

Dzisiaj święto konsumentów

Z Dorotą Karczewską - Wiceprezes UOKiK - rozmawia Piotr Mazurkiewicz.

Rozmowa została opublikowana na stronie internetowej dziennika [Rzeczpospolita](#).

Jak wyglądał 2015 r. jeśli chodzi o liczbę konsumentów, zainteresowanych dochodzeniem swoich roszczeń?

W 2015 roku otrzymaliśmy blisko 6,5 tys. zawiadomień i skarg od konsumentów. Znalazły się wśród nich sygnały, które dały podstawę do wszczęcia postępowań, ale również sprawy indywidualne - np. prośby o pomoc w sporze z przedsiębiorcą. Konsumenty informowali nas między innymi o nieprzestrzeganiu przepisów ustawy o prawach konsumenta, dlatego w tym roku zamierzamy sprawdzić, jak przedsiębiorcy wywiązują się z nałożonych nań obowiązków.

Patrząc z perspektywy funkcjonowania systemu ochrony konsumentów, w którym to UOKiK stanowi filar odpowiedzialny za ochronę zbiorowych interesów konsumentów, widzimy, że konieczne jest ulepszenie jego drugiego aspektu - ochrony indywidualnych interesów konsumentów, tak aby konsument szukający rozwiązania swojej sprawy, wiedział, która instytucja może mu pomóc. Efektywne zarządzanie napływającymi sygnałami w taki sposób, aby żaden konsument nie pozostał bez należynej mu pomocy i otrzymał kompleksową odpowiedź w ramach spójnego systemu, to wyzwanie, które chcemy zainicjować w tym roku.

Obecnie w UOKiK przykładamy szczególną wagę do wzmacniania współpracy w ramach Sieci Ochrony Konsumentów. Polega to na tym, że instytucje zajmujące się ochroną słabszych uczestników rynku intensyfikują wymianę informacji i współpracują ze sobą. Efekt? Szybka reakcja na niepokojące zjawiska przy wykorzystaniu kompetencji i potencjału różnych instytucji chroniących interesy konsumentów. Jako przykład mogę wymienić rozpoczętą w ubiegłym roku wspólną akcję 12 instytucji w sprawie suplementów diety, czy sprawę manipulowania wskaźnikami emisji spalin przez jednego z producentów samochodów, kiedy to współpracujemy z m.in. Transportowym Dozorem Technicznym, czy Ministerstwem Środowiska.

Czy alternatywne metody rozwiązywania sporów tzw. ADR, mogą udroźnić system skarg?

Przewidujemy, że w maju rozpoczną się prace w Sejmie dotyczące projektu ustawy o pozasądowym rozpatrywaniu sporów konsumenckich. Celem ustawy jest zapewnienie konsumentom dostępu do szybkiego, taniego i prostego sposobu rozwiązania sporu. Aby to osiągnąć, niezbędna jest chęć współdziałania ze strony przedsiębiorców. W ostatecznym rozrachunku takie współdziałanie będzie korzystne dla danej firmy, ponieważ zyska ona zaufanie klientów, co przełoży się na jej dobrą reputację, a także pozwoli przedsiębiorcy uniknąć długotrwałych i kosztownych sporów. Przyniesie także pozytywny efekt konsumentowi. Odpowiadając na Pana pytanie, jeżeli będą istniały podmioty ADR, a zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy będą chcieli w ten sposób rozwiązać spór, udrożni to system zarządzania skargami konsumenckimi. Jeżeli system ADR będzie działał sprawnie, to przedsiębiorcom będzie się opłacało w nim uczestniczyć. Niewątpliwie, wyzwaniem jest zachęcenie wszystkich uczestników rynku do korzystania z tej możliwości. Niezwłocznie po uchwaleniu ustawy, rozpoczniemy akcję edukacyjno - informacyjną skierowaną do wszystkich uczestników systemu ADR.

Miękkie działania z waszej strony spełniają swoje zadanie czy trzeba od razu iść na konflikt i nakładać na nieuczciwe firmy kary?

Poszukujemy nowych rozwiązań, które szybko i skutecznie wyeliminują praktykę. Jednym z takich instrumentów są wspomniane „działania miękkie”. Zauważyliśmy, że można wiele zmienić, zachęcając choćby do samoregulacji. Często małe i średnie firmy łamią prawo, ponieważ go po prostu nie znają. Gdy dostaną od nas odpowiednie wskazówki na temat naruszeń - właśnie w ramach wspomnianego tzw. „działania miękkiego”, wówczas szybko zmieniają praktykę. W takiej sytuacji nie jest konieczne wszczynanie postępowania przez UOKiK. Zauważamy pozytywne skutki takich działań, oszczędzamy czas i środki publiczne, zyskują konsumenci, dlatego chcemy częściej je podejmować. Nie zawsze długotrwałe postępowanie prowadzące do wydania decyzji i nałożenia kary jest bardziej skuteczne. A przecież chodzi o jak najszybszą poprawę sytuacji konsumentów. W ubiegłym roku działania miękkie zastosowaliśmy w 520 razy - w znakomitej większości przypadków przedsiębiorcy dostosowali się do naszych wskazań.

Czy prawo ochrony konsumentów i konkurencji jest coraz lepsze i faktycznie chroni? Mamy dużo nowych przepisów, ale czy faktycznie system jest lepszy? Konsumenci i tak nie wiedzą o wielu swoich prawach.

Żeby system działał, nasze działania muszą być prowadzone sprawnie, ale w ostatecznym rozrachunku muszą też mieć wpływ na poszczególnych konsumentów, których prawa były naruszane. Staramy się działać w ten sposób, ale to dopiero początek drogi. Wciąż szukamy nowych rozwiązań, jak np. stosowana przez nas od niedawna rekompensata publiczna. Rekompensata to określenie sposobów, za pomocą których przedsiębiorca może usunąć skutki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, np. zobowiązując do zwrotu klientom określonej kwoty. Dodatkowo będziemy korzystać także z nowych narzędzi, w które doposaży nas wchodząca już w połowie kwietnia nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dzięki nim będziemy jeszcze efektywniej chronić słabszych uczestników rynku. Przykładowo UOKiK będzie mógł wyrazić swój pogląd w indywidualnej sprawie przed sądem powszechnym, jeśli przemawia za tym interes publiczny. Pozwoli to dzielić się z sądami naszą wiedzą i dorobkiem orzecznictwem. Nie zapominamy także o edukacji konsumentów.

Zapadły już pierwsze decyzje zgodnie z którymi firmy muszą swoim klientom wypłacić rekompensatę, ponieważ naruszyli prawo. To skuteczna metoda?

Zauważyliśmy, że konsumenci oczekują od nas takich działań, które nie tylko stopują antykonsumenckie praktyki, ale przede wszystkim takich, które trwale usuwają skutki, będące następstwem tych praktyk. Dlatego musieliśmy zweryfikować naszą praktykę orzecznictwem i sięgnęliśmy po wspomnianą rekompensatę publiczną. Polega ona na tym, że wydając decyzję w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, określamy skutki usunięcia naruszenia - np. zapewnienie z powrotem dostępu do konkretnego kanału telewizyjnego. Oznacza to realne korzyści dla klientów. Warto przy tym zauważyć, że forma rekompensaty może być tylko taka, jaki był zakres praktyki naruszającej prawa konsumentów.

Dużo się też działo w legislacji?

Mamy wyjątkowo dużo nowych przepisów - np. znówelizowana została ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, która wejdzie w życie w kwietniu. Obok wspomnianej wyżej możliwości wyrażania przez UOKiK istotnego poglądu w sprawie, pojawi się choćby możliwość korzystania z tzw. tajemniczych klientów, dzięki czemu powinno być łatwiej zdobywać dowody świadczące o nieuczciwych praktykach firm.

Zyskaliśmy też możliwość publikowania w mediach publicznych bezpłatnych komunikatów i ostrzeżeń, co umożliwi nam wychodzenie do konsumentów z informacją o pewnych antykonsumenckich zjawiskach i trendach bez wskazywania na konkretnego przedsiębiorcę.

Proponujemy zmiany w ustawie o kredycie konsumenckim, m.in. w zakresie dotyczącym reklamy. To zupełnie *novum*, chcemy aby dane liczbowe dotyczące kosztów kredytu np. oprocentowania - dotychczas pokazywane małymi literkami - zajmowały porównywalną ilość miejsca, co przekaz marketingowy.

System klauzul niedozwolonych też miał chronić konsumentów, ale chyba nie do końca się sprawdził?

Zgodnie z nowelizacją ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów to UOKiK w decyzji będzie rozstrzygał o tym, czy postanowienie jest niedozwolone. Jednak eliminowanie niedozwolonych postanowień umownych będzie się odbywać także przy wykorzystaniu „działań miękkich” czy wezwań w toku postępowań wyjaśniających. Należy pamiętać, że zmiana systemu orzekania z sądowego na administracyjno-sądowy dotyczy tzw. abstrakcyjnej kontroli klauzul, czyli niedozwolonych postanowień umownych we wzorcach umów. Procedura kontroli incydentalnej, czyli analiza umów pod kątem występowania w nich niedozwolonych postanowień umownych nadal pozostaje w gestii sądów. Usytuowanie kontroli abstrakcyjnej w sądzie *de facto* spowodowało konieczność kierowania każdego przypadku oceny wzorca pod kątem klauzul abuzywnych na tryb procedury sądowej. Wydaje się, że nowe rozwiązanie będzie bardziej elastyczne i efektywne, nie każdy bowiem przypadek wymaga rozstrzygnięcia w drodze wyroku, bądź po nowelizacji, w drodze decyzji.

Większość konsumentów choćby kupujących w sieci nie zauważyło, że od grudnia 2014 r. ma nowe prawa.

Każdy z nas widzi - choćby wśród znajomych, jaki jest poziom wiedzy konsumentów na temat praw jakie mają. Mnie znajomi ciągle pytają, czy można zwrócić pełnowartościowy towar kupiony w tradycyjnym sklepie, choć już wszyscy powinniśmy zapamiętać, że w Polsce takiej możliwości nie ma. Tylko od woli przedsiębiorcy zależy czy pełnowartościowy produkt będzie można zwrócić. Inna sytuacja jest z zakupami przez Internet, tam prawo do zwrotu obowiązuje. To elementarz, a ciągle mamy problemy z jego opanowaniem. Niezbędna jest edukacja prowadzona przez inne instytucje, nie tylko UOKiK. Sami się zastanawiamy jak skuteczniej edukować konsumentów. Staramy się wykorzystywać media społecznościowe,

aby docierać do konsumentów. Na Twitterze dużą popularnością cieszyła się nasza infografika poświęcona właśnie temu, czy w sklepie tradycyjnym można zwrócić pełnowartościowe zakupy.

Kupujący w internecie są bardziej świadomi swoich praw?

Trudno jest stawiać takie generalne tezy, sklepy internetowe muszą o pewnych kwestiach konsumentów informować, co nie znaczy, że druga strona te informacje rozumie i wykorzystuje. Z naszych obserwacji wynika, że konsumenci wciąż nie czytają regulaminów, nie korzystają z rozwiązań jakie daje im prawo.

Okazuje się, że głównym źródłem informacji o ofercie przedsiębiorcy jaki i o uprawnieniach są znajomi. Z badań, które prowadziliśmy na temat postaw konsumentów na rynku usług finansowych wynika, iż wiele osób zdecydowało się na zakup bardzo ryzykownych produktów kierując się opinią znajomych, przyjaciół, rodziny.

Na pierwszy rzut oka w orzecznictwie UOKiK zdecydowanie dominują sprawy związane z branżą finansową. Dalej tak będzie?

Rzeczywiście, miniony rok upłynął nam pod znakiem usług finansowych. Wspomnę chociażby o działaniach dotyczących bardzo skomplikowanych produktów jakimi są ubezpieczenia z elementem inwestycyjnym. Wydaliśmy już 16 decyzji, w których przedsiębiorcy zobowiązali się do obniżenia opłat likwidacyjnych. Na zakończenie czeka ostatnia sprawa, która jest już na końcowym etapie. Wszystkie te decyzje wydawaliśmy, ściśle współpracując z Komisją Nadzoru Finansowego, Rzecznikiem Finansowym i przedsiębiorcami.

W tym roku nacisk kładziemy na usługi telekomunikacyjne oraz sklepy internetowe. Chcemy sprawdzić na ile przedsiębiorcy realizują nowe obowiązki, jakie mają od 25 grudnia 2014 r., gdy zaczęła obowiązywać ustawa o prawach konsumenta. Interesuje nas także to, jak zmienił się marketing bezpośredni czy metody zawierania umów przez telefon. UOKiK zawsze przywiązywał uwagę do tego jak przedsiębiorcy przestrzegają zasad uczciwości kupieckiej i tego, żeby prawa konsumentów były respektowane. Nadal będziemy tego konsekwentnie pilnować.