

## **SPRAWOZDANIE MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W SZCZECINIE ZA 2005 ROK**

### **I. Wstęp**

Miejski Rzecznik Konsumentów w Szczecinie został **powołany Uchwałą Rady Miasta Nr XIII 445/99 z dnia 27 września 1999 r.** a działalność rozpoczął dnia 15 października 1999 r.

Usytuowanie organizacyjne i zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie określono w Regulaminie Organizacyjnym Urzędu.

Miejski Rzecznik Konsumentów wykonuje swoje zadania na podstawie przepisów **ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 122, poz.1319 ze zm.)** – zwaną dalej *ustawą*, które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów.

Rzecznik Konsumentów posiada **kompetencje doradcze i procesowe**, natomiast **nie ma kompetencji kontrolnych ani władczych**.

### **II. Organizacja pracy Rzecznika Konsumentów**

Rzecznik Konsumentów w Szczecinie swoje ustawowe zadania wykonuje kierując **Biurem Miejskiego Rzecznika Konsumentów**.

W Biurze zatrudnionych jest łącznie 5 osób, w tym trzech pracowników z wykształceniem prawniczym i dwóch pracowników z wykształceniem ekonomicznym.

W Biurze prowadzone są dwa rejestry: jeden rejestr zawiera wykaz porad osobistych i przysyłanych na piśmie lub e-mailem, drugi rejestr porad telefonicznych oraz urzędowy rejestr wpływającej korespondencji BOI.

Konsument zgłaszający się osobiście do Biura, przedstawia swoją sprawę w formie pisemnego **wniosku o udzielenie pomocy prawnej**, załączając stosowne kserokopie dokumentów. Następnie sprawa jest przydzielana do rozpatrzenia pracownikowi Biura, który odpowiada za całościowe jej załatwienie – zostało to szczegółowo uregulowane w Procedurze ISO obowiązującej w UM w Szczecinie.

Na potrzeby Biura stałą pomoc prawną zapewnia radca prawny Pani mecenas Mirosława Tórz, która wydaje opinie prawne w sprawach, w których zwraca się Rzecznik. Pomoc ta polega na wydawaniu pisemnych opinii prawnych

w sprawach zawiłych i w których konieczne jest wystąpienie na drogę postępowania sądowego w każdej instancji. Ponadto Rzecznik na bieżąco korzysta z porad Pani mecenas w trakcie trwania spraw sądowych i egzekucyjnych. Pracownicy Biura mają stały kontakt osobisty i telefoniczny z Panią Mecenas, do której zwracają się w skomplikowanych bieżących sprawach wpływających do Biura.

Biuro Rzecznika usytuowane jest w środkowym budynku Urzędu Miejskiego, na parterze w dwóch pokojach nr 16 i 15. Jest to miejsce bardzo dogodne dla konsumentów, prawidłowo i jasno oznakowane. Przed wejściem do Biura jest tablica informacyjna z podstawowymi i bieżącymi informacjami konsumenckimi, jak również rozkładane są na bieżąco materiały dla konsumentów wydawane przez UOKiK (ulotki informacyjne).

Na wyposażeniu Biura jest: sześć zestawów komputerowych (w tym 5 zestawów z środków PHARE), jedna drukarka czarno-biała, ksero, fax, oraz trzy numery telefonów.

### **III. Zadania Rzecznika Konsumentów**

**Istotą instytucji Rzecznika jest cel jego działania – OCHRONA INTERESÓW KONSUMENTÓW.**

**Konsumentem w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> kodeksu cywilnego „*jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową*”.**

Konsumentem jest odbiorca określonych dóbr i usług. Konsumentami są np.: klienci banków, instytucji finansowych, firm ubezpieczeniowych, turystycznych, telekomunikacyjnych, placówek handlowo-usługowych, itp...

W świetle obowiązujących przepisów prawa Rzecznik Konsumentów jest uprawniony do dokonywania wszelkich czynności dozwolonych prawem w celu ochrony interesów konsumentów.

Szczegółowe zadania Rzecznika Konsumentów określone są w art. 37 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm.).

**Do ustawowych zadań i uprawnień rzecznika konsumentów należy między innymi :**

1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów,
2. występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
3. wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
4. współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
5. działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym.

**Oprócz w/w zadań i kompetencji rzecznik konsumentów może również:**

6. występować jako oskarżyciel publiczny w sprawach o wykroczenie na szkodę konsumentów, w rozumieniu przepisów kodeksu postępowania cywilnego i kodeksu wykroczeń,
7. występować do Prezesa UOKiK z wnioskiem o wszczęcie postępowania antymonopolowego w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów
8. wytaczać powództwa w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK).
9. występować na podstawie art. 106a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów o ukaranie karą grzywny przedsiębiorców, którzy naruszają obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub obowiązek ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika.

#### **IV. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów – ogólna charakterystyka.**

##### **1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów - ogólna charakterystyka spraw.**

Sprawy z jakimi zwracali się konsumenci w 2005 r. po pomoc do Biura Rzecznika Konsumentów były jak zwykle bardzo zróżnicowane.

**Najwięcej kłopotów w 2005 r. Rzecznikowi Konsumentów sprawiły:**

**A. firmy świadczące różnego typu USŁUGI na rzecz konsumentów, tj.:**

- **firmy zajmujące się pośrednictwem finansowym**

W roku 2005 r. zakończyły działalność dwie firmy zajmujące się pośrednictwem finansowym (realizacja opłat za tzw. złotówkę), oszukując łącznie ponad tysiąc osób. Pierwsza z tych firm to MERITUM, działająca w ramach spółki z o.o. VIVENDI Group, która to spółka w sprytny sposób sprzedała swoje udziały nowemu właścicielowi, który od samego początku nie przekazywał terminowo należności pobieranych od konsumentów, przez co naraził „setki” konsumentów na znaczne straty finansowe i konieczność ponownego zapłacenia już raz opłaconych rachunków. Ostatecznie Prokuratura Rejonowa w Szczecinie na skutek śmierci właściciela firmy MERITUM umorzyła prowadzone w sprawie postępowanie.

Podobne działania firmy ARMAPLAST, zajmującej się również pośrednictwem finansowym naraziły około 200 konsumentów na straty finansowe i także konieczność ponownego zapłacenia rachunków. Sprawa przeciwko właścicielce firmy ARMAPLAST jest w toku.

Miejski Rzecznik Konsumentów od samego początku działalności tego typu firm informował konsumentów poprzez media (prasa, radio, telewizja) o zagrożeniach wynikających z korzystania z ich usług. Następnie zawiadomiono organa ścigania (Policja, Prokuratura) o podejrzeniu popełnienia przestępstwa oszustwa na szkodę dużej liczby konsumentów.

- **Sprawy dochodzenia roszczeń z tytułu braku ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej OC pojazdów mechanicznych oraz inne skargi na firmy ubezpieczeniowe**

W związku ze zmianą od dnia 1 stycznia 2004 r. przepisów ustawy o działalności ubezpieczeniowej, weszły w życie m.in. nowe regulacje dotyczące ubezpieczeń OC samochodów zakupionych na rynku wtórnym.

Niestety konsumenci nie posiadali dostatecznej wiedzy na ten temat, w wyniku czego Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny nakładał na nich bardzo wysokie opłaty karne.

Opłaty karne konsumenci ponosili za przerwę w ubezpieczeniu OC pojazdów mechanicznych nawet do wysokości 500 Euro. Wysokość opłaty karnej uzależniona jest od okresu pozostawania bez ochrony ubezpieczeniowej w każdym roku kalendarzowym.

Opłaty karne konsumenci musieli ponosić w wyniku swojej nieświadomości prawnej i błędnej interpretacji przepisów.

Kolejną grupę spraw ubezpieczeniowych stanowiły problemy z podwójnym ubezpieczeniem samochodów. Konsumenci nie znają swoich obowiązków, polegających na konieczności wypowiedzenia umowy OC przekazanej przez sprzedawcę samochodu. Skutkiem tej niewiedzy była niejednokrotnie konieczność zapłaty podwójnego ubezpieczenia OC.

Dużą grupę skarg stanowiły skargi na PZU, z tytułu nienależytego wywiązywania się z zawieranych w latach 80-tych polis posagowych dla dzieci.

Po upływie okresu na jaki została zawarta polisa (18-20 lat), zwaloryzowana kwota oferowana przez PZU do wypłaty nie zadowalała konsumentów. Z reguły PZU nie chciało ponosić konsekwencji inflacji. Dopiero w wyniku procedury odwoławczej kwoty te zostawały zazwyczaj 3-krotnie podwyższane, co nie zawsze zadowalała konsumentów i część tych spraw kończyła się w sądzie.

Rzecznik w takich sytuacjach pomagał konsumentom w sporządzeniu pozwów i skierowaniu spraw do sądu oraz w przygotowywaniu pism procesowych.

- **Firmy zajmujące się świadczeniem usług remontowo-budowlanych**

Z roku na rok systematycznie rośnie ilość skarg konsumentów na firmy świadczące usługi remontowo-budowlane.

Problemy konsumentów polegają na:

- nie zawieraniu umów na piśmie,
- ustnych ustaleniach warunków umowy,
- wpłacaniu pieniędzy (zaliczki, zadatku) często bez pokwitowania,
- składaniu reklamacji telefonicznie,
- braku reakcji firm na reklamacje konsumentów,
- braku znajomości danych firmy i właściciela, z którą to zawarli umowę (dysponują tylko numerem telefonu komórkowego).

- **Firmy zajmujące się świadczeniem usług bankowych**

W związku z coraz większym zubożeniem społeczeństwa, wzrasta zadłużenie konsumentów w bankach i problemy z terminowością spłaty zaciąganych kredytów i pożyczek.

Problemy konsumentów polegają głównie na:

- nie sprawdzaniu firm oferujących kredyty i pożyczki,
- akceptowaniu (podpisywaniu) warunków umów kredytu bez czytania, w szczególności w części dotyczącej całkowitych kosztów kredytu, odstąpienia od kredytu, warunków spłaty rat, ubezpieczenia kredytu, itp.
- nieterminową spłatą rat kredytów, pożyczek,
- niereagowaniu na monity, upomnienia banków,
- zbyt późnym szukaniu pomocy, najczęściej gdy sprawa jest już przekazana do windykacji firmom zajmującym się windykacją.

- **Firmy zajmujące się świadczeniem usług w systemie argentyńskim**

Do Biura Rzecznika Konsumentów nadal zgłaszają się osoby, które kilka lat temu zawarły umowy zakupu nowych samochodów z firmami działającymi w systemie argentyńskim (Aice Polska, Auto Tak, Inco). Osoby te zrezygnowały z zakupu samochodu w systemie konsorcyjnym, natomiast walczą o odzyskanie wpłaconych pieniędzy.

W wyniku interwencji Rzecznika, firma taka jak Aice Polska zwraca polubownie reprezentowanym przez Rzecznika konsumentom wpłacone pieniądze. Pozostałe zaś firmy (Auto Tak, Inco) nie przyjmują argumentów Rzecznika i konsumentom nie pozostaje nic innego jak skierowanie sprawy do sądu.

Od sierpnia 2004 r. istnieje formalny zakaz organizowania i prowadzenia działalności gospodarczej w systemie konsorcyjnym. Jednak mimo obowiązywania tego zakazu dotychczasowe firmy proponujące pożyczki w tym systemie, sprytnie dostosowały swoje umowy do obowiązujących przepisów, nazywając je **umowami cywilnoprawnymi pożyczki** i proponują konsumentom środki finansowe na bardzo wątpliwych zasadach. W opinii Rzecznika mamy tutaj do czynienia z nową formą „systemu argentyńskiego”. Potwierdzeniem tego faktu, są pokrzywdzeni konsumenci, zgłaszający się o pomoc do Rzecznika.

- **Firmy z branży turystyczno-hotelarskiej**

Najwięcej problemów konsumentów odnotowano na etapie zarówno zawierania jak i wykonywania usług turystycznych (głównie chodzi tutaj o wyjazdy zagraniczne).

Problemy związane głównie były z:

- niezrozumieniem, nie czytaniem i nie negocjowaniem warunków umów (podpisywanie umów bez czytania, w pełni akceptowanie nie zawsze korzystnych i dozwolonych postanowień umów),
- ponoszeniem bardzo wysokich kosztów związanych z odstąpieniem od umowy usługi turystycznej,
- nienależytym świadczeniem usług turystycznych (zmiana terminów, podwyższanie opłat, zmiana warunków zakwaterowania, istotne różnice między ofertą katalogową a stanem faktycznym),

- nie terminowym rozpatrywaniem reklamacji.

Praktyka Rzecznika Konsumentów wykazuje, iż biura turystyczne coraz częściej żądają od konsumentów bardzo wysokich kosztów „odstępnego”, nie zawsze dokumentując poniesione koszty na realizację danej umowy, np. firma Neckermann zażądała od konsumentów wpłaty 20 % ceny wycieczki, mimo, iż rezygnacja nastąpiła w ciągu 2 dni od podpisania umowy, a termin wyjazdu był ustalony dopiero za 6 miesięcy. W wyniku interwencji Rzecznika firma Neckermann odstąpiła od swojego żądania. W innym przypadku BP Alfa Star potrąciło konsumentowi 50 % wartości wpłaconej kwoty, mimo, iż rezygnacja nastąpiła po 3 dniach od wpłaty pieniędzy przy czym do wyjazdu pozostało ok. 3 tygodni. Biuro Podróży nie chciało podać udokumentowanych, rzeczywiście poniesionych przez firmę kosztów wynikających z rezygnacji klienta. W ostateczności klient będzie dochodził swoich racji w sądzie.

Konsumenci składając reklamację na nienależyte wywiązanie się biur podróży z umowy (np. zmiana hotelu, warunków zakwaterowania, wyżywienia), żądają stosownego obniżenia ceny powołując się na obowiązującą w Unii Europejskiej Tabelę Frankfurcką. Biura nie są skore do polubownego załatwiania reklamacji i wypłatę odszkodowania i najczęściej proponują zniżki na kolejne imprezy turystyczne.

Odnotowano również agresywną działalność firm prowadzących tzw. **timesharing**, proponujący stały wypoczynek wakacyjny zarówno krajowy jak i zagraniczny. Konsumenci skuszeni taną ofertą (małe opłaty za pobyt w hotelu, opłacenie tylko kosztów przelotu), decydowali się na podpisywanie umów i wpłacanie pieniędzy. Następnie okazywało się, iż aby wyjechać należy ponieść duże dodatkowe koszty lub okazywało się, że firma nagle zniknęła i do wyjazdu nie dochodziło!

W wyniku takiego nieuczciwego działania tego typu firm konsumenci ponosili duże straty **finansowe**.

- **Firmy świadczące powszechne usługi telekomunikacyjne (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej),**

Nie zmniejsza się liczba skarg wpływających do Biura Rzecznika Konsumentów na usługi świadczone przez firmy telekomunikacyjne, tj. operatorów telefonii stacjonarnej (TP SA, TELE 2) i telefonii komórkowej oraz telewizje kablowe.

Najczęściej skargi te dotyczyły:

- nieuznawanie reklamacji na zawyżone rachunki telefoniczne,
- podstępne zawieranie umów przez akwizytorów TELE 2 (dotyczy to głównie ludzi starszych, samotnych, chorych),
- bezpodstawnego kierowania spraw do windykacji firmom trzecim (np. Intrum Justitia, Kruk),
- w dalszym ciągu zdarzają się przypadki bezpodstawnego wyłączania telefonów,
- wystawiania rachunków bez jednoczesnego przyłączenia telefonu do sieci,
- bardzo długiego okresu oczekiwania na przeniesienie i zmianę numeru telefonu,
- umieszczanie numeru abonenta w książce telefonicznej, mimo zastrzeżenia numeru telefonu.

- **Firmy świadczące usługi edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne),**

W 2005 r. Rzecznik zaobserwował dużo skarg od konsumentów na szkoły językowe, oraz na niepubliczne szkoły wyższe.

Skargi dotyczyły głównie:

- braku możliwości wcześniejszego rozwiązania umowy,
- żądaniu zapłaty z góry za cały semestr, nawet wówczas gdy konsument nie podjął nauki, gdyż wybrał inną uczelnię, nie powiadomił jednak szkoły o rezygnacji z jej usług,
- żądaniu wysokich odsetek karnych za nieterminowe płacenie czesnego,
- braku możliwości rozwiązania umowy w sytuacji niezadowolenia z jakości świadczonych usług przez szkołę,

### **B. firmy prowadzące działalność handlową ( zawierające z konsumentami **UMOWY SPRZEDAŻY** różnorodnych towarów),**

W 2005 r. do Biura wpływały bardzo liczne skargi konsumentów, dotyczące:

1. **niezgodności zakupionych towarów z umową sprzedaży** tj. *sprzętu RTV, AGD, sprzętu komputerowego, telefonów komórkowych, artykułów wyposażenia wnętrz, odzieży, obuwia, samochodów, sprzedaży komisowej, itp.*

Placówką handlową na którą konsumenci najczęściej się skarżyli to hipermarket Media Markt. Skargi dotyczyły głównie:

- odmowie przyjmowania od konsumentów reklamacji po upływie 6 miesięcy użytkowania towaru,
- uzależniania przyjmowania reklamacji od przedstawienia sprzedawcy ekspertyz wykazujących ujawnienie się wady w chwili wydania towaru,
- nie przestrzeganie 14–dniowego terminu ustosunkowania się do żądań reklamacyjnych konsumenta,
- nakłanianiu konsumentów do składania reklamacji w trybie gwarancyjnym (odsyłanie do serwisu gwarancyjnego).

Poza tym skargi konsumentów związane były również z:

- brakiem lub nieterminowym udzieleniem odpowiedzi na złożoną reklamację,
- nie określaniem terminów załatwienia reklamacji (naprawy lub wymiany towaru),
- dostarczeniem uszkodzonego mechanicznie towaru, czego konsument nie sprawdził na miejscu,
- z koniecznością udowodnienia, iż reklamowana wada powstała bez winy konsumenta,
- nie wykazywaniem dobrej woli ze strony sprzedawców w razie prośby konsumentów o wymianę lub zwrot towaru,

2. **realizacji uprawnień z tytułu udzielonej gwarancji (przez sprzedawców, producentów towarów, dystrybutorów, importerów)**

Konsumenci korzystający z kart gwarancyjnych napotykają na szereg kłopotów, wynikających z niekorzystnych, ogólnych, niejasnych zapisów gwarancyjnych.

Z uwagi na fakt, iż udzielenie gwarancji nie jest obowiązkiem a jej treść gwarant może swobodnie kształtować, uprawnienia konsumentów z tytułu gwarancji są bardzo słabe i często narażają konsumenta na:

- długi czas naprawy lub wymiany (nie określenie terminu załatwienia reklamacji),
- często mimo ewidentnej wadliwości towaru, nie ma możliwości wymiany towaru na nowy,
- ponoszenie kosztów transportu, badania-eksopertyzy towaru,
- żądanie od konsumentów opłat w sytuacji nieuzasadnionej w ocenie serwisu reklamacji,
- nie przedłużanie gwarancji w razie naprawy lub wymiany towaru,
- uzależnianie ochrony gwarancyjnej od obowiązku wykonania płatnych przeglądów serwisowych,

Jak widać z powyższego zestawienia, brak unormowania gwarancji konsumenckiej w Kodeksie cywilnym, powoduje, iż konsument nie jest właściwie chroniony gdy korzysta z gwarancji. Niestety konsumenci nadal nie mają świadomości, iż przysługuje im prawo wyboru między ochroną wynikającą z gwarancji a ustawową odpowiedzialnością sprzedawcy, co sprzedawcy nagminnie wykorzystują, uchylając się w ten sposób od odpowiedzialności.

### C. Firmy zawierające z konsumentami **UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ**

Rzecznik Konsumentów w 2005 r. podejmował bardzo często interwencje zarówno telefoniczne jak i osobiste w sprawach skarg konsumentów na **przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą poza lokalem firmy.**

Interwencje te dotyczyły zarówno umów sprzedaży towarów (drzwi, okien, filtrów wodnych, kuchenek i piecyków gazowych, itp.) jak ich montażu. Należy zauważyć, iż proponowany do sprzedaży akwizycyjnej asortyment z roku na rok się poszerza.

Przedsiębiorcy prowadzący tego typu działalność nagminnie nie przestrzegają postanowień *ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny*. Ustawa ta daje konsumentom możliwość odstąpienia od takiej umowy w terminie 10 dni bez ponoszenia konsekwencji finansowych.

Najczęściej z takimi umowami powiązana jest umowa o kredyt konsumencki na zakup danego towaru lub usługi. W takich przypadkach konsument również jest chroniony i przysługuje mu prawo do odstąpienia od umowy o kredyt.

Na nieuczciwą działalność takich firm narażone są w szczególności osoby starsze, samotne emeryci, renciści.

Drugą grupą umów szczególnie chronionych przepisami prawa są **UMOWY zawierane NA ODLEGŁOŚĆ.**

Do tego typu umów zaliczamy: sprzedaż wysyłkową przy wykorzystaniu katalogów, formularzy, telefonów, faxów, itp. oraz coraz bardziej powszechną sprzedaż za pośrednictwem Internetu.

Podobnie jak w umowach zawieranych poza lokalem tak i ten rodzaj umów można rozwiązać w terminie 10 dni bez ponoszenia konsekwencji prawnych i finansowych.



Konsumenci skarżą się, iż coraz częściej otrzymują różnego typu towary (książki, katalogi), których wcześniej nie zamawiali a firmy wysyłkowe żądają za nie zapłaty, strasząc jednocześnie konsumentów procedurą windykacyjną w razie odmowy zapłaty.

Podkreślenia wymaga fakt, iż w kwestii umów zawieranych poza lokalem jak i na odległość, bardzo ważną rolę odgrywa działalność edukacyjna Rzecznika Konsumentów poprzez media, co prowadzi do podwyższenia świadomości konsumentów. Szczególnie ważne to jest kiedy na rynku pojawia się nowa firma i należy przed nią ustrzec konsumentów.

## **2. Udzielanie porad, informacji i innych form pomocy w zakresie ochrony interesów i praw konsumentów**

Rzecznik Konsumentów udziela każdego dnia około **20-25 porad** (wizyty osobiste konsumentów w Biurze Rzecznika oraz odpowiedzi na bieżące e-maile i skargi pisemne), oraz około 30 porad telefonicznych.

- **przedstawianie konsumentom sytuacji prawnej zgłoszonego problemu i wskazywanie możliwości jego rozwiązania,**
- **badanie** (analizowanie) na miejscu zasadność skargi konsumenta,
- **bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców** (najczęściej telefonicznie),
- **pisemne wystąpienia** do przedsiębiorców,
- bieżące odpowiedzi na pytania konsumentów zadawane w formie elektronicznej,
- przeprowadzanie postępowań ugodowych (**mediacje**),
- **kierowanie konsumentów do właściwych instytucji** (Inspekcji Handlowej, Sanepidu, Urzędu Regulacji Energetyki, Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty, Rzecznika Ubezpieczonych, itp.)
- sporządzanie **pozwów i pism procesowych** dla konsumentów,
- **wstępowanie na rzecz konsumentów do toczących się spraw sądowych** oraz prowadzenie i nadzorowanie postępowania egzekucyjnego prowadzonego przez komornika.

Ponadto Rzecznik Konsumentów **zawiadamia organa ścigania** tj. prokuraturę i Policję – w sprawach, w których zachodzi podejrzenie popełnienia przestępstwa na szkodę konsumenta lub grupy konsumentów.

Rola Rzecznika polega na aktywnym działaniu na rzecz konsumentów, tj. występowaniu do przedsiębiorców w imieniu i na rzecz konsumenta i podejmowaniu przez rzecznika interwencji.

W celu zapewnienia prawidłowej ochrony praw konsumentów Rzecznik współpracuje na co dzień z właściwymi **urzędami i instytucjami**. Należy podkreślić, iż w 2005 r. Rzecznik na bieżąco współpracował z **Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Biurem Rzecznika Ubezpieczonych, z Arbitrem Bankowym, Głównym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych, Urzędem Regulacji Energetyki, Urzędem Regulacji Telekomunikacji i Poczty**. Efektem tej współpracy są szybkie, fachowe i skuteczne porady i pomoc dla konsumentów.

Rzecznik na bieżąco prowadzi za pośrednictwem lokalnych mediów szeroką **akcję informacyjno-edukacyjną**, mającą na celu ostrzeżenie potencjalnych

klientów przed nierzetelną, a niekiedy wręcz oszukańczą działalnością różnych firm takich jak:

- działających w tzw. "nowym systemie argentyńskim",
- pośredniczących w obrocie nieruchomościami,
- działających na zasadzie akwizycji (drzwi, okna, pościel, naczynia kuchenne, itp.)
- świadczących usługi pośrednictwa finansowego.

Stało się regułą, iż po każdej kampanii informacyjnej-edukacyjnej do Biura trafia coraz większa ilość konsumentów w celu zaciągnięcia porady, czy informacji prawnej, co Rzecznik Konsumentów traktuje jako pozytywny objaw.

Działalność Rzecznika Konsumentów polegała też na bieżącej **współpracy z rzeczoznawcami, biegłymi sądowymi**, głównie z branż: obuwniczej, odzieżowej i budowlanej.

Dla tych konsumentów, którzy nie byli w stanie ponieść kosztów opinii rzeczoznawcy, w Biurze Rzecznika można było bezpłatnie otrzymać opinię rzeczoznawcy w spornych sprawach reklamacji butów, odzieży, okien PCV. W pozostałym zakresie Rzecznik udostępniał nr telefonów rzeczoznawców z listy Rzeczoznawców do Spraw Jakości Produktów lub Usług prowadzonej przez Zachodniopomorskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej.

#### **W 2005 roku rzeczoznawcy wydali na rzecz konsumentów:**

- **103** opinie w sprawie jakości obuwia,
- **70** opinii w sprawach: odzieży, kompletu wypoczynkowego, dywanu, firan.
- **6** opinii w sprawie okien PCV

Opinie uzyskane w Biurze Rzecznika Konsumentów najczęściej pomagają konsumentom w załatwieniu sporu ze sprzedawcą.

Ilość wpływających spraw dotyczących niezgodności obuwia z umową nie maleje a wręcz odwrotnie wzrasta, co jest spowodowane, tym iż na naszym rynku sprzedaje się dużo taniego, złej jakości obuwia. Rzecznik obserwuje, iż przy zakupie obuwia coraz częściej głównym kryterium wyboru jest cena a nie jakość, co w konsekwencji prowadzi do licznych, nie zawsze uzasadnionych reklamacji obuwia. Ponadto źródłem problemów jest brak informacji o przeznaczeniu zakupionego obuwia, jak również sprzedaż obuwia sportowego podrobionej marki Nike, Reebok, Adidas.

W sytuacjach, kiedy mimo przedstawienia opinii sprzedawca dalej odmawia naprawy towaru lub jego wymiany, Rzecznik pomaga konsumentom skierować sprawę na drogę postępowania sądowego.

Z satysfakcją należy odnotować, iż około **80 %** spraw które wpłynęły do Biura zostało załatwionych na korzyść konsumentów. Ten wskaźnik utrzymuje się na podobnym poziomie od początku działalności Biura.

Sześć lat działalności Rzecznika skutkuje tym, iż zwiększyła się świadomość zarówno po stronie konsumentów jak i przedsiębiorców, co przejawia się w tym, iż coraz więcej sporów jest rozwiązywanych na drodze mediacyjnej.

**Mediacja** jest najlepszym, najprostszym sposobem rozstrzygnięcia sporu, pod warunkiem, że na takie rozwiązanie jest zgoda dwóch stron. Mediacja nie naraża żadnej ze stron na ponoszenie dodatkowych kosztów i ma na celu pozasądowe załatwienie sporu.

Pracownicy Biura po wstępnej analizie sprawy zgłaszanej przez konsumenta decydują, czy sprawę można załatwić natychmiast, czy też konieczne jest wszczęcie

postępowania wyjaśniającego i przeprowadzenie mediacji z udziałem dwóch stron zainteresowanych polubownym pozasądowym załatwieniem sprawy.

Jeśli postępowanie wyjaśniające lub mediacja nie doprowadziły do pozytywnego zakończenia sporu pozostaje skierowanie sprawy na drogę postępowania sądowego. Jednak głównym zamierzeniem pracy Rzecznika i jego Biura jest takie prowadzenie sprawy, żeby nie było konieczności kierowania jej do sądu.

Zaobserwowano, iż wśród konsumentów szukających pomocy pokaźną grupę stanowią osoby starsze, samotne, schorowane, które po przedstawieniu swojego problemu (nie zawsze konsumenckiego) kierowane są do odpowiednich instytucji. Rzecznik Konsumentów zaobserwował, iż taka forma pomocy jak mediacja cieszy się zainteresowaniem zarówno konsumentów jak i przedsiębiorców, jako szybka, bezpłatna i przede wszystkim skuteczna.

W roku 2005 pracownicy Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów w formie bezpośredniej (osobistej), telefonicznej, pisemnej, i w formie odpowiedzi na zapytania e-mailowe udzielili porad konsumenckich i informacji prawnych: **OGÓLEM 10218** osobom potrzebującym pomocy prawnej. W tym:

**sprawy i porady wniesione osobiście – 3530,**  
**sprawy przesłane pocztą, e-maile – 1449,**  
**porady i informacje udzielone telefonicznie – 5239.**

*Struktura i ilość udzielonych porad jest szczegółowo zestawiona w Tabeli nr 1 (załącznik do Sprawozdania).*

Większość problemów konsumentów zgłaszanych do Biura było podobnych jak w latach poprzednich, jednak w 2005 r. odnotowano łącznie około 1000 osób, którym udzielono porad w sprawie firm zajmujących się pośrednictwem finansowym (Meritum, Armoplast, Grosik). W następstwie śmierci właściciela firmy Meritum straty finansowe poniosło ok. 700 osób, które zgłosiły się do Biura.

Aktualnie na rynku szczecińskim nadal działa kilka firm, które powstały na bazie systemów argentyńskiego i oferują w nieco zmienionej formie pożyczki gotówkowe.

Zaobserwowano, iż konsumenci którzy już raz skorzystali z pomocy Biura, przychodzą powtórnie niejednokrotnie przyprowadzając swoich bliskich i znajomych. Niektórzy mieszkańcy z sąsiednich powiatów zgłaszają sprawy do Biura Rzecznika w Szczecinie, twierdząc, że jest im wygodniej załatwiać sprawę w Szczecinie i mają większe zaufanie do Biura.

### **3. Występowanie do przedsiębiorców i innych instytucji w sprawie ochrony interesów konsumentów (Tabela nr 2)**

Po zbadaniu sprawy przedstawionej przez konsumenta, Rzecznik występuje do przedsiębiorcy o przedstawienie swojego stanowiska w przedmiotowej sprawie. Przedsiębiorca ma obowiązek ustosunkować się do wezwania Rzecznika, w tym celu określa się 14 dniowy termin na udzielenie odpowiedzi.

W razie stwierdzenia naruszenia powszechnie obowiązujących przepisów prawa z zakresu ochrony praw konsumentów **wzywa się**

**przedsiębiorcę o zaprzestanie** stosowania niezgodnych z prawem praktyk i załatwienie skargi konsumenta zgodnie z jego żądaniem.

W przypadku niedostosowania się do wezwania Rzecznik może zarówno zawiadomić właściwą delegaturę lub centralę UOKiK-u o stosowanych praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w pozostałych przypadkach ma prawo skierować wniosek o ukaranie przedsiębiorcy przez sąd grodzki zgodnie z przepisami kodeksu ds. wykroczeń.

Oprócz naruszeń przepisów prawa nierzadko można było zaobserwować działania przedsiębiorców, które łamały zasady dobrych obyczajów kupieckich. Także w takich przypadkach rzecznik podejmował interwencję na rzecz konsumentów.

W sprawach zawitych i spornych zwracano się do stron z **wnioskiem o polubowne rozstrzygnięcie sporu na drodze mediacji**. Mediacje przeprowadzane były w Biurze Rzecznika.

Taki sposób rozstrzygania sporów stron pozwalał na szybkie pozasądowe zakończenie sprawy. Mediacja kończy się protokołem mediacyjnym podpisywanym przez obie strony. Z takiego rozwiązania sporu zadowolone są obie strony. Niekiedy mediacja odbywała się w mieszkaniu konsumenta – np. w sprawie dotyczącej niewłaściwego montażu okien PCV, reklamacji kuchenki gazowej, paneli podłogowych, itp.

Podobnie jak w latach poprzednich Rzecznik Konsumentów korzystał z różnych form wystąpień do przedsiębiorców jak również na bieżąco zawiadamiał Prokuraturę i Policję o przypadkach podejrzenia popełnienia przestępstw.

Po raz pierwszy skorzystano z możliwości skierowania wniosku o ukaranie przedsiębiorcy do Sądu Rejonowego, z powodu uchylania się od udzielania Rzecznikowi wyjaśnień w sprawie dot. Konsumenta.

Na skutek tego wystąpienia Sąd nałożył na przedsiębiorcę szczecińskiego karę grzywny w wysokości 500 zł.

## **V. Z ciekawszych a zarazem skomplikowanych spraw, które wpływały do Biura Rzecznika w 2005 roku należy wspomnieć o kilku następujących:**

### **a) sprawa sporu konsumentki z Biurem Pośrednictwa Nieruchomości ŻAGIEL**

Konsumentka była zainteresowana kupnem mieszkania, w tym celu zgłosiła się do Biura Pośrednictwa Nieruchomości Żagiel w Szczecinie. Konsumentka zawarła z biurem umowę zlecenia pośrednictwa kupna. Zlecone pośrednictwo według treści umowy miało polegać na wykonywaniu czynności zmierzających do zakupu przez konsumentkę określonej nieruchomości. Za wykonaną usługę Konsumentka miała zapłacić prowizję dla biura w wys. 3 % wartości nieruchomości.

W treści umowy zawarty był zapis, iż w przypadku samodzielnego zawarcia umowy kupna nieruchomości przez Konsumentkę lub bliskie jej osoby, w tym również po wygaśnięciu terminu ważności umowy lub wypowiedzenia zlecenia z kontrahentem wskazanym przez Biuro, konsumentka miała zapłacić ustalone wynagrodzenie oraz **karę umowną w wysokości 5 % wartości nieruchomości**.

Konsumentka wraz z pracownicą Biura oglądała różne ofert, z których wybrała tę spełniającą jej wymagania. Właścicielka wybranego mieszkania nie miała podpisanej umowy z Biurem Nieruchomości, natomiast adres tego mieszkania Biuro zaczerpnęło z prasy.

Z uwagi na fakt, iż właścicielka mieszkania nie była związana z Biurem a samo Biuro nie miało pełnej wiedzy na temat oferowanego mieszkania, Konsumentka spotkała się z właścicielką mieszkania poza Biurem i podjęła decyzje o zakupie mieszkania, nie informując o tym Biura. Przypadkowo Biuro dowiedziało się, iż Konsumentka zakupiła przedmiotowe mieszkanie i wezwało ją na piśmie do zapłaty kwoty 3 % tytułem ceny zakupionego mieszkania oraz 5% tytułem kary umownej za sfinalizowanie transakcji z pominięciem biura.

Ponieważ nie doszło do zawarcia ugody między stronami Biuro Nieruchomości, kierowało przeciwko konsumentce pozew do sądu z żądaniem zapłaty łącznie ok. 15 tys. zł.

W tym miejscu konsumentka zwróciła się z prośbą do Rzecznika o pomoc polegającą na wstąpieniu Rzecznika do trwającego postępowania sądowego. W następstwie tego został wydany wyrok w którym sąd oddalił powództwo Biura Nieruchomości co do żądania zapłaty kary umownej. Powołał się przy tym na treść art. 483 § 1 kc, zgodnie z którym karę umowną można zastrzec jedynie na wypadek niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania niepieniężnego. Zobowiązanie konsumentki było natomiast zobowiązaniem pieniężnym.

Sąd uznał, iż Konsumentka ma zapłacić właścicielce Biura Nieruchomości ustaloną w umowie prowizję za wyszukaną dla niej ofertę mieszkania, zgodnie z treścią umowy.

Należy dodać, iż Konsumentka dążąc do ugody z Biurem chciała zapłacić ustaloną prowizję natomiast nie godziła się na zapłatę kary umownej.

Wydany przez Sąd wyrok w pełni usatysfakcjonował konsumentkę.

#### **b) sprawa oszukania dużej grupy konsumentów przez nieuczciwą firmę Solano Travel organizującą sponsorowane wyjazdy na Teneryfę oraz pośredniczącą w zakupie biletów lotniczych.**

Od sierpnia 2005 r. do Biura Rzecznika Konsumentów zaczęli się zgłaszać poszkodowani przez firmę Solano Travel konsumenci.

Firma Solano Travel wyszukiwała swoich klientów poprzez rozmowy telefoniczne, w których następnie informowała ich o wylosowaniu przez nich promocyjnego wyjazdu tygodniowego do hotelu na Teneryfie. Wygrana dotyczyła samego pobytu, natomiast należało wykupić przelot samolotem. W tym miejscu firma Solano Travel proponowała swoje usługi jako pośrednik w zakupie biletów lotniczych.

Na miejscu w Biurze firmy okazywało się, iż należy uiścić kilkuset złotową opłatę rezerwacyjną i wpłacić z góry całość ceny za bilety lotnicze, nawet jeśli do wyjazdu pozostawało kilka miesięcy.

Po kilku miesiącach od zawarcia umowy, gdy nadchodził czas wyjazdu, konsumenci dowiadawali się telefonicznie, iż firma nie wywiązała się z obowiązku zakupu i dostarczenia biletów lotniczych.

W tej sytuacji pracownicy firmy Solano Travel informowali konsumentów, iż mają ponownie wykupić tym razem sami bilety lub zwrócić się do radcy prawnego firmy. Pełnomocnik firmy potwierdził, iż konsumenci albo kupią sami bilety a firma Solano Travel w nieokreślonej przyszłości zwróci im pieniądze lub mają zrezygnować z wyjazdu, a zwrot wpłaconych środków nastąpi w przyszłości w kilku ratach, wedle możliwości finansowych firmy.

Konsumenci na skutek takiego postępowania firmy Solano Travel stracili nie tylko dużo pieniędzy ale też perspektywę wyjazdu na zagraniczne, atrakcyjne wczasy.

Właściciel firmy Solano Travel zniknął, nie kontaktował się z poszkodowanymi osobami.

W tej sytuacji większość z nich zmuszona była szukać pomocy na Policji i w Prokuraturze.

W tym samym czasie na rynku szczecińskim działało kilka oddziałów firm świadczących takie same usługi (m.in. ALCO, Klub Wakacyjny, Sueno Libre), w efekcie czego liczba poszkodowanych osób rosła.

Należy odnotować, iż w wyniku działalności Rzecznika Konsumentów wyegzekwowano dla konsumentów załatwienie wielu spraw spornych na drodze ugodowej. Przedsiębiorcy często podkreślają, iż znacząca jest dla nich ocena sytuacji przedstawiona przez Rzecznika i jego udział w załatwieniu sprawy.

## **VI. Wytaczanie powództw sądowych na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów.**

Powództwa wytaczane przez Rzecznika na rzecz konsumentów oraz pomoc prawna w zakresie przygotowywania pozwów sądowych wnoszonych indywidualnie przez konsumentów oraz sprzeciwów dla konsumentów – **Tabela nr 3.**

W roku 2005 skupiono się głównie na przygotowaniu dla konsumentów pozwów i pism procesowych dotyczących ich spraw spornych z przedsiębiorcą.

**Ilość powództw wytoczonych przez Rzecznika na rzecz konsumentów wynosiła 8, natomiast w 4 przypadkach Rzecznik wstąpił do toczącego się postępowania.**

W związku z ustawą o kosztach sądowych, która nie zwalnia Rzecznika od obowiązku ponoszenia kosztów sądowych, każdy przypadek rozważany był bardzo dokładnie i w przypadku kiedy uznano, że konsument nie będzie zwolniony z kosztów, proponowano pomoc polegającą na sporządzeniu pozwu i ewentualnie wstąpieniu Rzecznika do już toczącego się sporu.

## **VII. Współdziałanie z właściwymi miejscowo Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, oraz innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.**

Współdziałanie Rzecznika zarówno z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie jak i Delegaturami w Gdańsku, Bydgoszczy, Wrocławiu, Poznaniu jest realizowane na bieżąco poprzez:

1. **stały kontakt** telefoniczny z właściwą miejscowo Delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku oraz z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie (głównie Departament Polityki Konsumenckiej),
2. bieżące informowanie o stwierdzonych przypadkach **naruszania zbiorowego interesu konsumentów**, i tak w 2005 r. Rzecznik złożył:
  - wniosek o wszczęcie postępowania przeciwko Dion Polska, spółka z Wrocławia w sprawie niezgodnego z ustawą o sprzedaży konsumenckiej protokołu reklamacyjnego,
  - wniosek o wszczęcie postępowania w sprawie praktyk firmy KRUK Sp. z o.o. naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
  - zawiadomienie UOKiK w Warszawie w sprawie praktyk związanych z nieprzestrzeganiem przez przedsiębiorcę Media Markt, zapisów ustawy z dnia 27 lipca 2002 r.
  - wniosek do UOKiK w Warszawie w sprawie podwyżki podatku VAT na usługi dostępu do Internetu oraz podwyższenie przez TP SA opłat za usługi ISDN.
3. **informowanie o praktykach niedozwolonych, monopolistycznych** różnych podmiotów gospodarczych na terenie działalności Rzecznika, tj.:
  - firm pośrednictwa finansowego zajmujących się świadczeniem usług pośrednictwa w opłatach rachunków bieżących za cenę 1, 1,5 zł,
  - przedsiębiorców odmawiających przyjmowania reklamacji od konsumentów po 6 miesiącach od wydania towarów i zmuszania tym samym konsumentów do wykonywania płatnych ekspertyz (odzież, telefony komórkowe, sprzęt RTV, itp.),
  - przekazywanie bieżących informacji o pojawieniu się firm działających po wprowadzeniu zakazu (03.08.2004 r.) tworzenia grup konsorcyjnych z udziałem konsumentów,
  - przekazywanie informacji o agresywnej działalności firm wysyłkowych, windykacyjnych,

#### 4. **współpraca Rzecznika z innymi instytucjami:**

Miejski Rzecznik Konsumentów w 2005 r. prowadził stałą współpracę z:

- **Arbitrem Bankowy Panią Katarzyną Marczyńską.**

Współpraca polegała zarówno na kontaktach telefonicznych jak i sygnalizowaniu i przekazywaniu spraw na piśmie do zaopiniowania. Niejednokrotnie w razie wątpliwości Rzecznika co do zasadności sprawy zgłoszonej przez konsumenta, Pani Arbitr Bankowy od razu telefonicznie udzielała informacji na jej temat.

W kilku sprawach konsumenckich, pomoc Arbitra Bankowego umożliwiały pozytywne rozstrzygnięcie sporu między Bankiem a Konsumentem, który to bank wcześniej odmówił Konsumentowi i Rzecznikowi pozytywnego załatwienia sprawy (dot. to Lucas Banku, GE Money Bank ).

- **Biurem Rzecznika Ubezpieczonych, Dyrektor Biura Pani Krystyna Krawczyk,**

W sprawach zawitych z zakresu ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych Rzecznik Konsumentów korzystał z opinii Dyrektora Biura Rzecznika Ubezpieczonych.

Opinie te były pomocne w podejmowaniu dalszych działań na rzecz konsumentów w celu ochrony ich interesów.

- **Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych**

W związku z aktywnym działaniem firm wysyłkowych i windykacyjnych, Rzecznik nawiązał współpracę z GIODO, informując o przypadkach naruszania praw konsumentów do ochrony ich danych osobowych.

- **Inspekcją Handlową w Szczecinie**

Na bieżąco informowano Inspekcję Handlową o skargach konsumentów na nieprawidłowości występujące w placówkach handlowych, prosząc o podjęcie działań kontrolnych.

- **Urzędem Regulacji Telekomunikacji i Poczty**

Urząd Regulacji Telekomunikacji i Poczty interweniował na wniosek Rzecznika do Telekomunikacji Polskiej i innych operatorów telefonicznych w sprawach trudnych, skomplikowanych, wymagających przeprowadzenia postępowania dowodowego. Współpracę należy ocenić jako pomocną dla pracy Rzecznika.

- **Urzędem Regulacji Energetyki**

Od kilku lat Rzecznik współpracuje z URE w spornych sprawach konsumentów dotyczących dostaw energii, gazu i ciepła, które wymagają zarówno wyjaśnienia jak i podjęcia szybkich interwencji.

## **VIII. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym.**

Zadaniem Rzecznika jest stałe podtrzymywanie zainteresowania środków masowego przekazu problematyką konsumencką, co wymaga aktywności rzecznika w kontaktach z dziennikarzami.

Stala współpraca z mediami jest jedną z form rozpowszechniania przez Rzecznika wiedzy konsumenckiej i kształtowania w tym zakresie świadomości mieszkańców Szczecina i okolic. Dziennikarze gazet lokalnych często zwracają się do Rzecznika o przedstawienie swojego stanowiska w sprawach konsumenckich, bądź proszą o komentarz do wydarzeń o charakterze społecznym.



**Rzecznik prowadzi szeroko zakrojoną działalność o charakterze edukacyjno – informacyjnym poprzez:**

1. stałą cotygodniową audycję w Polskim Radiu Szczecin ( środa godz. 20.00) pt. **” Pomóc sobie, Pomóc innym – kącik konsumenta”**, w którym na bieżąco Rzecznik informuje o problemach konsumentów i jak sobie z nimi radzić
2. stałe cotygodniowe pisanie artykułów o tematyce konsumenckiej do tygodnika **Szczeciński Punkt Widzenia**.
3. rzecznik na bieżąco współpracuje z **Telewizją Polską Oddział w Szczecinie** ( udział w programie **„Wokół nas”, Kronika Szczecińska, Kątem Oka**) oraz z **Telewizją GRYF**.
4. ponadto inni redaktorzy radiowi (**Radio PLUS, Radio RMF, ZET, PSR...**) utrzymują stały kontakt z Rzecznikiem w sytuacji kiedy potrzebne jest skomentowanie pewnych zdarzeń, problemów konsumenckich lub przypomnienie słuchaczom o przysługujących im uprawnieniach.
5. dodatkowo Rzecznik sygnalizuje dziennikarzom, jakie problemy wymagają ich interwencji, co ma zarówno pomóc w załatwieniu indywidualnej sprawy konsumenta jak i ostrzeżeniu innych konsumentów przed popełnieniem błędu. Wszelkie zmiany przepisów w prawie służącym konsumentom są przekazywane szerokiej grupie odbiorców za pośrednictwem lokalnych mediów.
6. rzecznik kilkakrotnie w ciągu minionego roku był poproszony do udziału w różnych programach, m. in. **„Pytanie na śniadanie”** (Program 2 TVP), **„Gość Trójki”** (TVP 3), jak również proszono o komentarze dla telewizji **POLSAT i TVN program UWAGA**.
7. porady prawne i informacje konsumenckie redagowane przez Rzecznika zamieszczane są również w gazetce Biura Obsługi Interesantów.
8. stała współpraca Rzecznika z **prasą lokalną (Kurier Szczeciński, Głos Szczeciński, Gazeta Wyborcza, Punkt Widzenia, Obserwator Zachodniopomorski)** i **prasą o zasięgu krajowym, w tym Gazeta Prawna, Życie Warszawy, Fakt, Super Express, Rzeczpospolita itp.** polega m.in. na udzielaniu wypowiedzi będących komentarzem do problemów zgłaszanych przez czytelników danej gazety, na udzielaniu wywiadów, w których przedstawiane i omawiane są bieżące i nowe przepisy prawa konsumenckiego.

Rzecznik Konsumentów bierze udział w dyżurach telefonicznych organizowanych przez prasę lokalną, w którym to programie na gorąco odpowiada na telefony czytelników. Tematyka takich dyżurów jest związana z prawami konsumentów i obowiązkami przedsiębiorców.

### **Działalność edukacyjna wśród dzieci, młodzieży i przedsiębiorców.**

Nadal prowadzona jest na szeroką skalę edukacja w szkołach gimnazjalnych, średnich, wśród studentów oraz miejscowych przedsiębiorców.

Inicjowanie tych spotkań odbywa się zarówno przez Rzecznika jak i strony zainteresowane.

Podczas spotkań Rzecznik wykorzystuje zarówno materiały edukacyjne własne jak i otrzymywane z UOKiK-u. Efektem tych spotkań są prośby o kolejne szkolenia, jak również pisemne podziękowania dla Rzecznika i pracowników.

### **Rzecznik Konsumentów brał udział w różnego typu konferencjach i szkoleniach, tak jak.:**

- konferencja zorganizowana w Warszawie przez Urząd Regulacji Energetyki dla sektora energetycznego (kwiecień 2005 r.),
- ogólnopolskie forum w Łodzi na temat bezpieczeństwa dziecka jako konsumenta (11.10.2005 r.), zorganizowane przez Polski Komitet Normalizacyjny pod patronatem Prezydenta Miasta Łodzi.
- Dwa spotkania w Warszawie członków rady ds.. Dobrych Praktyk Gospodarczych (17.03.2005 r. i 01.12.2005 r.),
- spotkanie z przedsiębiorcami lokalnymi pt. „Rozmowy o dobrym biznesie” pod patronatem Telekomunikacji Polskiej SA,
- udział w spotkaniach organizowanych przez TP SA,
- udział w konferencjach prasowych organizowanych przez UOKiK Warszawa,
- udział w szkoleniach organizowanych przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich w Warszawie,

### **Spotkania i konferencje organizowane z inicjatywy Rzecznika**

- Konferencja Prasowa z udziałem Pani Prezydent Anny Nowak z okazji **Światowego Dnia Konsumenta**, która odbyła się 11 marca 2005 r. w UM Szczecin.
- Rzecznik Konsumentów był organizatorem **X Ogólnopolskiego Spotkania Rzeczników Konsumentów oraz Dyrektorów Delegatur Urzędów Ochrony Konkurencji i Konsumentów**, które odbyło się w Szczecinie w dniach 19- 20 maja 2005 r. tematem przewodnim spotkania była „Ustawa o sprzedaży konsumenckiej – problemy z praktycznym jej stosowaniem w życiu codziennym”.

Gościem specjalnym Spotkania był Jarosław Król – Wiceprezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie.

Ponadto w spotkaniu jako prelegenci uczestniczyli: Pan Jacek Herde, Dyrektor Departamentu Polityki Konsumenckiej UOKiK w Warszawie, Pani mecenas Sybilla Graczyk z Stowarzyszenia Konsumentów Polskich Warszawa, przedstawiciele Inspekcji Handlowej w Szczecinie.

Oficjalne otwarcie spotkania nastąpiło przez Panią Wiceprezydent Annę Nowak.

## **IX. Podsumowanie i wnioski końcowe**

### **Rok 2005 był kolejnym 6 rokiem pracy Rzecznika, który przyniósł m.in. :**

1. Wzrost ilości udzielonych porad i informacji prawnych o **ok. 4000 spraw**, czyli z pomocy Rzecznika i jego Biura skorzystało **ponad 10000 tys. osób**, stanowi wzrost o ok. 60 %. Udzielenie pomocy prawnej tak dużej liczbie mieszkańców możliwe było dzięki zrozumieniu władz miasta Szczecina, co skutkowało zatrudnieniem odpowiedniej ilości pracowników do Biura Rzecznika (5 etatów), jak również odpowiedniemu wyposażeniu w sprzęt Biura.
2. w efekcie dużej skuteczności pracy Rzecznika i jego Biura, konsumenci wyrażają swoje zadowolenie poprzez pisemne, telefoniczne podziękowania a Biuro Rzecznika w Szczecinie jest stawiane jako wzór przez władze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie. Konsumenci podkreślają kompetencje zatrudnionych pracowników, zajmujących się sprawą, życzliwy i przyjazny sposób ich obsługi, co ma istotny wpływ na tworzenie dobrego wizerunku Urzędu Miasta.

Działania podejmowane w roku 2005 miały na celu zarówno udzielenie doraźnej pomocy w indywidualnej sprawie jak również eliminowanie niekorzystnych zjawisk, jakie występują w mieście w relacjach konsument-przedsiębiorca. Zaobserwowano korzystne zjawisko, polegające na zgłaszaniu się przedsiębiorców do Rzecznika z wnioskiem o pomoc w rozstrzygnięciu sporu.

Nadal jednak w codziennej pracy obserwujemy problemy związane z praktycznym stosowaniem obowiązujących przepisów konsumenckich, w tym głównie ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego. Konieczność wprowadzenia zmian w treści ustawy dostrzegają wszyscy, którzy są zobowiązani do jej stosowania i przestrzegania.

Na konferencji majowej zorganizowanej przez Rzecznika został przedstawiony projekt koniecznych zmian w treści ustawy, który dalej miał być przekazany za pośrednictwem UOKiK do odpowiednich komisji sejmowych.

W roku 2006 kontynuowane będą dotychczas przyjęte, stosowane i sprawdzone formy pomocy konsumentom. Ograniczona zostanie tylko pomoc Rzecznika konsumentom w kierowaniu w ich imieniu pozwów do sądów powszechnym, co jest spowodowane zmianą przepisów ustawy o kosztach sądowych. Szczególną uwagę Rzecznik Konsumentów nadal będzie poświęcał w zwalczaniu wszelkich przejawów praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### **Sporządził:**

**Miejski Rzecznik Konsumentów  
Longina Kaczmarek**

Szczecin, luty 2006 r.

Załączniki: Tabela nr 1, Tabela nr 2, Tabela nr 3,