

**ZARZĄDZENIE NR 9/2015  
STAROSTY NOWOSĄDECKIEGO**

z dnia 30 marca 2015 r.

**w sprawie zatwierdzenia Sprawozdania z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za rok 2014.**

Na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015, poz. 184, z późn. zm.) zarządzam, co następuje:

§ 1. Zatwierdzam Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za rok 2014, stanowiące załącznik do niniejszego zarządzenia.

§ 2. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

Starosta Nowosądecki

  
**Marek Pławiak**

## **Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za rok 2014**

Stanowisko pracy Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Starostwie Powiatowym w Nowym Sączu jest stanowiskiem samodzielnym i podlegającym bezpośrednio Staroście Nowosądeckiemu. Wymiar czasu pracy Rzecznika to ½ etatu. Wszystkie czynności o charakterze kancelaryjno-biurowym, niezbędne w realizacji zadań Rzecznik wykonuje osobiście – w okresie od 09.03.2014 r. do 09.03.2015 r. Rzecznik w tym zakresie był wspierany przez stażystę.

Zgodnie z ustawą z dnia 16 lutego 2007r o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015, poz. 184, z późn. zm.) do zadań rzecznika należy:

- 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) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- 4) współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- 5) wykonywanie innych zadań określonych w ustawach odrębnych.

Do obowiązków Rzecznika należy również przedkładanie, w terminie do dnia 31 marca każdego roku, rocznego sprawozdania ze swojej działalności, Staroście do zatwierdzenia oraz właściwej miejscowo delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Na przestrzeni 2014 roku zaobserwowano dalszy wzrost aktywności konsumenckiej mieszkańców Powiatu Nowosądeckiego, który skutkowało ok 20% wzrostem ilości spraw realizowanych przez tut. Rzecznika, w porównaniu do roku poprzedniego. Utrzymująca się w tym zakresie tendencja wzrostowa wynika zarówno z rosnącej świadomości konsumentów w zakresie swoich praw, jak i - co jest niepokojącym zjawiskiem rosnącej liczby przypadków stosowania przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych ograniczających prawa konsumenckie i zniekształcających zachowania rynkowe konsumentów. Te negatywne zjawiska w połączeniu z zauważalnym spadkiem jakości towarów i usług dostępnych na rynku oraz cały czas niewystarczającym poziomem świadomości konsumenckiej naszych mieszkańców z pewnością wpłyną na utrzymanie się w najbliższych latach tej tendencji. W trakcie realizacji swoich obowiązków Rzecznik szczególną uwagę przywiązywał do kwestii edukacyjnych, każdorazowo informując konsumentów o przepisach regulujących dany obszar działalności i wskazując zarówno prawa, jak i obowiązki konsumenta w tym zakresie. Udzielając pomocy konsumentom Rzecznik starał się ocenić i wskazać realne możliwości korzystnego dla konsumenta załatwienia sprawy. Analizował każdą sprawę indywidualnie, dążąc do ugodowego rozstrzygnięcia sporów z przedsiębiorcami.

## **Realizacja zadań wynikająca z ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów.**

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

W okresie sprawozdawczym zarejestrowano ogółem 1025 udzielonych porad konsumenckich, z których 159 zakończyło się wszczęciem postępowania konsumenckiego i skierowaniem wystąpień do przedsiębiorców (część wystąpień dotyczyła sporów przedsiębiorców z więcej niż jednym konsumentem). Na ogólną liczbę 1025 porad 216 wpłynęło w formie pisemnej i zostało zarejestrowanych jednolitym rzeczowym wykazie akt. Praktycznie w każdej z wniesionych w tym trybie spraw po wstępnej weryfikacji informacji lub informacji i dokumentów stwierdzono znaczne prawdopodobieństwo naruszenia praw konsumenckich.

Zadania w zakresie poradnictwa załatwiane były w zależności od formy wniesienia porady i wagi problemu: niektóre na miejscu poprzez udzielenie konkretnej porady lub pomocy w sformułowaniu zgłoszenia reklamacyjnego, pisma z wezwaniem do realizacji żądania reklamacyjnego lub oświadczenia o odstąpieniu od umowy, inne poprzez przeprowadzenie rozmowy telefonicznej z przedsiębiorcą dotyczącej ustalenia przedmiotu sporu i sposobu jego rozstrzygnięcia, jeszcze inne poprzez wymianę korespondencji.

Pozostałe 089 porad zostało zgłoszone w formie telefonicznej (ok. 76%), ustnie w czasie wizyty u Rzecznika (ok. 16%) lub za pośrednictwem poczty elektronicznej (ok. 8%). Porady te zostały zarejestrowane w prowadzonym w formie elektronicznej rejestrze porad.

Tematyka spraw, z jakimi zgłaszali się konsumenci do Rzecznika była różnorodna.

Zdecydowana większość porad i interwencji dotyczyła sprzedaży artykułów przemysłowych, produktów i różnego rodzaju usług – ponad 99%. Pozostałe porady dotyczyły spraw, w których stwierdzono brak możliwości zastosowania przepisów konsumenckich albo z powodu uczestniczenia w sporze dwóch przedsiębiorców, albo z powodu konieczności zastosowania przepisów prawa administracyjnego.

Tradycyjnie większość problemów dotyczyła trudności w wyegzekwowaniu uprawnień konsumentów z tytułu niezgodności towaru z umową lub z tytułu gwarancji.

W tej grupie porad tradycyjnie przeważały w sprawy dotyczące reklamacji obuwia i odzieży i galanterii – 306 porad, przy 266 poradach w roku 2013. Głównym powodem skarg konsumentów był brak uznawania przez sprzedawców obuwia uzasadnionych żądań reklamacyjnych wynikających z niskiej jakości oferowanego przez nich towaru. Najbardziej powszechną formą było oddalanie roszczeń konsumentów na podstawie opinii sprzedawców lub rzeczoznawców powoływanych i opłacanych przez sprzedawców, w których winę za niezgodność towaru z umową przypisywano konsumentom. Przyczyną oddalania reklamacji najczęściej było stwierdzenie uszkodzeń mechanicznych lub braku przestrzegania zasad użytkowania i konserwacji. Sprzedawcy często uchylali się od wymiany towaru na nowy i od zwrotu gotówki.

Zauważono także utrzymujący się przyrost ilości porad związanych z reklamacją sprzętu RTV i AGD, w tym szczególnie elektronicznych urządzeń multimedialnych (telefonów komórkowych, smartfonów, tabletów) – 92 porady i sprzętu komputerowego – 20 porad oraz powtarzający problem dotyczący realizowanego trybu reklamacji (*unikanie przez sprzedawców przyjęcia na siebie odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową, nakłanianie konsumentów do składania reklamacji z tytułu gwarancji, wielokrotne nieskuteczne naprawianie urządzeń i uchylanie się od ich wymiany*).

Zwiększyła się także ilość porad dotyczących reklamacji zakupionych materiałów budowlanych, mebli, systemów grzewczych i innych elementów wyposażenia mieszkania (domu) – 58 porad. W tej grupie skarg dużym problemem, podobnie jak w przypadku zakupu sprzętu elektronicznego, było unikanie przez sprzedawców przyjęcia na siebie odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową i przerwianie roszczeń konsumentów na gwaranta. W przypadku zakupu materiałów budowlanych częstą praktyką sprzedawców było przysyłanie zgłoszeń reklamacyjnych do gwaranta/producenta, pomimo braku wydania dokumentu gwarancyjnego kupującemu, co uniemożliwiało skuteczną realizację roszczeń reklamacyjnych i znacznie przeciągało postępowanie. Ponadto sprzedawcy uchylali się od wymiany

wadliwego towaru oraz od pokrycia kosztów związanych z przywróceniem zamontowanego towaru do stanu zgodności z umową (demontaż i montaż).

Podsumowując: W tym obszarze konsumenci skarżyli się głównie na oddalanie reklamacji z winy użytkownika, odrzucanie żądań reklamacyjnych, uchylanie się sprzedawców i gwarantów od wymiany towaru na nowy lub zwrotu gotówki, unikanie przez sprzedawców odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową i przenoszenie roszczeń reklamacyjnych na gwarantów, obciążanie konsumentów kosztami napraw gwarancyjnych, przewlekłość postępowania reklamacyjnego i utrudnianie dochodzenia roszczeń.

Główną przyczyną i źródłem skarg podobnie jak w latach poprzednich była niska jakość towarów przemysłowych. Słaba jakość z reguły nie pozwalała na bezproblemowe użytkowanie produktów dłużej niż kilka miesięcy (rzadko dłużej niż 6 miesięcy). Produkty o takim okresie użytkowania były przedmiotem największej liczby reklamacji, które z kolei były oddalane przez sprzedawców chcących odpowiedzialność za ich niską jakość przerzucić na konsumentów.

Wśród przedsiębiorców w dalszym ciągu daje się zauważyć niską znajomość ustawy o sprzedaży konsumenckiej, stronnicze interpretowanie jej przepisów oraz nagminne mylenie gwarancji z rękojmią z tytułu niezgodności towaru z umową i wynikające z tego błędne informowanie klientów o ich uprawnieniach w tym zakresie.

Następną istotną kategorię spraw pod względem liczebności stanowiły skargi konsumentów dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość, regulowanych przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W grupie porad dotyczących umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa bardzo niepokojących i przybierającym na sile zjawiskiem były w dalszym ciągu liczne skargi mieszkańców powiatu na działania przedsiębiorców niosące znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych, w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Te nieuczciwe praktyki były w zdecydowanej większości stosowane przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (*świadome wprowadzanie konsumenta w błąd przez przedstawicieli firm telekomunikacyjnych „New-Telekom”, „Tel. Novum”, „Tel. NOM” poprzez podawanie się za pracowników „Orange”, brak przedstawienia oferty operatora, brak pozostawienia kopii umowy i wypełnienia ustawowych obowiązków w zakresie pouczenia konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy oraz unikanie odpowiedzi na telefony i pisma reklamacyjne, brak uznawania oświadczeń o odstąpieniu od umowy, zawyżanie rachunków telefonicznych, naliczanie nieuzasadnionych kar umownych*) oraz firm trudniących się tzw. sprzedażą bezpośrednią w trakcie pokazów (*wyłudzanie podpisów zapraszanych na pokazy osób starszych pod pretekstem potwierdzenia odbioru wylosowanej nagrody, brak wręczania dokumentacji umownej, brak informacji o kosztach kredytu, fałszowanie danych o dochodach kupującego na wniosku kredytowym, utrudnianie odstąpienia od umowy*). W 2014 r. zarejestrowano 49 skarg dotyczących umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa – w tabelarycznym zestawieniu porad zostały one włączone do ogółu porad dotyczących usług telekomunikacyjnych. Utrzymał się znaczny udział porad dotyczących umów sprzedaży zawieranych na pokazach i prezentacjach (44 porady) – w dalszym ciągu ofiarami nieuczciwych praktyk rynkowych przy zawieraniu tego rodzaju umów padają głównie ludzie starsi). W tej grupie natomiast bardzo wzrosła ilość skarg na działalność firm z branży energetycznej (29 porad). W ramach udzielanych porad pomagano konsumentom formułować oświadczenia o odstąpieniu od umowy i edukowano w zakresie znajomości przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

W grupie spraw dotyczących zawierania umów na odległość najwięcej porad udzielono konsumentom skarżącym się na działalność firm telekomunikacyjnych - 72 porady, co stanowi znaczny wzrost w stosunku do roku poprzedniego (w tabelarycznym zestawieniu porad zostały one włączone do ogółu porad dotyczących usług telekomunikacyjnych). Najczęstszą przyczyną skarg było uporczywe nakłanianie klientów przez konsultantów telefonicznych operatorów usług do zawierania nowych umów lub aneksowania starych, brak zrozumienia treści oferty przekazanej telefonicznie, rozbieżności pomiędzy treścią i ceną oferty przekazanej telefonicznie, a zawartą w pisemnym jej potwierdzeniu,

ograniczanie prawa do odstąpienia od umowy. Kolejna, coraz liczniejsza grupa skarg dotyczyła umów zawieranych za pośrednictwem Internetu - 70 porad. Skargi dotyczyły przedsiębiorców, którzy ograniczali prawa konsumenckie na etapie odstąpienia od umowy i zwrotu towaru, dostarczali towar niezgodny z ofertą zamieszczoną w Internecie lub utrudniali realizację postępowania reklamacyjnego. W dalszym ciągu spada ilość skarg na serwisy internetowe działające z wykorzystaniem podobnych metod jak serwis „Pobieraczek.pl” czy „Plikostrada” (13 porad). Pozostałe 12 porad dotyczyło skarg na działalność firm, które po rozmowie telefonicznej (w trakcie tej rozmowy miało dojść do zawarcia umowy abonamentowej) dostarczały zwykłą przesyłką w formie „gratisów” bieliznę lub inne drobne towary o niewielkiej wartości, po czym przesyłały klientom fakturę obciążającą ich kosztami przesyłki z informacją o zawartej umowie. W ramach porad udzielano pomocy w sporządzeniu oświadczeń o odstąpieniu od umowy.

Kolejną liczną grupę skarg konsumentów (w znacznej części opisaną przy umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość – 121 porad), w której odnotowano wzrost porad są skargi na działalność przedsiębiorców w sferze usług telekomunikacyjnych – łącznie 214 porad. Pozostała część tych skarg (93 skargi) dotyczy realizacji umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych w salonach sprzedaży (telefonii stacjonarnej, komórkowej, internetowej, telewizji cyfrowej, Internetu przewodowy i mobilny), w tym zawyżania rachunków, przerw lub braków świadczeniu usług, braku realizacji dyspozycji aktywacji lub dezaktywacji usług, braku uznawania roszczeń reklamacyjnych oraz nierzetelnej informacji o ofercie przekazywanej konsumentom na etapie zawierania umów terminowych w promocji (nowa umowa lub kontynuacja), z których wynika błędne przeświadczenie konsumentów o możliwości aktywacji jednocześnie kilku pakietów promocyjnych lub o automatycznym włączeniu pakietów promocyjnych przez operatora, co skutkowało wyższymi opłatami za połączenia.

Jeżeli chodzi o porady dotyczące szeroko pojętych usług finansowych, to w roku 2014 odnotowano znaczny wzrost skarg konsumenckich na usługi finansowe świadczone przez banki (57 porad). W przypadku usług bankowych najczęściej skarg konsumentów kierowali pod adresem banków oferujących skomplikowane produkty ubezpieczeniowe z funduszami kapitałowymi (26 porad) – przy sprzedaży tych produktów bank występował w roli oferującego produkt i ubezpieczającego. Skargi dotyczyły wprowadzania konsumentów w błąd poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych przez pracowników banków (głównie Getin Banku), wyniku których nieświadomie przystępowali oni do tych produktów – w ramach poradnictwa udzielano pomocy w sformułowaniu oświadczeń konsumentów o zawarciu umowy pod wpływem błędu i edukowano w zakresie zasad obowiązujących przy zawieraniu tego rodzaju umów. Nieznacznie wzrosła ilość skarg na działalność parabanków – 6 porad. Pozostałe porady dotyczyły skarg konsumentów na jakość świadczonych usług bankowych (25 porad) Skargi dotyczyły głównie nierzetelnego przedstawiania oferty kredytowej w zakresie wszystkich kosztów kredytu, ubezpieczenia kredytu, nieuzasadnionego naliczania odsetek karnych i opłat za monity, braku zgody na konsolidację lub restrukturyzację zadłużenia oraz kosztów i opłat związanych z prowadzeniem rachunków bankowych. Pomoc rzeczownika w tym zakresie polegała na sporządzaniu projektów pism reklamacyjnych i edukowaniu w zakresie znajomości przepisów ustawy o kredycie konsumenckim i prawa bankowego.

W przypadku usług ubezpieczeniowych (16 porad), skargi dotyczyły odmowy wypłaty odszkodowania (ubezpieczenie zakupionego towaru – 5 porad, ubezpieczenia komunikacyjne – 4 porady, a także zaniżania kwoty odszkodowań komunikacyjnych – 3 porady, wypowiedzenia umów ubezpieczenia OC – 2 porady, nieuzasadnionego zawyżenia składki ubezpieczenia OC oraz sprzedaży ubezpieczeniowego produktu z funduszami kapitałowymi przez towarzystwo ubezpieczeniowe.

Pozostałe porady dotyczyły skarg konsumentów związanych w szczególności z:

- Nienależycie wykonanymi usługami budowlanymi – 29 porad,
- Dostawami energii elektrycznej, gaz, wody i nieczystości – 21 porad
- Nienależycie wykonanymi usługami motoryzacyjnymi – 9 porad,
- Działalnością firm windykacyjnych (ściąганie należności spornych lub przedawnionych) – 6 porad,

- Reklamacją usług turystycznych i hotelarskich – 5 porad,
- Usługami w zakresie pośrednictwa nieruchomości (terminy wypowiedzenia umów, niedozwolone klauzule umowne) – 4 porady,
- Usługami przewozowymi – 3 porady,
- Usługami edukacyjnymi – 3 porady.

Szczegółową strukturę udzielonych porad ilustruje poniższa tabela:

**Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.**

Porady:	Ogółem: 1025
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>374</b>
ubezpieczeniowa	16
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	57
remontowo-budowlana	29
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	21
telekomunikacja (telefony, TV)	214 (w tym 121 umowy poza lokalem i na odległość)
turystyczno-hotelarska	5
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	4
motoryzacja	9
pralnicza	2
timeshare	0
pocztowa	0
gastronomiczna	0
przewozowa	3
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	3
medyczna	2
wyposażenie wnętrz	0
pogrzebowa	1
windykacyjne	6
inne	2
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>483</b>
obuwie i odzież	306
wyposażenie mieszkania	58
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	92
komputer i akcesoria komputerowe	20
motoryzacja	4
artykuły spożywcze	0
artykuły chemiczne i kosmetyki	0
zabawki	1
inne	2
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>168 (bez usług telekomunikacyjnych)</b>

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

W 159 przypadkach (wszystkie zarejestrowane w jednolitym rzeczowym wykazie akt) załatwienie sprawy konsumentkiej nie zakończyło się poradą, lecz wymagało bezpośredniej interwencji u przedsiębiorcy poprzez skierowanie wystąpienia z wezwaniem do złożenia wyjaśnień, ustosunkowania się do zarzutów, realizacji uzasadnionych roszczeń konsumenta, przyjęcia oświadczenia woli konsumenta, odstąpienia od roszczeń w stosunku do konsumenta, zwrotu zapłaty za towar, zaprzestania stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, przyjęcia towaru do ponownej reklamacji, przywrócenia unieważnionej gwarancji.

Wystąpienia Rzecznika w zdecydowanej większości wzmacniały roszczenia konsumenta, które wcześniej zostały poddane weryfikacji w zakresie ich zasadności i istnienia rzetelnej podstawy formalno-prawnej ich dochodzenia. Dlatego też – przy braku kompletnej informacji lub dokumentacji opisującej daną sprawę, pierwsze wystąpienie do przedsiębiorcy miało charakter wezwania do złożenia wyjaśnień i uzupełnienia danych. W wielu sprawach pozytywne rozstrzygnięcie sporu dla konsumenta uzyskano po dwóch lub więcej wystąpieniach. W każdym z tych wystąpień wskazywano podstawę prawną naruszenia praw konsumenta, a sytuacjach które tego wymagały brak realizacji uzasadnionych roszczeń konsumenta sankcjonowano skierowaniem sprawy na drogę sądową. W trakcie realizacji postępowań konsumentkich dochodziło także do bezpośrednich spotkań z przedsiębiorcami, w trakcie których ustalano wspólną interpretację przepisów dotyczących danej sprawy i wskazywano możliwości polubownego rozstrzygnięcia sporu. Działania Rzecznika podejmowane w trakcie realizacji postępowań konsumentkich przyniosły pozytywny efekt w postaci przychylenia się przedsiębiorcy do roszczeń konsumenta w ok. 64% przypadków (od ogólnej liczby wystąpień odjęto sprawy w toku).

Występowanie do przedsiębiorców spełniało także rolę edukacyjną – bowiem dokonując analizy konkretnego przypadku rzecznik wskazywał przedsiębiorcy właściwy sposób postępowania w stosunkach z konsumentami.

Przedmiot wystąpień ilustruje poniższa tabela:

**Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.**

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>36</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>7</b>
Ubezpieczeniowa	1	1	0	0
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	4	2	1	1
remontowo-budowlana	2	0	0	2
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	1	1	0	0
telekomunikacja - telefon, TV (w tym umowy poza lokalem i na odległość)	23 (13)	10 (5)	12 (8)	1
turystyczno-hotelarska	1	0	1	0
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	0	0	0	0
Motoryzacja	1	0	0	1
Pralnicza	0	0	0	0
Timeshare	0	0	0	0
Pocztowa	0	0	0	0
Gastronomiczna	0	0	0	0

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
Przewozowa	1	0	0	1
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	1	1	0	0
Medyczna	1	1	0	0
wyposażenie wnętrz	0	0	0	0
Pogrzebowa	0	0	0	0
Windykacyjne	0	0	0	0
Inne	0	0	0	0
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>112</b>	<b>71</b>	<b>35</b>	<b>6</b>
obuwie i odzież	74	50	22	2
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	16	9	6	1
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	15	8	5	2
komputer i akcesoria komputerowe	3	1	2	0
Motoryzacja	1	1	0	0
artykuły spożywcze	1	1	0	0
artykuły chemiczne i kosmetyki	0	0	0	0
Zabawki	1	0	0	1
Inne	1	1	0	0
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość (bez usług telekomunikacyjnych)</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

Tabela nr 3: Podstawy formalno-prawne wystąpień.

L.p.	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość wystąpień:
1.	Art. 479 (38) Kpc - niedozwolone postanowienia umowne	24
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	69
3.	Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym	0
4.	Art. 42 ust.1 pkt 3uokik – występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów	156
5.	Art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc - przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy	0



### 3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczącego się postępowania.

Na przestrzeni 2014 r. nie wnoszono pozwów do sądu na rzecz konsumentów przeciwko przedsiębiorcom. Nie odnotowano także przypadków wstąpienia do postępowania sądowego po stronie konsumenta. W ramach poradnictwa sporządzono 4 pisma sądowe do samodzielnego wniesienia przez konsumentów w sprawach sprzeciwu od nakazu zapłaty, a także przygotowano projekty 11 pozwów sądowych do wniesienia przez konsumentów w sprawach o reklamację towarów i usług.

Brak udziału Rzecznika w sprawach sądowych wynikał z niewystarczającego materiału dowodowego, zgromadzonego przez konsumentów, a także z braku możliwości czasowych oraz techniczno-organizacyjnych do prowadzenia tego zakresu zadań.

**Tabela nr 4: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.**

Ip.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość ogółem
		Pozytywne	negatywne		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	0	0	0	0
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	0	0	0	0
3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	0	0	0	0
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów *	-----	-----	-----	5
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług **	-----	-----	-----	6
6.	Inne	0	0	0	0
<b>RAZEM</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	0	0	0	0
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	0	0	0	0

#### **4. Współdziałanie.**

W 2014r. współdziałano z Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej Delegatura w Nowym Sączu, poprzez sygnalizowanie przypadków stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych przez przedsiębiorców, z Nowosądeckim Oddziałem Federacji Konsumentów w zakresie wymiany doświadczeń i poradnictwa konsumenckiego w dziedzinie wyrobów obuwniczych, skórzanych i materiałoznawstwa oraz z Miejskim Rzecznikiem Konsumentów w Nowym Sączu w zakresie przyjęcia wspólnych metod działania w sprawach dotyczących stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych wobec mieszkańców Powiatu Nowosądeckiego i Miasta Nowego Sącza.

W ramach współdziałania z Federacją Konsumentów skierowano ponad 80 konsumentów z terenu Powiatu Nowosądeckiego do dyżurujących w Oddziale Federacji Konsumentów rzeczoznawców w celu uzyskania bezpłatnych opinii. Dokonano także wymiany materiałów edukacyjnych oraz omówiono zarówno najczęstsze, jak i nietypowe przypadki spraw konsumenckich.

Uczestniczono w szkoleniach dla rzeczników zorganizowanych przez Federację Konsumentów i Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów.

#### **5. Działalność edukacyjno - informacyjna.**

Podjęto współpracę z lokalnymi mediami. Prezentowano w nich problemy o tematyce konsumenckiej, w tym informacje o zmianie przepisów konsumenckich. Edukowano również konsumentów oraz przedsiębiorców w tym zakresie udzielając stosownych informacji oraz przekazując im materiały informacyjne:

- Przewodnik UOKiK „Życie w kredycie”.
- Biuletyn UOKiK „Vademecum Konsumenta”.
- Biuletyn UOKiK „Przepisy konsumenckie dla przedsiębiorców”.
- „Nie daj się nabrać. Sprawdź zanim podpiszesz” – zasady bezpiecznych pożyczek i inwestycji – kampania informacyjna BFG, KNF, MF, MS, NBP, Policji i UOKiK,
- „Świadomy konsument energii elektrycznej” – Federacja Konsumentów, patronat Urzędu Regulacji Energetyki,