



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Warszawa, 27 kwietnia 2022 r.

DIH-1.054.1.2022

**prof. Tomasz Grodzki
Marszałek Senatu
Rzeczypospolitej Polskiej**

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na Pana prośbę o zajęcie stanowiska w związku z oświadczeniem złożonym przez Pana Senatora Ryszarda Majera podczas 38 posiedzenia Senatu RP 17 marca br., uprzejmie informuję co następuje.

Senator Ryszard Majer skierował do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oświadczenie, w którym podniósł kwestię systematycznego wzrostu liczby osób w wieku senioralnym w naszym kraju, którzy stają się coraz liczniejszą grupą konsumentów, a co za tym idzie mogą być narażeni na różnego rodzaju nadużycia. Ponadto Pan Senator Ryszard Majer zwrócił się do Prezesa Urzędu z prośbą o analizę działalności Inspekcji Handlowej jako podmiotu realizującego zadania także wobec tej grupy wiekowej.

Odnosząc się do prośby o oszacowanie odsetka procentowego (w porównaniu z innymi grupami wiekowymi) liczby osób zgłaszających się do Inspekcji Handlowej, będących w wieku senioralnym, chciałbym wyjaśnić, że wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej nie prowadzą statystyk dotyczących wieku konsumentów zgłaszających się do Inspektoratów z prośbą o pomoc, trudno jest więc wskazać procentowo liczbę konsumentów po 60 roku życia. Ok. 98% wniosków o wszczęcie procedury pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich¹ (w tym również od seniorów), na skutek m.in. epidemii wirusa SARS-CoV-2, ale również rozwoju usług teleinformatycznych i cyfryzacji

¹ ustawa z dnia 23 września 2016 r. o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich (Dz. U. z 2016 r. poz.1823, ze zm.)

społeczeństwa, wpływa do Inspektoratów drogą pocztową, elektroniczną (również przez e-PUAP). Większość porad udzielana jest drogą mailową bądź telefoniczną. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku poradnictwa konsumenckiego - pytania konsumentów w większości przypadków kierowane są drogą elektroniczną, telefonicznie lub za pośrednictwem poczty tradycyjnej.

Oszacowanie przybliżonego wieku konsumentów możliwe jest jedynie w tych incydentalnych przypadkach, w których konsument zgłosił się osobiście lub poinformował o swoim wieku w trakcie rozmowy telefonicznej, lub zawarł na ten temat wzmiankę w skierowanej do inspektoratów korespondencji.

Odnosząc się do charakteru problemów zgłaszanych przez konsumentów (w tym seniorów), najczęściej zgłaszane nieprawidłowości dotyczą:

- uwidaczniania cen towarów, bądź rozbieżności pomiędzy cenami uwidocznionymi przy towarach i pobieranymi w kasie,
- problemów z odstępniem od umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa z podmiotami organizującymi sprzedaż na tzw. „pokazach” (problemy konsumentów-seniorów w głównej mierze wynikały z umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa podczas pokazów i prezentacji, jak również problemów wynikających z konieczności zdalnego prowadzenia czynności związanych zarówno z zakupami online, jak i z procedurami reklamacyjnymi),
- nieuznanych reklamacji obuwia i odzieży,
- problemów z wykonawcami umów remontowych i zakupami towarów związanych z remontami,
- promocji cenowych, terminów i zasad obowiązujących promocji,
- braku możliwości zwrotu towarów zakupionych w sklepach stacjonarnych,
- usług w zakresie instalacji systemu grzewczego oraz czynności zmierzających do pozyskania dotacji w ramach Programu „Czyste Powietrze”.

Odnosząc się do kwestii rozwiązań proponowanych osobom w wieku senioralnym, większość zgłaszanych problemów rozwiązywana jest z wykorzystaniem ustawowych kompetencji Inspekcji Handlowej w zakresie prowadzenia poradnictwa konsumenckiego, prowadzenia postępowań w zakresie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich (ADR) i organizacji stałych sądów polubownych działających przy wojewódzkich inspektorach Inspekcji Handlowej.

Niektóre ze zgłaszanych problemów wykorzystywane są przy planowaniu działań kontrolnych Inspekcji, np. sygnały dot. uwidaczniania cen, czy rozbieżności pomiędzy

cenami uwidocznionymi a pobieranymi w kasie. W 2021 r. przeprowadzono ponad 2800 kontroli w zakresie prawidłowości przekazywania przez przedsiębiorców informacji o cenach towarów i usług.

Ponadto, z informacji uzyskanych od wojewódzkich inspektorów Inspekcji Handlowej wynika, że w przypadku osób starszych, zgłaszających się do inspektoratów, zakres udzielanej pomocy dot. również:

- sporządzenia dokumentów niezbędnych w procesie reklamacyjnym lub w procedurze pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich (sporządzenie reklamacji, oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy, wypełnienie wniosku o wszczęcie procedury pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich),
- wyszukania w ewidencji GUS, KRS lub CEIDG danych przedsiębiorcy, do którego konsument - senior chce skierować pismo,
- udzielenie informacji w zakresie kompetencji Inspekcji Handlowej i skierowanie konsumenta do organu właściwego rzeczowo w jego sprawie, np. skierowanie konsumenta do UKE w sprawie umowy dotyczącej usług telekomunikacyjnych,
- udzielanie porad z zakresu praw konsumenta.

W tym miejscu chciałbym zwrócić szczególną uwagę na działania edukacyjne skierowane właśnie do seniorów. W ramach realizacji polityki konsumenckiej, wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej współpracują z mediami, a także prowadzą działalność edukacyjną mającą na celu dotarcie do szerokiej opinii publicznej, w tym do seniorów, aktywnie włączając się w obchody Światowego Dnia Konsumenta, Europejskiego Dnia Seniora czy Międzynarodowego Dnia Osób Starszych. W ramach tych działań nawiązywane są również kontakty z Uniwersytetami Trzeciego Wieku, Klubami Seniora itp., gdzie pracownicy inspektoratów prowadzą wykłady i spotkania z zakresu m.in. praw konsumentów.

Nadmieniam, że Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów również aktywnie włącza się w działania na rzecz seniorów. Z naszego doświadczenia wynika, że seniorzy są najczęściej narażeni na nieuczciwe praktyki podczas sprzedaży na prezentacjach w hotelach, sanatoriach itp., a także w czasie wizyt akwizytorów.

W ostatnich latach Urząd aktywnie uczestniczył w akcjach informacyjnych skierowanych do seniorów, m.in. poprzez kampanię informacyjną „Seniorze, uważaj”, czy „Seniorze nie daj się oszukać” (realizowaną wspólnie z KG Policji, ZUS i KRUS), podczas których Urząd zwracał uwagę konsumentom na nieuczciwe praktyki rynkowe przedsiębiorców

prowadzących tzw. „pokazy”, a także uczestnicząc cyklicznie w akcji „Dzień Seniora”, organizowanej przez ZUS oraz Polski Związek Emerytów, Rencistów i Inwalidów, przygotowując materiały informacyjne (porady, broszury, ulotki) przypominające seniorom o ich prawach i najczęstszych zagrożeniach związanych z podejmowaniem decyzji zakupowych.

Odnosząc się do kwestii prawodawstwa w zakresie ochrony konsumentów, chciałbym zwrócić uwagę na projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (przyjęty w marcu br. przez Stały Komitet Rady Ministrów). Projekt jest implementacją dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta („dyrektywa 2019/2161 Omnibus”). Projekt zawiera również dodatkowe regulacje dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. W ostatnich latach Urząd obserwuje istotne nasilenie nieuczciwych praktyk przedsiębiorców funkcjonujących na rynku sprzedaży bezpośredniej, czyli zajmujących się sprzedażą towarów i usług poza lokalem przedsiębiorstwa (podczas pokazów, prezentacji, wykładów, pielgrzymek, wycieczek, pobytów w sanatoriach, jak również podczas tzw. sprzedaży door-to-door). Pomimo licznych działań Prezesa Urzędu w tym obszarze, obecnie istniejące instrumenty prawne, pozostające zarówno w dyspozycji konsumentów (wspomaganych przez rzeczników konsumentów, czy organizacje społeczne), jak i organów administracji, nie zawsze są wystarczająco skuteczne. Ofiarami tych nieuczciwych praktyk są najczęściej osoby starsze. Dlatego też konieczna była interwencja legislacyjna mająca na celu ochronę słabszych konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami. W projekcie ustawy przewidziane są następujące rozwiązania:

- prawo do odstąpienia od umowy o świadczenie usług zdrowotnych,
- wprowadzenie definicji pokazu, która związana jest z zakazem zawierania umów o świadczenie usług finansowych podczas pokazu i wycieczki,
- zakaz zawierania umów o świadczenie usług finansowych podczas pokazu i wycieczki:
 - w przypadku zawarcia takiej umowy, jest ona nieważna z mocy prawa,
 - zakaz ten ma na celu zapobieganie „wyłudzeniu” od konsumentów zakupów finansowanych kredytem/pożyczką w sytuacji zaskoczenia i często nawet bez świadomości zaciągnięcia takiego zobowiązania finansowego,
 - zakaz ten nie będzie obejmował pokazu zorganizowanego na wyraźne zaproszenie konsumenta, w jego miejscu zamieszkania czy pobytu - takie pokazy w domach z inicjatywy samych konsumentów nie niosą ze sobą

ryzyka analogicznego do tego, jakie występuje np. na pokazach organizowanych przez przedsiębiorcę w wynajętych salach, na których konsumenci często są wprowadzeni w błąd co do samego charakteru spotkania lub niemający świadomości, jakie towary/usługi będą im prezentowane lub sprzedawane,

- zakaz przyjmowania płatności przed upływem terminu do odstąpienia od umowy:
 - nie będzie możliwe przyjęcie płatności podczas pokazu i do czasu zakończenia biegu terminu na odstąpienia od umowy,
 - projektowana regulacja pozwoli skutecznie ograniczyć ryzyko strat po stronie konsumentów - nawet bowiem w przypadku odstąpienia od umowy w terminie, konsumenci często nie mogą odzyskać swoich pieniędzy i zmuszeni są występować na drogę sądową.

Odpowiadając na prośbę o przekazanie informacji dot. ogólnej działalności kontrolnej Inspekcji Handlowej realizowanej w latach 2017-2021, w załączeniu przekazuję dane w układzie tabelarycznym, uwzględniające zakres danych wskazanych w oświadczeniu Pana Senatora Ryszarda Majera oraz inne wyniki z działalności Inspekcji Handlowej.

Z poważaniem,

*Tomasz Chróstny
Prezes
Urzędu Ochrony
Konkurencji i
Konsumentów
/podpisano
elektronicznie/*

Zał.: tabela

