



# POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW W GIŻYCKU

11-500 Giżycko, Aleja 1 Maja 14, tel. 87 428 59 58 w.52, fax. 87 428 55 06  
e-mail: [rzecznik@gizycko.starostwo.gov.pl](mailto:rzecznik@gizycko.starostwo.gov.pl)

---

## SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2020 ROK

*Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam Staroście Giżyckiemu w terminie do 31 marca do zaopiniowania roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2020.*

Opiniuję:

STAROSTA

Mirosław Darłacz Drzażdżewski



MARZEC 2021

## SPIS TREŚCI

<b>I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU</b> .....	3
1. Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy .....	3
<b>II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW</b> .....	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.....	9
3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	9
4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	11
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.....	13
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	14
7. Podejmowanie działań wynikających z: .....	16
• 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)	
<b>III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW</b> .....	18
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów. ....	18
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.....	19
<b>IV. TABELLE</b>	
Tabela nr 1: Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	21
Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów.....	22
Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami.....	23
Tabela nr 4: Pomoc na drodze sądowej.....	24

**I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW  
W GIŻYCKU**

**Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy**

1. Województwo	warmińsko-mazurskie
2. Miasto /Powiat	Powiat giżycki
3. Liczba mieszkańców powiatu	56 565 stan wg GUS w 2019r.
4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Katarzyna Sylwia Tota - Leszczyńska
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	wyższe ekonomiczne
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 - $\frac{1}{2}$ etatu - $\frac{2}{5}$ etatu - $\frac{1}{5}$ etatu - inne, np. dyżury
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	
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 2007r. 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.	Nie
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	0
12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować.	Koszt szacunkowy ok. 93.290 zł

Ochrona praw konsumentów jest zadaniem samorządu powiatowego wynikającym z art.4 ust.1 pkt.18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 1998, Nr 91 poz. 578 z późn. zm.).

Stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), zadania wykonuje powiatowy/miejski rzecznik konsumentów.

Zadania i uprawnienia powiatowego rzecznika konsumentów określa art. 42 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Należą do nich:

1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
2. składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
3. współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu, organami inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
4. wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub przepisach odrębnych.

Ponadto, rzecznik ma uprawnienia do wytaczania powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowania, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów oraz uprawnienia oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów. Jeżeli rzecznik nie uczestniczy w sprawie, może przedstawić sądowi istotny dla sprawy pogląd.

W Starostwie Powiatowym w Giżycku funkcję Powiatowego Rzecznika Konsumentów pełni Katarzyna Sylwia Tota - Leszczyńska. W strukturze organizacyjnej Urzędu Rzecznik jest bezpośrednio podporządkowany Staroście Powiatu Giżyckiego, co jest zgodne z wymogiem art. 40 ust.3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Giżycku zatrudniony jest w pełnym wymiarze czasu pracy, a interesanci przyjmowani są w budynku Starostwa Powiatowego w Giżycku od poniedziałku do piątku w godzinach pracy Urzędu w pokoju nr 12 (na parterze).

## II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Podstawowym zadaniem Rzecznika jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji prawnych w zakresie ochrony interesów konsumentów. Realizacja tego zadania wymaga znajomości przepisów prawnych z różnych dziedzin oraz profesjonalnego i życzliwego podejścia do konsumenta oczekującego najczęściej natychmiastowej pomocy. Po porady zgłaszają się konsumenci o różnym profilu wiekowym, najczęściej osoby starsze.

Rzecznik udziela poradnictwa i informacji prawnej konsumentom osobiście, telefonicznie oraz pisemnie. Udzielanie porad konsumentom polega nie tylko na odpowiedzi na proste, standardowe pytania i poinformowaniu o stanie prawnym, ale często w przypadku porad udzielanych osobiście, obejmuje szereg podjętych przez Rzecznika czynności, bowiem poza wysłuchaniem przedstawionych problemów, konieczna jest także analiza dokumentów tj.: umów, regulaminów, dokumentów gwarancyjnych, korespondencji reklamacyjnej.

Pomoc konsumentom w wielu sprawach wiązała się również ze sporządzaniem pism - zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań od odmownych decyzji, wezwań do zapłaty, wezwań do wykonania zobowiązania, wyznaczenia dodatkowego terminu do wykonania zobowiązania, oświadczeń o odstąpieniu od umów zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, oświadczeń woli o uchyleniu się od określonych skutków prawnych, pism procesowych itp.

Konsumenci konsultowali również z Rzecznikiem treść samodzielnie sporządzanych pism do przedsiębiorców. Przygotowywanie konsumentom pism przez Rzecznika pozwalało na samodzielne załatwienie sprawy, bez konieczności oficjalnego występowania Rzecznika do przedsiębiorcy. W niektórych sprawach konsument nie podejmował uprzednio samodzielnie żadnych czynności (np. nie złożył reklamacji czy odstąpienia od umowy) prosząc o pomoc Rzecznika.

Rzecznik w ramach poradnictwa udostępniał także konsumentom broszury i ulotki informacyjne oraz informował o możliwości skierowania sprawy do innej instytucji (np. Prokuratury, Policji) i podmiotu pozasądowego rozwiązywania sporów (ADR): Inspekcji Handlowej, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Urzędu Regulacji Energetyki, Rzecznika Finansowego.

Głównym celem podejmowanych w zakresie poradnictwa działań jest rozwijanie świadomości konsumentów oraz zapewnienie pomocy w egzekwowaniu roszczeń wobec przedsiębiorców.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił konsumentom osobiście, telefonicznie i pisemnie **630** porad, w tym **470** porad udzielił osobiście i telefonicznie oraz **92** pisemnie. W sprawach dotyczących zagadnień z zakresu **informacji ogólnych** Rzecznik udzielił **15** porad, natomiast w sprawach **niekonsumenckich** - **53**.

Ze względu na sposób zawarcia umowy najczęściej zgłoszeń dotyczyło umów zawieranych **w lokalu przedsiębiorstwa - 400**, umów zawieranych **na odległość – 109**, a najmniej zawartych było **poza lokalem przedsiębiorstwa - 53**.

Tradycyjnie najczęściej spraw, z jakimi zwracali się konsumenci do Rzecznika w 2020 roku w zakresie umów sprzedaży dotyczyło problemów związanych z reklamacjami: urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych (telefonów) i sprzętu komputerowego, odzieży i obuwia, mebli i artykułów wyposażenia wnętrz, utrzymania domu, samochodów i środków transportu osobistego.

Towary reklamowane są najczęściej z powodu ich zbyt niskiej jakości i dotyczy to głównie markowego obuwia sportowego, które było najczęściej reklamowane, a wady zazwyczaj w postaci rozklejenia, uszkodzenia i pęknięcia lica skóry pojawiają się już w ciągu dwóch, trzech pierwszych miesięcy od daty zakupu. Nadal niepokojącym jest brak rzetelności w rozpatrywaniu reklamacji oraz przerzucanie odpowiedzialności za złą jakość obuwia i związane z nią wady na konsumentów licząc, że ci zrezygnują z dochodzenia swoich roszczeń. Należy podkreślić, że dobrą praktyką niektórych przedsiębiorców jest kierowanie konsumentów do rzecznika w przypadku nieuznanej reklamacji, wiedząc, że ten podejmuje interwencje, po dokonaniu obiektywnej oceny zgłoszonej sprawy.

W zakresie umów sprzedaży sprzętu AGD i RTV, telefonów komórkowych i komputerów nadal problemem, z jakim spotykają się konsumenci, jest przede wszystkim odmowa uznania reklamacji za uzasadnioną na podstawie opinii punktów serwisowych producentów. W dalszym ciągu wielu konsumentów, w wyniku nieznaności swoich praw, było kierowanych przez sprzedawców do serwisu albo przyjmowali reklamację, jako gwarancyjną, a zatem następowało wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu rękojmi. W tej sytuacji kupujący wchodzili w relację z gwarantem z tytułu gwarancji, a więc na ustalonych przez niego warunkach. Problemem klientów były wielokrotne naprawy towarów, zwłaszcza telefonów komórkowych. W takich sytuacjach w ramach bezpłatnego poradnictwa Rzecznik prowadził zawsze działania edukacyjne, uświadamiające możliwość składania reklamacji na podstawie rękojmi i że wybór, z jakiego tytułu chce skorzystać, należy do konsumenta.

Podobnie jak w latach poprzednich do Rzecznika zgłaszali się również konsumenci, którzy dokonali nieprzemyślanego zakupu towaru w sklepie stacjonarnym i byli przekonani, że sprzedawca bezpodstawnie odmawia im zwrotu pieniędzy za towar, którzy chcieli zwrócić.

W okresie sprawozdawczym najczęściej porad w zakresie usług dotyczyło sektora telekomunikacyjnego (telefonii stacjonarnej i komórkowej), finansowego, ubezpieczeniowego i energetycznego.

W zakresie umów z branży telekomunikacyjnej zgłaszane problemy związane były z wysokimi rachunkami, rozwiązaniem umowy i naliczaniem opłat, wysokimi opłatami za roaming w strefach przygranicznych, przeniesieniem usług do innej lokalizacji.

Porady z zakresu umów ubezpieczeniowych dotyczyły głównie odmowy uznania roszczenia z tytułu uszkodzenia ubezpieczonego sprzętu elektronicznego, umów dotyczących obowiązkowego ubezpieczenia

pojazdów, zaniżania wyceny szkód. W niektórych sprawach z tego zakresu Rzecznik proponował konsumentom wystąpienie z wnioskiem do Rzecznika Finansowego o przeprowadzenie pozasądowego postępowania w sprawie rozwiązania sporu z podmiotem rynku finansowego.

W przypadku usług sektora energetycznego skargi dotyczyły zawyżonych rachunków, czy też nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedstawicieli przedsiębiorstw energetycznych w zakresie oferowania swoich usług. Niestety w wielu przypadkach Rzecznik miał do czynienia z całkowitą niewiedzą i nieświadomością konsumentów tak w zakresie funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej (swobody i możliwości zmiany sprzedawcy), jak i przysługującym konsumentom prawem do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Konsumenty wierzą w zapewnienia przedstawicieli handlowych i nie weryfikują przekazywanych informacji z treścią i warunkami umowy, jak również nie zwracają uwagi na rodzaj podpisywanych dokumentów, a przede wszystkim nie sprawdzają, z jaką firmą zawierają umowę. Najczęściej konsumenci zgłaszali się do Rzecznika po upływie kilku miesięcy od podpisania umowy z nowym sprzedawcą, dopiero wówczas gdy otrzymali rachunki i informacje, z których wynikało, że nastąpi zmiana dotychczasowego sprzedawcy. Należy podkreślić, iż konsumenci wielokrotnie nie otrzymywali wszystkich dokumentów związanych z zawartą umową sprzedaży energii elektrycznej, czy też i z innymi zawartymi dodatkowo umowami (np. na sprzedaż paliwa gazowego).

W zakresie umów sprzedaży energii elektrycznej i gazu Rzecznik z uwagi na przedstawione okoliczności, w jakich dochodziło do zawarcia umowy sprzedaży, sporządzał konsumentom oświadczenia o uchyleniu się od skutków prawnych oświadczenia woli złożonego pod wpływem błędu. Z relacji konsumentów wynikało, iż umowy zostały rozwiązane a kary umowne z tytułu rozwiązania umowy sprzedaży energii elektrycznej i gazu anulowane.

W zakresie usług finansowych zgłaszane do Rzecznika, podobnie jak w latach poprzednich, problemy związane były z trudnościami ze spłatą zadłużenia i restrukturyzacją zobowiązań.

W okresie sprawozdawczym, obok standardowych problemów konsumenckich pojawiły się również zupełnie nowe, nieznanne dotąd problemy związane z niemożliwością świadczenia usług albo wprowadzonymi na rynku ograniczeniami i wymaganiami, czy też kłopotami finansowymi przedsiębiorców, wynikającymi z ograniczeń w działalności spowodowanymi epidemią Covid-19. Sprawy te wymagały analizy szybko zmieniającego się stanu prawnego i wypracowywania nowych, często precedensowych rozwiązań prawnych. Były to sprawy związane ze świadczeniem usług turystycznych, hotelarskich, rekreacyjnych, transportowych, czy opiekuńczych. Wiele spraw dotyczyło zwrotu środków za niewykorzystane bilety lotnicze z powodu odwołania lotów, a przewoźnicy deklarowali konsumentom dokonanie rozliczenia w bliżej nieokreślonych terminach. Problemem również było odwoływanie zorganizowanych wyjazdów turystycznych czy to ze strony konsumenta, czy też tour operatora oraz wzajemne rozliczenie stron. Do Rzecznika wpływały również sygnały konsumenckie w sprawie zasadności ponoszenia kosztów za pobyt dzieci w placówkach przedszkolnych,

żłobkach, czy też na kursach językowych w sytuacjach, gdy placówki oświatowe i opiekuńcze były czasowo zamykane z powodu pandemii lub też kwarantanny.

Nadal znacząca liczba zgłaszanych spraw dotyczyła umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (zakupów na pokazach i prezentacjach drogich produktów związanych z opieką zdrowotną, zestawów garnków, materacy, zagłówek, masażerów, odkurzaczy) i na odległość (zakupy w sklepach internetowych, przez telefon). Skargi konsumentów w zakresie umów zawieranych na pokazach opiewały na kwoty wahające się od 3.800 zł do 10.900 zł i dotyczyły najczęściej utrudniania skorzystania z prawa odstąpienia od umowy, poprzez udzielanie błędnych informacji podczas rozmowy telefonicznej konsumenta z przedsiębiorcą. Rzecznik sporządzał konsumentom pisemne oświadczenia o odstąpieniu od zawartych umów na podstawie ustawy o prawach konsumenta, pisał pisma wzywające do zwrotu wpłaconych przez konsumentów zaliczek oraz informował o obowiązku dokonania zwrotu towaru, ponadto podejmował pisemne interwencje wobec niektórych przedsiębiorców. Nadal problem ten dotyka szczególnie osób starszych i dzięki działaniom Rzecznika seniorzy uwolnili się od drogiego zakupu i spłaty kredytu.

Do Rzecznika wpływają również wnioski konsumentów, którzy bezzasadnie formułują swoje zarzuty przeciwko przedsiębiorcom. Wynika to niekiedy z faktu przekroczenia terminów ustawowych do dochodzenia swoich roszczeń lub też zaakceptowania warunków przedstawionych w umowach. Często zdarza się, że konsumenci nie zwracają uwagi co podpisują i nie zdają sobie sprawy z konsekwencji takich działań.

Tradycyjnie już w omawianym okresie wielu mieszkańców powiatu giżyckiego zwracało się do Rzecznika ze swoimi problemami, niemającymi charakteru konsumenckiego. Sprawy dotyczyły członków wspólnot i spółdzielni mieszkaniowych, interpretacji przepisów prawa pracy i ubezpieczeń społecznych, prawa spadkowego, egzekucji, w tym komorniczej, opłat abonamentowych RTV, ochrony danych osobowych, ochrony dóbr osobistych, ochrony praw pacjentów NFZ, upadłości konsumenckiej, transakcji między dwiema osobami fizycznymi, czyli roszczeń konsumentów względem innych konsumentów (np. zakupy na portalach społecznościowych). Zaznaczyć również należy, że po porady do Rzecznika zgłaszali się także drobni przedsiębiorcy i rolnicy.

Mimo, iż Rzecznik nie podejmuje działań w ww. sprawach, to stara się udzielać interesantom stosownych wyjaśnień i wskazówek (przedstawienie kompetencji leżących w gestii Rzecznika ze wskazaniem podstawy prawnej działania, odesłanie do zapoznania się z właściwymi regulacjami prawnymi, wskazanie instytucji świadczących pomoc na rzecz takich podmiotów). Przedsiębiorcy otrzymywali również od Rzecznika broszurę opracowaną przez UOKiK pt. „Przepisy konsumenckie dla przedsiębiorców” poświęconą przepisom prawnym.

Szczegółowe informacje statystyczne dotyczące poradnictwa konsumenckiego zawiera załączona Tabela nr 1 (str.21)



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

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie składał wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów, ponieważ nie dostrzegł uzasadnionych potrzeb do skorzystania z tego uprawnienia, jak również nie wpłynęły też od konsumentów sygnały o potrzebie zmiany prawa miejscowego.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów był informowany o terminach i tematyce sesji Rady Powiatu Giżyckiego, natomiast nie był zapraszany na obrady i nie uczestniczył w sesjach rad gmin i miast z terenu Powiatu.

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

W 2020 roku Rzecznik skierował pisemne wystąpienia do przedsiębiorców o charakterze mediacyjnym w 14 zgłoszonych sprawach (12 spraw dotyczyło umów sprzedaży oraz 12 spraw związanych było z usługami), w tym:

- 11 spraw zakończyło się uznaniem roszczenia konsumentów w następujących sprawach: reklamacja obuwia, reklamacja torebki damskiej, reklamacja zakupionego auta w komisie, brak zwrotu wpłaconej kwoty pieniężnej w internetowym sklepie ogrodniczym po odstąpieniu od umowy, odmowa przyjęcia reklamacji telefonu komórkowego zakupionego w lombardzie, reklamacja nienależycie wykonanej usługi dostarczenia na zamówienie bukietu kwiatów na Dzień Matki (Poczta Kwiatowa), likwidacja Punktu Obsługi Klienta Dystrybucyjnego PGE w Giżycku, braku zwrotu zaliczek dwojgu konsumentom (w kwotach 100 zł i 3000 zł) po odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (na pokazie), odrzuconej reklamacji szafy (samodzielny montaż konsumenta), odmowa uznania odstąpienia od umowy zawartej na odległość zakupu kopaczki do ziemniaków i cebuli.
- 3 sprawy załatwiono odmownie z powodu podtrzymania stanowiska przez przedsiębiorców w następujących sprawach: reklamacja telewizora, reklamacja obuwia oraz problemy ze zwrotem maty masującej zakupionej na odległość i żądanie od konsumentki zapłaty odszkodowania w wysokości 16.840 zł oraz wpisania jej danych na stronę [www.dlugi.info](http://www.dlugi.info) jako dłużniczki za niepochlebny komentarz wystawiony sprzedawcy na allegro w związku z obsługą posprzedażową.

Powyższe wskazuje, że w 2020 roku zdecydowana większość pisemnych wystąpień Rzecznika zakończyła się pozytywnie, co oznacza, że roszczenia konsumentów zostały uznane. W sprawach, w których nie udaje się doprowadzić do pozytywnego ich załatwienia, konsumenci informowani są o możliwości dochodzenia roszczeń na drodze sądowej.

W sprawach zakończonych negatywnie w dwóch przypadkach Rzecznik sugerował konsumentom: podjęcie mediacji z pomocą Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej, złożenie zawiadomienia o popełnieniu przestępstwa przez przedsiębiorcę do organów ścigania, jak również w jednej sprawie dotyczącej odrzuconej reklamacji obuwia Rzecznik przygotował konsumentowi pozew (z powodu niewyrażenia zgody przez przedsiębiorcę na zakończenie sprawy w sposób polubowny).

Podjęmowane przez Rzecznika interwencje prowadzone są wnikliwie – do wyczerpania wszystkich argumentów, którymi można podważyć stanowisko przedsiębiorcy. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale mają na celu osiągnięcie pozytywnych rezultatów w postaci uznania roszczeń konsumentów.

W wystąpieniach do przedsiębiorców w sprawach wadliwości towarów i usług, Rzecznik przedstawiał twierdzenia i argumenty konsumentów, a czasem opinie rzeczoznawców, wnosząc o ponowne rozpatrzenie sprawy. Rzecznik konsumentów nie posiada uprawnień rzeczoznawczych, nie dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu funkcjonowania poszczególnych towarów i urządzeń, czy prawidłowości wykonywanych usług - nie może więc ustosunkować się do kwestii istnienia bądź nie wady w towarze, ani co do sposobu jej powstania. Nie ma zatem kompetencji do oceny przyczyn wadliwości towarów, czy wykonywanych usług.

Z kolei, gdy działania przedsiębiorcy naruszały obowiązujące przepisy prawa, Rzecznik w wystąpieniach wskazywał bezprawne postępowanie oraz wzywał przedsiębiorcę do podjęcia działań zgodnych z prawem.

W przypadku podtrzymania przez przedsiębiorcę negatywnego stanowiska, spór może zostać rozstrzygnięty wyłącznie na drodze sądowej.

### **Liczba udzielonych porad prawnych i wystosowanych wystąpień do przedsiębiorców na przestrzeni lat 2008 – 2020**

ROK	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Liczba porad i informacji pisemnych</b>	797	683	749	679	847	915	1028	1004	840	793	731	714	630
<b>Liczba wystąpień</b>	47	39	48	26	29	39	36	42	17	15	13	22	14

Zestawienie wystąpień do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów przedstawia Tabela nr 2 (str.22)

#### **4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów (Tabela nr 3, str.23)**

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nadal kontynuował współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Inspekcją Handlową w zakresie ochrony praw konsumentów. Na bieżąco współpracował z następującymi instytucjami, które działają na rzecz ochrony praw konsumentów: Europejskim Centrum Konsumenckim, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Rzecznikiem Finansowym.

Współdziałanie z ww. podmiotami polegało na wzajemnej wymianie informacji dotyczących działań przedsiębiorców, które mogą naruszać prawa i interesy konsumentów oraz wymianie poglądów i ustalaniu jednolitej interpretacji przepisów prawnych. Wymiana informacji następowała najczęściej podczas udziału w szkoleniach on-line, a także e-mailowo i telefonicznie.

W roku sprawozdawczym Rzecznik skierował jedno wezwanie do hotelu mieszczącego się na terenie powiatu giżyckiego o zachowanie szczególnej ostrożności przy udostępnianiu sal na wydarzenia, które mogą mieć charakter handlowy (w roku 2019 zostało wysłanych 11 oficjalnych pism do hoteli i centrum kultury znajdujących się na terenie Powiatu).

Ponadto Rzecznik przesłał do UOKiK wnioski o wszczęcie postępowania wobec pośrednika zajmującego się sprzedażą nieruchomości, który stosował praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Rzecznik przekazał również do UOKiK informację dotyczącą nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedsiębiorcę oferującego sprzedaż energii elektrycznej, którego akwizytorzy zawierali umowy z konsumentami nie pozostawiając dokumentów świadczących o zawarciu takiej umowy. Konsumentom o fakcie, że zmienili sprzedawcę dowiadawali się dopiero po kilku miesiącach, gdy otrzymywali informacje od dotychczasowego sprzedawcy energii o zmianie przedsiębiorcy, a powrót do poprzednich warunków wiązała się z zapłatą kary umownej.

Współdziałanie z organizacjami społecznymi wyrażało się głównie w sferze edukacji i wymiany doświadczeń. Rzecznik otrzymywał m.in. biuletyn wydawany przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, w którym publikowane jest orzecznictwo sądowe, zmiany w przepisach prawnych dotyczących ochrony konsumentów, decyzje Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów itp.

Istotne w pracy Rzecznika są również publikowane na stronach UOKiK decyzje Prezesa oraz e-mailowa wymiana informacji dotycząca nieprawidłowości zagrażających interesom konsumentów.

Współpraca z Federacją Konsumentów to korzystanie z powstałego z inicjatywy Federacji wewnętrznego forum informacyjnego, które jest cenną platformą wymiany informacji i doświadczeń pomiędzy użytkownikami – pracownikami Federacji oraz rzecznikami konsumentów.

Informacje wykorzystywane w pracy Rzecznika zawarte są również na stronach internetowych Fundacji Konsumentów <https://www.konsumenci.org/>, Federacji Konsumentów <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/> czy też Stowarzyszenia Aquila <https://prawo-konsumenckie.pl>.

Rzecznik współdziałał również z Rzecznikiem Finansowym, czego efektem było informowanie konsumentów o możliwości i trybie składania skarg do Rzecznika Finansowego, możliwości poddania sporu pod rozstrzygnięcie Sądu Polubownego, działającego przy Rzeczniku Finansowym, a także możliwości uzyskania bezpłatnej porady lub pomocy prawnej w ramach dyżurów telefonicznych prowadzonych przez ekspertów z Biura Rzecznika Finansowego.

Z kolei stałe kontakty z rzecznikami konsumentów z sąsiednich miast i powiatów, czy też z innych regionów kraju przyczyniały się do bardziej efektywnego rozwiązywania problemów konsumenckich, jak również pozwalały na szybsze interwencje w zgłaszanych przez konsumentów skargach.

Współdziałanie z instytucjami i organizacjami konsumenckimi polegało również na uczestnictwie Rzecznika w następujących szkoleniach i spotkaniach:

1. w dniu 21.01.2020r. webinar - „Geoblokowanie w praktyce e-commerce”, organizator: Europejskie Centrum Konsumenckie i Izba Gospodarki Elektronicznej;
2. w dniu 09.03.2020r. spotkanie w I LO w Giżycku w ramach kampanii edukacyjnej Urzędu Komunikacji Elektronicznej „Klikam z głową # Keep CTRL”;
3. w dniu 21.04.2020r. webinar – „Konsument na rynku energii”, organizator: Federacja Konsumentów i Krajowa Agencja Poszanowania Energii;
4. w dniu 02.07.2020r. webinar – „Odroczenie spłat rat kredytu - Mity i fakty”, organizator: Rzecznik Finansowy;
5. w dniu 23.07.2020r. webinar – „Bezpieczne wakacje - ubezpieczenia turystyczne w pigułce”, organizator: Rzecznik Finansowy;
6. w dniu 09.09.2020r. webinar – „Dochodzenie roszczeń na gruncie tzw. Kredytów frankowych w praktyce”, organizator: Wolters Kluwer;
7. w dniu 24.09.2020r. webinar – „Świadome pożyczanie”, organizator: Rzecznik Finansowy;
8. w dniu 14.10.2020r. webinar- „ABC ubezpieczeń szkolnych dzieci i młodzieży”, organizator: Rzecznik Finansowy;
9. w dniach 27- 28.10.2020r. on-line – VII Międzynarodowa Konsumencka Konferencja Naukowa, organizator: Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów i Katedra Prawa Cywilnego, Gospodarczego i Prywatnego Międzynarodowego Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie;
10. w dniu 27.10.2020r. webinar - „Nieautoryzowana transakcja – co zrobić, gdy z konta zniknęły pieniądze”, organizator: Rzecznik Finansowy;
11. w dniu 05.11.2020r. webinar – „Mam prawa i nie zawaham się ich użyć cz.I”, organizator: Stowarzyszenie Aquilla;
12. w dniu 06.11.2020r. webinar - „Mam prawa i nie zawaham się ich użyć cz.II”, organizator: Stowarzyszenie Aquilla;
13. w dniu 06.11.2020r. webinar – „Covidowe skargi z perspektywy ECK”, organizator: Europejskie Centrum Konsumenckie;
14. w dniu 17.11.2020r. on-line – Konferencja Rzecznika Finansowego „25 lat służby na straży finansów Polaków”;
15. w dniu 17.11.2020r. on-line - „ Porady na Czarny Piątek w dobie pandemii”- organizator: PWSZ w Elblągu;
16. w dniu 18.11.2020r. webinar - „Regres ubezpieczeniowy, czyli kiedy zapłacimy za szkodę z własnej kieszeni”, organizator: Rzecznik Finansowy;
17. w dniu 20.11.2020r. webinar – „Obciążenie nieruchomości hipoteką – co warto o tym wiedzieć?”, organizator: Rzecznik Finansowy;
18. w dniu 26.11.2020r. webinar – „Sposób na darmowe konto, czyli podstawowy rachunek płatniczy”, organizator: Rzecznik Finansowy;

19. w dniu 27.11.2020r. on-line- Konferencja PWSZ w Elblągu- „Prawa konsumentów w dobie epidemii Covid-19”;
20. w dniu 02.12.2020r. on-line- „Poznaj swoje prawa #4 Reklamacja towarów i usług. Rękojmia, gwarancja, odszkodowanie i zadośćuczynienie”, organizator: Liga Kobiet Polskich Oddział Terenowy w Elblągu;
21. w dniu 09.12.2020r. on-line- „Poznaj swoje prawa #5 Obowiązki i uprawnienia stron umów telekomunikacyjnych, energetycznych, turystycznych i przewozowych”, organizator: Liga Kobiet Polskich Oddział Terenowy w Elblągu;
22. w dniu 09.12.2020r. webinar- „Wyliczenie wysokości roszczenia oraz rozliczenie stron nieważnej umowy kredytu”, organizator: Wolters Kluwer;
23. w dniu 11.12.2020r. webinar – „Wybrane zagadnienia z zakresu prawa przewozowego w kontekście kompetencji Prezesa UOKiK”, organizator: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów;
24. w dniu 16.12.2020r. on-line - „Świadomy Senior to bezpieczny senior- cz.1”, organizator: Nasza Szczywieńska Ziemia;
25. w dniu 16.12.2020r. on-line – „Poznaj swoje prawa #6 Dochodzenie roszczeń konsumenckich. Postępowanie przedsądowe, mediacja, concyliacja, arbitraż, instytucje konsumenckie”, organizator: Liga Kobiet Polskich Oddział Terenowy w Elblągu;
26. w dniu 18.12.2020r. on-line - „Świadomy Senior to bezpieczny senior - cz.2”, organizator: Nasza Szczywieńska Ziemia.

Rzecznik Konsumentów otrzymywał również z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów bezpłatne publikacje i broszury dotyczące prawa konsumenckiego oraz comiesięczny newsletter przydatny w bieżącej pracy. Broszury rozdawane były klientom korzystającym z porad oraz wśród uczestników spotkań edukacyjnych.

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

Przeważająca część działalności Rzecznika skupiała się na udzielaniu bieżącej pomocy prawnej i informacji odnośnie aktualnych przepisów konsumenckich, czy też udostępnianiu wzorców różnego rodzaju umów, pism, odstąpień od umowy, wezwań. Część z tych porad kończyła się na jednorazowej pomocy, choć coraz częściej konieczny jest kilkukrotny kontakt z przedsiębiorcą, który często nie znając obowiązujących przepisów prawnych rozpatruje reklamacje w sposób nieprawidłowy.

W roku 2020 Rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów, ani też nie wstępował za zgodą konsumentów do toczącego się postępowania sądowego na wniosek konsumenta. Zdaniem Rzecznika kierowanie spraw do sądów powszechnych winno być krokiem ostatecznym.

Każdorazowo, w przypadku braku możliwości zakończenia sprawy z korzyścią dla konsumenta, po wyczerpaniu przez Rzecznika wszelkich pozostających w jego kompetencji działań, konsument był informowany o przysługującym mu prawie do dochodzenia roszczeń na drodze postępowania sądowego albo innych formach postępowania pozasądowego. Zatem podejmowane przez Rzecznika działania oceniane przez pryzmat ich skuteczności poprzez prowadzone mediacje, głównie w formie pisemnych wystąpień, ukazują, iż przyjęty model pracy wydaje się prawidłowy.

Zbyt mały procent spraw, które znajdują swoje rozstrzygnięcie przed sądami wynika z tego, że konsument nie decyduje się na taki krok, argumentując swoją decyzję zbyt niską wartością sporu w stosunku do dużego zaangażowania osobistego i środków finansowych.

W roku sprawozdawczym Rzecznik przygotował jeden pozew w związku z odrzuconą reklamacją obuwia sportowego na kwotę 928,04 zł oraz jeden sprzeciw od nakazu zapłaty z tytułu niespłaconego zobowiązania pieniężnego wynikającego z umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w kwocie 901,84 zł wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie, podnosząc zarzut przedawnienia.

Szczegółową charakterystykę pomocy Rzecznika na drodze sądowej przedstawia Tabela nr 4 (str.24)

## **6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym**

Edukacja konsumencka ma na celu upowszechnianie wiedzy z zakresu praw konsumenta. W okresie sprawozdawczym Rzecznik realizując te zadania o charakterze edukacyjno-informacyjnym przekazywał konsumentom broszury i ulotki informacyjne o tematyce konsumenckiej oraz przysyłał istotne informacje i komunikaty, popularyzujące wiedzę z tego zakresu do miesięcznika „Moje Giżycko”, internetowej niecodziennej gazety [www.zGizycka.pl](http://www.zGizycka.pl), jak również na stronę internetową Starostwa Powiatowego.

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 ważniejszych zadań.

Rzecznik udzielając konsumentom różnego rodzaju pomocy prawnej, podejmował tego typu działania poprzez uświadamianie konsumentom przysługujących im praw, wskazując na konkretne przepisy, mające zastosowanie w danej sprawie.

Ze względu na wybuch pandemii Covid-19, nie odbył się zaplanowany przez Rzecznika IX Powiatowy Konkurs Wiedzy Konsumenckiej (odbywający się corocznie od 2012 roku) pod patronatem Starosty Giżyckiego oraz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W okresie sprawozdawczym Rzecznik przeprowadził dwie prelekcje wśród uczniów klas ósmych Szkoły Podstawowej Nr 2 im. Chwały Oręża Polskiego w Giżycku na temat pracy rzecznika konsumentów, praw konsumentów oraz przekazał uczniom materiały informacyjne o tematyce konsumenckiej.

Rzecznik uczestniczył również w dwóch pokazach handlowych związanych ze sprzedażą sprzętów agd, masażerów, jonizatorów powietrza itp. Rzecznik miał okazję zapoznać się z praktykami stosowanymi przez sprzedawców oraz informował uczestników spotkania, iż w przypadku podjęcia decyzji zakupu towarów oferowanych przez przedsiębiorcę mają oni możliwość odstąpienia od takiej umowy w terminie 14 dni.

Podobnie jak w latach ubiegłych tematyka konsumencka poruszana była również za pośrednictwem lokalnej prasy i radia. W okresie sprawozdawczym ukazały się następujące informacje i porady Rzecznika:

1. *Karta podarunkowa – co powinno się o niej wiedzieć?* - Moje Giżycko Nr 42/styczeń 2020

2. *Nie znasz numeru? Najlepiej nie oddzwaniaj!* - Moje Giżycko Nr 43/luty 2020
3. *Kupujesz czy najmujesz? –Oto jest pytanie* - Moje Giżycko Nr 44/marzec 2020
4. *Gdy epidemia krzyżuje plany podróżników...* - Moje Giżycko Nr 45/kwiecień 2020
5. *Koronawirus a rezerwacje- można odzyskać pieniądze?* - Moje Giżycko Nr 46/czerwiec 2020
6. *Ukradli Ci tożsamość? Nie daj za wygraną!*- [www.zGizycka.pl](http://www.zGizycka.pl) niecodzienna gazeta internetowa z dn.31.07.2020r.
7. *Co zrobić w przypadku kradzieży tożsamości?* - Moje Giżycko Nr 47/sierpień 2020
8. *Czy klient bez maski to nie klient?* - [www.zGizycka.pl](http://www.zGizycka.pl) niecodzienna gazeta internetowa z dn.25.08.2020r.
9. *Co zrobić w przypadku kradzieży tożsamości? cz.II* - Moje Giżycko Nr 48/wrzesień 2020
10. *Rzecznik interweniuje, dyrektor odpowiada* - [www.zGizycka.pl](http://www.zGizycka.pl) niecodzienna gazeta internetowa z dn.21.09.2020r.
11. Wywiad w stacji radiowej Meloradio Oddział w Giżycku w dn.22.09.2020r., jak również transmisja w Radio Zet nt. likwidacji Punktu Obsługi Klienta Dystrybucyjnego PGE S.A. w Giżycku, obowiązku noszenia maseczek oraz oddzwaniania konsumentów na nieznane numery telefonów.

Ukazujące się w prasie artykuły nie tylko przyczyniają się do rozpowszechnienia wśród czytelników wiedzy z dziedziny prawa konsumenckiego, ale także pełnią rolę prewencyjną, ostrzegając konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami, sytuacjami, które mogą rodzić niekorzystne dla konsumentów konsekwencje i w ten sposób mają wyostrzyć ostrożność konsumenta, który świadomy swych praw jest w stanie unikać niepożądanych sytuacji.

Inną formą edukacji konsumenckiej jest ekspozycja dostępnych materiałów informacyjnych dotyczących ochrony konsumentów, znajdujących się w holu budynku Urzędu. Broszury i materiały edukacyjne przesyłane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urząd Komunikacji Elektronicznej, czy też Europejskie Centrum Konsumenckie były wykładane i uzupełniane w celu ciągłej dostępności do informacji, a każdy z konsumentów zgłaszających się do Rzecznika mógł otrzymać publikacje o tematyce konsumenckiej. Również przed wejściem do pokoju Rzecznika na tablicy informacyjnej oraz na stronie internetowej Powiatu pod adresem: [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) w zakładce „Powiatowy Rzecznik Konsumentów” zamieszczone są podstawowe informacje związane z tematyką konsumencką np. przepisy prawne, porady konsumenckie czy też podstawowe wzory pism do wykorzystania przez konsumentów.

Jedną z form wpływania na zmniejszenie problemów konsumenckich związanych z reklamacjami jest także edukacja sprzedawców i właścicieli sklepów, którzy byli informowani o prawach konsumentów i obowiązkach sprzedawców. Sprzedawcom, którzy kontaktowali się telefonicznie lub osobiście z Rzecznikiem udzielane były porady na temat wykładni przepisów w zakresie obowiązujących regulacji prawnych dotyczących ochrony praw konsumentów oraz przekazywane zainteresowanym broszury.

Przedsiębiorcy również często konsultowali z Rzecznikiem prowadzone przez siebie postępowania reklamacyjne w zakresie dotyczącym prawidłowości załatwienia reklamacji konsumentów oraz zobowiązań jakie ciążyą na przedsiębiorcy, np. obowiązku udzielenia konsumentowi jasnych i zrozumiałych informacji w języku polskim o nazwie towaru, jego producencie czy importerze, znaku bezpieczeństwa, kraju jego pochodzenia, obowiązku zapewnienia w miejscu sprzedaży warunków umożliwiających dokonanie wyboru towaru i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów itp.

Współpraca i edukacja właścicieli sklepów wpływa bezpośrednio na lepsze wzajemne stosunki w relacji konsument - sprzedawca, a pośrednio na zmniejszenie skarg konsumenckich. W dużym stopniu rolę edukacyjną pełniły również wystąpienia kierowane do przedsiębiorców. Wprawdzie dotyczyły one konkretnych spraw, ale wskazując sposób załatwienia sprawy, równocześnie wskazywany był przedsiębiorcy sposób prawidłowego postępowania. Przy okazji konsument zaznajamiał się ze swoimi prawami.

## **7. Podejmowanie działań wynikających z:**

- **art. 479<sup>38</sup> kpc (niedozwolone postanowienia umowne)**

W roku sprawozdawczym Rzecznik Konsumentów skierował jedno zawiadomienie do UOKiK o podejrzeniu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę zajmującego się pośrednictwem sprzedaży nieruchomości poprzez stosowanie we wzorcach umów zapisów uznawanych za niedozwolone klauzule umowne.

Ponadto same wystąpienia Rzecznika do przedsiębiorców w uzasadnionych przypadkach miały charakter wezwań do dobrowolnego zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych we wzorcach umów (zmiany treści wzorców umów). Rzecznik udzielał porad przedsiębiorcom w sprawie zmiany treści postanowienia wzorca umownego, jak również dokonywał ocen przedstawianych przez konsumentów umów dotyczących np. sprzedaży nieruchomości, usług bankowych, telekomunikacyjnych, ubezpieczeniowych czy dotyczących sprzedaży energii elektrycznej i pod kątem występowania ewentualnych niedozwolonych klauzul, które w nieproporcjonalny sposób rozkładają ryzyko (nadmierne obowiązki, uszczuplone prawa) między stronami umowy. Stosowanie takich klauzul jest zabronione prawem, szczególnie w obrocie konsumenckim.

W przypadku, gdy umowa zawierała niedozwolone postanowienia wpisane do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Rzecznik informował konsumentów, że takie postanowienia nie wiążą konsumenta z mocy samego prawa.

- **ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe



przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową (art.4 ustawy z dn.23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

W roku sprawozdawczym Rzecznik w jednym przypadku zawiadomił UOKiK o nieuczciwych praktykach rynkowych stosowanych przez przedsiębiorców, gdzie akwizytorzy spółki zajmującej się sprzedażą energii elektrycznej i paliwa gazowego podawali się za dotychczasowego sprzedawcę i zawierali z konsumentami nowe umowy nie wydając dokumentów w postaci egzemplarza umowy, regulaminów, wzorów odstąpienia od umowy itp. lub pozostawiali jedynie niekompletne formularze. Konsumenty zgłaszający się do Rzecznika po pomoc posiadali jedynie np. jedną stronę umowy sprzedaży energii elektrycznej oraz kilka wrywkowych stron regulaminu dotyczącego sprzedaży gazu. Zdarzały się również przypadki, gdzie konsumenci w ogóle nie posiadali żadnych dokumentów, tak więc nie było wiadome nawet z kim konsument zawarł umowę, czy też jakie umowy i na jakich warunkach, a o zmianie sprzedawcy dowiadawali się dopiero wtedy, gdy pracownik dotychczasowego sprzedawcy energii elektrycznej przyjechał np. sprawdzić stan licznika i poinformował o zmianie sprzedawcy.

- **ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,**

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie podejmował działań w zakresie dochodzenia roszczeń w postępowaniu grupowym.

- **art. 42 ust. 1 pkt. 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)**

Na podstawie art.42 ust.4 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. 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. Niestety, w praktyce przedsiębiorcy nie zawsze, pomimo ponagleń, udzielają odpowiedzi na wystąpienia. W tej sytuacji zgodnie z art.114 ust.1 ww. ustawy rzecznikowi przysługuje uprawnienie wystąpienia z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy grzywną (kara grzywny, nie mniejsza niż 2.000 zł).

W okresie sprawozdawczym nie było konieczności kierowania zawiadomień o ukaraniu przedsiębiorców za brak ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika.

- **art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy).**

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie przedstawiał sądowi istotnego poglądu dla sprawy.

### **III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW**

#### **1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów**

Podsumowując kolejny rok działalności, Rzecznik podnosi, że na poprawę realizacji praw konsumenckich największy wpływ mają działania ustawodawcze mające na celu zapewnienie skutecznej ochrony konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami. Przepisy dotyczące ochrony konsumentów wymagają ciągłego monitorowania oraz wprowadzania niezbędnych zmian. Ważna jest również stała i bieżąca współpraca szeregu organów, instytucji państwowych i samorządowych w tym zakresie.

Na podstawie analizy zgłaszanych spraw konsumenckich wskazać należy, że w dalszym ciągu, pomimo wzrostu świadomości konsumenckiej, istnieje potrzeba objęcia szczególną ochroną i kontynuowania działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym szczególnie osób starszych, które są często ufnie, nieznające współczesnych realiów rynkowych. Dotyczy to w szczególności tzw. umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, gdzie sprzedawcy oferują konsumentom (na pokazach, czy też odwiedzając w mieszkaniach lub po rozmowie telefonicznej) nabycie różnego rodzaju rzeczy lub usług (np. usługi dotyczące sprzedaży energii elektrycznej, gazu), nierzadko w znacząco zawyżonej cenie lub też po wprowadzeniu konsumenta w błąd co do warunków zawieranej umowy.

Sprawy te są o tyle trudne, że zazwyczaj konsument przy podpisywaniu umowy, podpisuje także oświadczenia, że zapoznał się z licznymi załącznikami (regulaminami, cennikami, taryfami) i je akceptuje. Osoby starsze nie czytają umów i nie zachowują ustawowego, 14-dniowego terminu na odstąpienie od umowy w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. W związku z tym bardzo trudno jest podważyć stanowisko przedsiębiorcy, ponieważ argumentuje on, że konsument zaakceptował wszelkie warunki i postanowienia umowy i nie odstąpił od niej w określonym przez prawo terminie. Dzięki zaangażowaniu Rzecznika, w większości spraw następuje pozytywne zakończenie sporu poprzez rozwiązanie umowy, bez konsekwencji finansowych dla konsumenta.

Podobnie jak w latach ubiegłych liczne skargi konsumentów dotyczą niskiej jakości reklamowanych produktów. Utrudnieniem dla konsumentów w dochodzeniu swoich roszczeń w takich sytuacjach są m.in. częsty brak zgody przedsiębiorców na polubowne zakończenie sporu, właściwość miejscowa sądu, którego siedziba jest nierzadko znacznie oddalona od miejsca zamieszkania konsumenta, wysokie koszty opinii rzeczoznawców (często przewyższającej wartość reklamowanego towaru) oraz brak obowiązujących i ogólnodostępnych norm technicznych i jakościowych produktów.

Zatem należy nadal prowadzić działania ukierunkowane na zwalczanie nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych wobec seniorów oraz kontynuować współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Prokuraturą i Policją, rzecznikami konsumentów i organizacjami społecznymi zajmującymi się

problematyką konsumencką, co niewątpliwie przyczyni się do zwiększenia skuteczności podejmowanych działań na rzecz tejże grupy konsumentów.

Istotne jest również kontynuowanie działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym na wszystkich szczeblach oraz różnego rodzaju akcji medialnych (programy radiowo-telewizyjne, ulotki i materiały informacyjne), mających na celu podniesienie wiedzy i świadomości konsumenckiej oraz kształtowanie prokonsumenckich postaw wśród przedsiębiorców.

## **2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników**

Kolejny rok wskazuje, że wraz ze wzrostem świadomości konsumenckiej, znajomości przysługujących konsumentom praw, czy też z drugiej strony – nieznanymi przepisów konsumenckich, ale większej orientacji konsumentów gdzie szukać odpowiedniej pomocy - działalność Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Giżycku cieszy się dużą popularnością wśród mieszkańców Powiatu Giżyckiego. Świadczy o tym liczba osób kontaktująca się z Rzecznikiem.

Podejmowane przez Rzecznika działania oceniane przez pryzmat ich skuteczności poprzez prowadzone mediacje, ukazują, iż przyjęty model pracy wydaje się prawidłowy a konsumenci uzyskują skuteczną pomoc w ochronie ich praw. Zdecydowana większość przedsiębiorców uznaje reklamacje po interwencji wniesionej przez Rzecznika.

Podsumowując należy stwierdzić, że pomimo wniosku, iż coraz więcej konsumentów zna swoje prawa, z posiadanego doświadczenia i wiedzy wynikającej z analizy wpływających spraw oraz problemów z jakimi zgłaszają się do Rzecznika konsumenci wynika, że w wielu przypadkach konsumentom nadal brakuje dostatecznej wiedzy prawnej, jak mają się zachować w sytuacji sporu z przedsiębiorcą. Nadal konsumenci uważają, że np. mają prawo do zwrotu zakupionego w sklepie stacjonarnym towaru pełnowartościowego w terminie 14 dni, tak jak przy umowach zawieranych na odległość lub poza lokalem.

Dlatego w dalszym ciągu należy kontynuować działania edukacyjne społeczeństwa w zakresie przysługujących konsumentom praw i obowiązków. Zatem istotna okazuje się rola Rzecznika w kształtowaniu świadomości konsumenckiej. Zapotrzebowanie na pomoc Rzecznika w szerokim spektrum spraw, powoduje konieczność stałego podnoszenia wiedzy oraz doskonalenia metod pracy Rzecznika.

Z uwagi na zmieniające się przepisy prawa oraz różnorodność spraw, którymi zajmuje się Rzecznik nadal zasadnym staje się wniosek o organizowanie spotkań, konferencji i bezpłatnych szkoleń dla rzeczników. W dalszym ciągu istnieje potrzeba zapewnienia Rzecznikowi materiałów edukacyjnych, w postaci broszur i ulotek, w celu realizacji zadań o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Skuteczna i aktywna działalność Rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi Powiatu, jako przyjaznemu mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Praca Rzecznika wymaga umiejętnego i życzliwego podejścia do konsumentów, wnikliwego rozpatrywania każdej sprawy, z zachowaniem obiektywizmu. Nadmienić należy, że

do Rzecznika zgłaszają się osoby za sprawami niemającymi charakteru konsumenckiego, które wielokrotnie przedstawiając problem, powierzają Rzecznikowi swoje osobiste sprawy. Osoby te zostają wysłuchane, uzyskują poradę i są ukierunkowane, co do możliwości rozwiązania zgłaszanych problemów. Dlatego też praca Rzecznika wymaga znajomości innych dziedzin prawa, nie tylko prawa konsumenckiego.

Działalność Rzecznika jest bardzo ważna dla mieszkańców Powiatu Giżyckiego i od wielu lat jest pozytywnie oceniana przez konsumentów, gdyż w tym miejscu uzyskują pomoc w egzekwowaniu swoich praw, co znajduje odzwierciedlenie w podziękowaniach składanych osobiście, jak również w formie pisemnej.

SPORZĄDZIŁA:

Powiatowy Rzecznik Konsumentów

*Kolesza.*  
mgr Katarzyna Tota-Leszczyńska

Giżycko, dnia 26 marca 2021r.

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

	1.1.osobiście i telefonicznie											razem	1.2. sprawy rozpatrywane pisemnie											razem						
	rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne		rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne				nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.		inne			
	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość		poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu		bez znaczenia na odległość	poza lokalną	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokalną	
<b>SPRZEDAŻ:</b>																														
art. żywnościowe				3	1							4														1				
odzież i obuwie	1	3		66	2		1			1	1																	1		
meble, artykuły wyposażenia wnetrz, utrzymania domu	5	3	2	32	7		2					3																		
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	9	8	40	52	5		1	1	1			1	4																	
samochody i środki transportu osobistego		5		24	2		1					1																		
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące produkty związane z opieką zdrowotną		4		7	1							1	4	2																
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci				6																										
inne		5		2	5							2																		
<b>USŁUGI:</b>																														
związane z rynkiem nieruchomości	1			1			1					2							1											
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja				8			1																							
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia	1																													
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				1																										
finansowe				1			2					10																		
ubezpieczeniowe	1	1		9	3		2					8																		
pocztowe i kurierskie				4	1																									
telekomunikacyjne	5			9	2		4	1				12	2														1			
transportowe		2										1																		
turystyka i rekreacja	4	2										1																		
sektor energetyczny i wodny	1	1	3	2							5	5															2			
związane z opieką i opieką zdrowotną				2								1							2											
edukacyjne	4	1					1					1																		
inne		3		2	2							2															2			
<b>RAZEM</b>	32	38	45	231	31	0	16	2	1	1	1	6	62	4	0												5	1	0	
informacje ogólne niekonsumentkie																														
													14																	1
													43																	10
													527																	103
														razem:																

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

																RAZEM	
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne				
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalą	w lokalu bez	na odległość	poza lokalą	w lokalu bez	na odległość	poza lokalą	w lokalu bez	na odległość	poza lokalą	w lokalu bez	na odległość	poza lokalą		
<b>SPRZEDAŻ:</b>																	
a	art. żywnościowe																
b	odzież i obuwie																3
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu																2
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																4
e	samochody i środki transportu osobistego																1
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																
g	produkty związane z opieką zdrowotną																
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																
i	inne																2
<b>USŁUGI:</b>																	
j	związane z rynkiem nieruchomości																
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																
n	finansowe																
o	ubezpieczeniowe																
p	pocztowe i kurierskie																
r	telekomunikacyjne																
s	transportowe																
t	turystyka i rekreacja																
u	sektor energetyczny i wodny																1
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																
x	edukacyjne																
y	inne																1
<b>RAZEM</b>																<b>14</b>	
informacje ogólne																	
niekonsumentckie																	
razem:																<b>14</b>	

**Tabela 3.**  
**współdziałanie z innymi instytucjami**

	współdziałanie z innymi instytucjami												RAZEM			
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności				inne		
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem		w lokalu bez	na odległość	poza lokalem
<b>SPRZEDAŻ:</b>																
art. żywnościowe																
odzież i obuwie																
meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu																
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy										1		1				2
samochody i środki transportu osobistego																
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																
produkty związane z opieką zdrowotną																
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																
inne																
<b>USŁUGI:</b>																
związane z rynkiem nieruchomości							1									1
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																
finansowe																
ubezpieczeniowe																
pocztowe i kurierskie																
telekomunikacyjne																
transportowe																
turystyka i rekreacja																
sektor energetyczny i wodny												1				1
związane z opieką i opieką zdrowotną																
edukacyjne																
inne																
niekonsumenckie																1
	razem:															5

**Tabela 4.**  
**pomoc na drodze sądowej**

	4.1. udział RK w postępowaniach sądowych															RAZEM	4.2. pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami															RAZEM		
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne				rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne					
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną		w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną	w lokalu bez	na odległość	poza lokalną			
	<b>SPRZEDAŻ:</b>																																	
a	art. żywnościowe																																	
b	odzież i obuwie																																	
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu																																	
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																																	
e	samochody i środki transportu osobistego																																	
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																																	
g	produkty związane z opieką zdrowotną																																	
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																																	
i	inne																																	
	<b>USŁUGI:</b>																																	
j	związane z rynkiem nieruchomości																																	
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																																	
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																																	
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																																	
n	finansowe																																	
o	ubezpieczeniowe																																	
p	pocztowe i kurierskie																																	
r	telekomunikacyjne																																	
s	transportowe																																	
t	turystyka i rekreacja																																	
u	sektor energetyczny i wodny																																	
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																																	
x	edukacyjne																																	
y	inne																																	
	<b>RAZEM</b>																																	<b>2</b>
	sprawy o ukaranie																																	<b>0</b>
	razem:																	razem:																<b>2</b>