brak prawidłowych nawyków rynkowych, niedostrzeganie zagrożeń płynących z rynku, edukacja konsumentów jest w opinii Rzecznika jednym z najważniejszych zadań. Działania edukacyjne prowadzone przez Rzecznika kierowane są do wszystkich grup konsumentów (mieszkańców Poznania). W tym zakresie Rzecznik:

- zorganizował i przeprowadził konkurs wiedzy konsumenckiej dla uczniów poznańskich szkół ponadgimnazjalnych;
- rozpowszechniał materiały edukacyjne przygotowane na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;
- prowadził forum konsumenckie na stronach internetowych portalu gazeta.pl ;
- za pośrednictwem prasy lokalnej (a w kilku przypadkach ogólnopolskiej) informował konsumentów o przysługujących im prawach, wskazywał zagrożenia występujące na rynku, przedstawiał nowe regulacje prawne.

VIII. Wykonywanie innych zadań określonych w przepisach

Obok podstawowych obowiązków Rzecznik realizował również inne zadania określone w obowiązujących przepisach. Należy do nich zaliczyć:

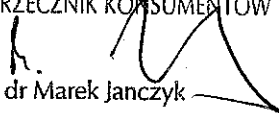
- bieżące analizowanie przepisów prawa miejscowego;
- współdziałanie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Federacją Konsumentów, Inspekcją Handlową i Stałym Polubownym Sądem Konsumenckim w Poznaniu. Współpraca ta miała charakter roboczy i polegała na wymianie informacji, doświadczeń i analizie wybranych problemów konsumenckich. Szczególną formę współpracy stanowiło przeprowadzenie miejskiej olimpiady wiedzy konsumenckiej, gdyż w skład komisji wchodzi przedstawiciele Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Na podkreślenie zasługuje również współpraca z Federacją Konsumentów w zakresie prowadzenia edukacji konsumenckiej, gdyż wspólne działania Rzecznika i Federacji zmierzały do objęcia programem edukacyjnym jak najszerszej grupy młodzieży szkolnej. W sprawozdawczym okresie Rzecznik współpracował również z innymi rzecznikami konsumentów. Współpraca ta miała na celu wymianę informacji

o nieuczciwych praktykach rynkowych, zasadach postępowania w indywidualnych sprawach konsumenckich, a także stosowania jednolitych zasad interpretacji niejasnych przepisów.

IX. Działania na rzecz pozyskania dodatkowych środków finansowych, w tym środków unijnych

W ramach współpracy z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów Miejski Rzecznik Konsumentów pozyskał dla Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów dwie drukarki o wartości 3.719,55 złotych. Łącznie z wcześniej pozyskanym sprzętem komputerowym Rzecznik uzyskał wsparcie o wartości 15.640,20 złotych.

MIEJSKI RZECZNIK KONSUMENTÓW


dr Marek Janczyk