

NEWSLETTER FEDERACJI KONSUMENTÓW NUMER 15/2014

Pokazy i prezentacje – oszustwa, których nie można udowodnić

Zaproszenie na spotkanie. W klubie emeryta, klubie osiedlowym, w hotelu, w restauracji. Czego będzie dotyczyć? Zdrowia. Kto nie chce być zdrowy ! Zwłaszcza w pewnym wieku, a zaproszenie jest adresowane do osób starszych. Osoby poniżej 40 lat nie mają wstępu.

Każdy kto przyjdzie, otrzyma podarunek – niespodziankę. Za co? Bo przedsiębiorca dba o seniorów. Będzie kawa, ciastka i dobry nastrój. Spotkanie będzie połączone z pokazem urządzenia przywracającego zdrowie. Trzeba potwierdzić obecność, bo liczba miejsc – z powodu atrakcyjności spotkanie – jest ograniczona. Grzech nie skorzystać, kto nie chce być zdrowy?

Pokaz się odbył. Kilka osób zostało prawie siłą namówionych na zakup urządzenia wysysającego złe moce poprzez nogi. Tak! Wystarczy zanurzyć nogi w urządzeniu napełnionym wodą, a bakterie i wirusy same uciekają, gdzie pieprz rośnie.

Pani Maria, Pan Jerzy i Pani Zenona w normalnych warunkach nie uwierzyliby w nadprzyrodzone zdolności zwykłej balii z wodą. Ale na pokazie jest inaczej. Tak przemity, młody, profesjonalny i dobrze ubrany Pan wszystko wyjaśnił. Tłumaczył tak, że nie można było nie uwierzyć. Ponadto Pani Maria, Pan Jerzy i Pani Zenona dostali prezenty: zestaw kubków i talerzyków. I kupon - 100 zł na wycieczkę. Z wdzięczności Pani Maria, Pan Jerzy i Pani Zenona zgodzili się na indywidualne rozmowy ze sprzedawcami.

Rozmowy odbyły się przy osobnych stolikach. Każdy z konsumentów oddzielnie. Sprzedawców dwoje - Pan i Pani. Byli mili, ale też trochę postraszyli chorobami i złymi fluidami. Urządzenie usuwało złe fluidy i choroby. W zasadzie wszystkie. Pani Maria, Pan Jerzy i Pani Zenona byli chorzy – mniej lub więcej, ale w ich wieku, ponad 70 lat, kto nie ma choć niewielkich dolegliwości.

Pani Maria, Pan Jerzy i Pani Zenona kupili urządzenie. Ochłonęli dopiero w domu. Pani Maria sama. Pan Jerzy dzięki wnuczce. Pani Zenona dzięki sąsiadce. Dzwonili do firmy, że nie chcą urządzenia. Firma oczywiście się zgadza i przyjmie zwrot. Sami odbiorą towar za dwa tygodnie. Po dwóch tygodniach, po kolejnym telefonie, Pani z firmy oznajmiła, że „jest już za późno, minęło 10 dni, było w umowie”. Konsumenty przypominają sobie, że rzeczywiście coś podpisali, ale mieli otrzymać dokumenty za jakiś czas, po zarejestrowaniu ich w firmie. Bo przecież pokaz był poza firmą. Teraz zostali z urządzeniem, w którym można wymoczyć nogi, ale tylko w chłodnej wodzie, bo ciepła może uszkodzić urządzenie. Niestety moczenie nóg nie pomaga na reumatyzm, ból nerek i zawroty głowy. A przecież prester obiecywał.

Komentarz Federacji Konsumentów

Obiecywał i oszukał.

Zgodnie z art. 286 § 1 Kodeksu karnego kto, w celu osiągnięcia korzyści majątkowej, doprowadza inną osobę do niekorzystnego rozporządzenia własnym lub cudzym mieniem za pomocą wprowadzenia jej w błąd albo wyzyskania błędu lub niezdolności do należytego pojmowania przedsiębranego działania, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 8.

Niestety, w większości przypadków jest to trudne do udowodnienia. Prokurator generalny zwracał uwagę prokuratorom na przestępcze zachowania prezenterów, ale jak dotąd nie słyszeliśmy o podjęciu śledztwa lub dochodzenia w podobnych sprawach.

Co pozostaje? Korzystać z prawa cywilnego. Prawa do odstąpienia od umowy - 10 dni od zawarcia umowy, a za pół roku, w nowych przepisach będzie to 14 dni. Przedsiębiorca musi poinformować konsumenta o tym prawie. Brak informacji wydłuża termin do 3 miesięcy, za pół roku, gdy wejdą w życie nowe przepisy, będzie to 12 miesięcy. Informacja nie może być ukryta ani zniekształcona, np. odstąpienie od umowy nie może być obwarowane dodatkowymi obostrzeniami.

Można starać się też unieważnić umowę, jeśli istnieje możliwość wykazania, co faktycznie działo się na pokazie. Będzie to możliwe, jeśli Pani Maria, Pan Jerzy i Pani Zenona zgłoszą się do Federacji Konsumentów o pomoc. Ich wspólne zeznania to dowód.

Praktyki stosowane w trakcie sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa od pewnego czasu pokazują, jak bardzo można być pozbawionym podstawowych zasad etyki i ludzkich odruchów. Kłamstwo i przymuszanie starszej osoby do zakupu bezwartościowej de facto rzeczy za 4000 zł to pogwałcenie zasad współżycia społecznego i przestępstwo, które powinno być surowo karane i potępione. Zwłaszcza organizacje przedsiębiorców powinny głośno mówić o patologii, która drąży handel bezpośredni.

Nasze krótkie rady:

1. Masz zaproszenie na pokaz – nie idź. Jak będziesz potrzebowała lub potrzebował coś kupić, pójdziesz do sklepu. Na pokazie nie jest bezpiecznie.
2. Musisz coś podpisać na pokazie – NIGDY TEGO NIE RÓB. Chyba że po rozmowie z Federacją Konsumentów lub rzecznikiem konsumentów. Powiemy Ci, jakie jest ryzyko związane z taką umową.
3. Jeżeli czujesz się niebezpiecznie lub niekomfortowo na pokazie, spróbuj nawiązać kontakt z sąsiadem obok ciebie – najlepiej weź numer telefonu. W razie czego będzie Twoim świadkiem.
4. Podpisujesz coś – CZYTAJ. Twój podpis to zgoda. Najczęściej to

ZGODA NA WYKORZYSTANIE CIEBIE W SPOSÓB PRZESTĘPCZY!

5. Garnki gotujące samodzielnie nie istnieją. Usypiająca pościel nie istnieje. Wysysacze złych fluidów też. Potraktuj więc informacje sprzedawcy jak kiepski film fantastyczny.
6. Kupiłeś/kupiłaś coś drogiego na pokazie? Na kredyt? Porozmawiaj o tym z Federacją Konsumentów, jeżeli wstydzisz się o tym pomówić z rodziną. Nie będziemy Cię krytykować – powiemy, jak się uwolnić od kontraktu, ale musisz przyjść natychmiast.
7. Prezent jest prezentem, czyli czymś co nie zobowiązuje. Zwłaszcza wobec sprzedawcy, który w oczywisty sposób chce zarobić.

8. Jeżeli uważasz, że Federacja Konsumentów Ciebie straszy, to masz rację. Straszymy po to, abyś nie musiała/musiał oddawać oszczędności życia. Codziennie warszawski oddział Federacji Konsumentów przyjmuje jednego lub więcej konsumentów, którzy zostali naciągnięci na pokazie. Codziennie. A nasza organizacja ma prawie 40 oddziałów w całej Polsce...

Zmiana regulaminu bądź cennika usług telekomunikacyjnych, a prawo do wypowiedzenia umowy

W ostatnim czasie każdy z konsumentów otrzymał informację od swojego operatora/operatorów, niezależnie od tego, czy korzysta z usług telefonii stacjonarnej, czy komórkowej lub Internetu, o wprowadzeniu zmian do regulaminu świadczenia usług. Niektórych konsumentów informacja ta bardzo ucieszyła. Zwykle zmiany dają możliwość wypowiedzenia umowy bez konieczności zwrotu ulgi promocyjnej. Konsumenty chętnie korzystają z tej możliwości, wymuszając na operatorach nowe korzystne aneksy lub po prostu zmieniając operatora.

Niestety, informacje, które konsumenci w ostatnim czasie otrzymali, wynikają ze zmiany powszechnie obowiązujących przepisów prawa, mianowicie rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji w sprawie reklamacji usługi telekomunikacyjnej. Zmieniła się m.in. forma odpowiedzi na reklamację i konieczność uzasadniania jedynie negatywnie rozpatrzonej reklamacji.

Kwestie zmiany głównych załączników do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zostały uregulowane w art. 60a i 61 ustawy Prawo telekomunikacyjne. Z przepisów tych wynika obowiązek nałożony na operatora o obowiązkowym informowaniu konsumenta o zmianach wprowadzonych do regulaminu bądź cennika, niezależnie od przyczyny ich wprowadzenia. Jeśli zmiany wynikają „z woli”, operatora konsumentowi przysługuje możliwość wypowiedzenia umowy bez ponoszenia kosztu ulgi promocyjnej. Wtedy abonent powinien zostać poinformowany o przysługującym mu prawie, a termin na wypowiedzenia nie może być krótszy niż do dnia wejścia w życie tych zmian.

Jeśli jednak zmiany wymuszone są nowelizacją powszechnie obowiązujących przepisów prawa bądź decyzją Prezesa UKE, np. poprzez konieczność wyeliminowania klauzul uznanych za niedozwolone, konsument, który zdecyduje się na zerwanie umowy promocyjnej, będzie musiał zapłacić karę przewidzianą w podpisanej umowie.

O jakich obowiązkach mowa? Po pierwsze, operator powinien doręczyć na piśmie abonentowi, z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem zmian w życie, treść każdej proponowanej zmiany. Okres ten może być wyjątkowo krótszy, jeśli publikacja aktu prawnego, z którego

wynika konieczność wprowadzenia zmian, następuje wcześniej niż miesiąc przed wejściem przepisów w życie lub na podstawie decyzji Prezesa UKE.

Kolejne nurtujące konsumentów pytanie to sposób, w jaki należy liczyć termin, do którego ma być złożone oświadczenie o wypowiedzeniu umowy w przypadku braku akceptacji zmian wprowadzonych „samodzielnie” przez operatora takich, jak: podwyższonych cen, zmiany pakietu programów, warunków w regulaminach, polegających np. na wydłużeniu okresu wypowiedzenia itp. Wielu konsumentów, którzy się do nas zgłaszają, jest przekonana, że jeśli zdążyli wysłać pismo przed terminem, to - tak jak w przypadku korespondencji z urzędami i sądami - liczy się data stempla pocztowego. Niestety, nic bardziej mylnego. Zastosowanie ma bowiem art. 61 Kodeksu cywilnego, stanowiący, iż oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią.

Warto zwrócić uwagę, że nigdzie nie ma regulacji prawnej dotyczącej formy bądź sposobu doręczenia konsumentowi informacji o wprowadzonych zmianach. Z tego powodu operatorzy informacje takie wysyłają listem zwykłym bez potwierdzenia nadania czy odbioru. Na etapie postępowania sądowego możemy żądać, aby operator udowodnił, że informację o zmianach rzeczywiście nam dostarczył, co będzie trudne, gdy nie zrobił tego listem poleconym. Możemy posiłkować się art. 6 Kodeksu cywilnego, który stanowi, że - w tym przypadku - na operatorze spoczywa ciężar udowodnienia, że dostarczył nam w określonym czasie informację i dlatego występuje z roszczeniem wobec konsumenta.

Dziwna praktyka...

Federacja Konsumentów otrzymała zapytanie od zaniepokojonego konsumenta:

„Chciałbym zainteresować Państwa sprawą nieuczciwego w mojej ocenie sklepu, który stosuje dziwną praktykę. Jest nią pobieranie kaucji za butelki oznaczone przez producenta jako bezzwrotne. Kontaktowałem się z kilkoma browarami oraz dystrybutorami piwa i okazuje się, że sklep nie powinien kaucji pobierać. Nie wiem, co sklep później robi z takimi butelkami, ale skoro są bezzwrotne, to najprawdopodobniej po prostu je wyrzuca. Wprawdzie kaucję zwracają, ale jestem zmuszony do powrotu właśnie do tego sklepu, ponieważ żaden inny takiej butelki w rozliczeniu nie przyjmie, chyba że bezpłatnie, a wtedy kaucja przepada.”

Jak więc jest z tą kaucją? Jeżeli butelka jest oznaczona jako bezzwrotna, pobieranie kaucji przy zakupie nie powinno mieć miejsca. W takim przypadku działanie sprzedawcy należałoby uznać za wprowadzające w błąd.

Należy przy tym zaznaczyć, że przepisy nie regulują zasad pobierania kaucji i zależy to od własnej polityki producentów i sklepów. Teoretycznie sprzedawca mógłby więc zasłonić napis o "bezzwrotności" na butelce i pobierać kaucję albo przed zakupem informować konsumentów (plakat, informacja indywidualna), że kaucję pobiera. O zwrot kaucji możemy natomiast starać się w tym sklepie, gdzie ją zapłaciliśmy, a sprzedawca może żądać okazania dowodu uiszczenia kaucji w jego sklepie.

Przypomnijmy, że obecnie każdy sklep sprzedający produkty w opakowaniach powinien przekazywać konsumentom kupującym te towary informacje o dostępnych systemach zwrotu, zbierania i odzysku, w tym recyklingu, odpadów opakowaniowych. Ponadto przedsiębiorca prowadzący placówkę handlu detalicznego o powierzchni handlowej powyżej 2000 m² jest zobowiązany prowadzić na własny koszt selektywne zbieranie odpadów opakowaniowych po produktach, które znajdują się w ofercie handlowej tego sklepu, sortowanych według rodzajów opakowań, z których powstały odpady. Ten obowiązek nie oznacza jednak, że przedsiębiorca taki musi zwracać kaucje za butelki pochodzące z innych sklepów.

Szybki pieniądz to drogi pieniądz

Konsumenci, szczególnie ci zmuszeni trudną sytuacją finansową, wybierając pożyczkodawcę i produkt finansowy, często podejmują decyzje, kierując się jedynie tym, jaką mają szansę uzyskania pozytywnego rozpatrzenia wniosku o pożyczkę lub tym, jak szybko są w stanie otrzymać gotówkę na swoje konto. Nagła finansowa potrzeba może niestety przysłonić zainteresowanym to, ile przyjdzie im zapłacić za pieniądze otrzymane „w kilka minut”.

Na rynku funkcjonuje wiele podmiotów udzielających różnych pożyczek, w tym „chwilówek” i kredytów, które w swojej ofercie mają dużo produktów. Intensywne działania reklamowe oraz fakt, że konsumenci są zainteresowani uzyskaniem pożyczki szybko, bez zbędnych formalności oraz dokładnego badania ich zdolności kredytowej powoduje i będzie powodować wzrost liczby zawieranych umów pożyczki typu „chwilówka”.

Przed zawarciem jakiegokolwiek umowy kredytowej warto porównać oferty różnych podmiotów, co zrobiliśmy. Przeanalizowaliśmy wybrane wzory umów oferowanych konsumentom przez przedsiębiorców. Przyjrzelśmy się zgodności zapisów umowy oraz dokumentów dodatkowych, jak: regulaminy, ogólne warunki, oświadczenia, tabele opłat i prowizji, z przepisami prawa oraz dobrymi obyczajami. Ocenie podlegały także mechanizmy naliczania kosztów danej pożyczki oraz – pod pewnym względem – praktyki związane ze sposobem i formą zawierania umowy.

Najważniejszy z punktu widzenia konsumenta jest całkowity koszt otrzymania pożyczki. Przez całkowity koszt kredytu należy rozumieć nie tylko odsetki nominalne, z których pobierania przedsiębiorca może zrezygnować, ale również wszelkiego rodzaju prowizje, koszty zabezpieczeń, opłaty wstępne, koszty usług dodatkowych, jak ubezpieczenie itp. Opłaty te należy rozpatrywać nie tylko w odniesieniu do wysokości udzielonej kwoty pożyczki, ale również w kontekście czasu, na jaki została udzielona. Prowizja w wysokości 100 złotych dla pożyczki wynoszącej 1000 złotych i udzielonej na okres roku będzie relatywnie mniejszym kosztem dla pożyczkobiorcy, aniżeli prowizja w tej samej wysokości dla pożyczki wynoszącej 500 złotych i udzielonej na okres dwóch tygodni.

Większość analizowanych przez nas umów nie przewidywała pobierania odsetek nominalnych w przypadku spłaty pożyczki w terminie przewidzianym w umowie. Brak ten wszyscy badani pożyczkodawcy „odrobili sobie” z nawiązką poprzez nałożenie na konsumentów bardzo wysokich prowizji za udzielenie pożyczki. Prowizje te w zależności od długości okresu, na jaki udzielana była pożyczka, i wysokości kwoty kredytu wahały się od 10 % do 40 % wartości pożyczanego kapitału. Pożyczając 2000 zł na okres miesiąca przy prowizji w wysokości 40% wartości otrzymanej pożyczki, konsument będzie zmuszony oddać pożyczkodawcy 2800 zł. Dla porównania, gdyby od pożyczonej kwoty 2000 zł, w ciągu miesiąca odsetki nominalne wynosiłyby 800 zł, oznaczałoby to, że nominalna stopa oprocentowania tej pożyczki jest na poziomie około 480 %. Zgodnie z art. 359 § 2¹ k.c. najwyższe dopuszczalne prawem odsetki (odsetki maksymalne) wynosiły, gdy niedawno badaliśmy umowy, 16 % w skali roku. Z tego właśnie względu pożyczkodawcy w umowach „chwilówkach” decydują się na pobieranie należnego im wynagrodzenia w formie wysokich prowizji, a nie ograniczonego prawem nominalnego oprocentowania. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania (RRSO) w analizowanych umowach odzwierciedlała bardzo wysokie koszty „chwilówek”. W większości badanych umów wynosiła ona od kilkuset procent do kilku tysięcy procent (w jednym wypadku RRSO wyniosła jednak ponad 30 000 %!).

Jakie jeszcze wnioski wynikają z analizy wybranych wzorców umów pożyczek „chwilówek”? Wzorce są obszerne i często niejasne. Zdarza się, że konsumenci nie zdają sobie sprawy, że podpisują umowę o pożyczkę, która okazuje się pożyczką odnawialną. Niektóre podmioty w reklamie oferują udzielenie na warunkach promocyjnych pierwszej pożyczki bez pobierania żadnych opłat lub pobierają opłaty w wysokości zredukowanej. Oczywiście taka forma promocji, służąca przyciągnięciu klienta, jest dozwolona. Warto jednak zwrócić uwagę na to, że konsumenci decydujący się na skorzystanie z tego typu oferty promocyjnej, zawierają umowę pożyczki odnawialnej, a nie, jak część z nich mogłaby sądzić, umowę jednorazowej pożyczki. W związku z tym, jeżeli zdecydują się na zaciągnięcie kolejnego

zobowiązania w ramach zawartej umowy, muszą liczyć się z tym, że będą im naliczane wszelkie przewidziane umową opłaty.

Opłaty związane z udzieleniem „chwilówki” są zazwyczaj wysokie, a opłaty windykacyjne dotkliwe. Niektórzy przedsiębiorcy, w przypadku braku spłaty pożyczki, obciążają dłużników ekstremalnie wręcz wysokimi opłatami, w zasadzie należy użyć innego określenia - karami. Znaleźliśmy również niedozwolone postanowienia umowne, takie jak zbyt szerokie uprawnienia do jednostronnej zmiany treści umowy i regulaminu czy wyłączenie odpowiedzialności przedsiębiorcy za nieprawidłowe działanie sieci telekomunikacyjnych, a wiele pożyczek „chwilówek” oferowanych jest właśnie za pośrednictwem Internetu czy telefonu, lub podwójne karanie konsumenta.

Przegląd wzorców pod kątem ich zgodności z Ustawą z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim budzi również wiele wątpliwości. W niektórych brak jest informacji o oprocentowaniu nominalnym, pobierane są nienależne odsetki przy odstąpieniu od umowy. Znaleźliśmy niezgodne z przepisami zapisy dotyczące rozliczenia pożyczki w przypadku wcześniejszej jej spłaty oraz brak określenia kolejności zaliczenia rat na poczet należności pożyczkodawcy.

To tylko niektóre „grzechy” popełniane przez firmy pożyczkowe, które wyłowiliśmy. Ten sektor rynku rozwija się dynamicznie i zapewne jutro znaleźlibyśmy kolejne nieprawidłowości, naruszenia interesów konsumentów, nieetyczne działania. Podsumowując wyniki analizy, można zaryzykować stwierdzenie, że szybkie pieniądze to drogie pieniądze, a osoby z problemami finansowymi mogą dodatkowo pogorszyć swoją sytuację. Dlatego przed podpisaniem jakiegokolwiek zobowiązania w zamian za udzielenie pożyczki, czytamy umowę, porównujemy oferty różnych firm, warto poradzić się rodziny czy znajomych, bo po złożeniu podpisu może okazać się, że nierozsądnie zaciągnięty dług drastycznie zaważył na naszej sytuacji ekonomicznej, a w najgorszych wypadkach doprowadził nawet do utraty płynności finansowej i nadmiernego zadłużenia.

Zawieranie umowy z osobą starszą

Moja 98-letnia babcia, namówiona przez sąsiadkę, zawarła umowę pożyczki. Babcia jest osobą niesamodzielną, ma poważne problemy z postrzeganiem rzeczywistości. Czy taka umowa jest wiążąca? Co można zrobić w zaistniałej sytuacji?

Przede wszystkim należy podkreślić, że starsza osoba, która nie jest ubezwłasnowolniona, ma możliwość swobodnego zawierania wszelkiego rodzaju umów. Nie oznacza to jednak, że każdy tego rodzaju

kontrakt będzie wiążący. Jeżeli wykazemy, że babcia w chwili zawierania umowy znajdowała się w stanie wyłączającym świadome lub swobodne podejmowanie decyzji, to taki kontrakt będzie nieważny. Warto jednak pamiętać, że wykazanie tej okoliczności może być trudne. Być może konieczne okaże się wszczęcie postępowania sądowego i uzyskanie stosownej ekspertyzy biegłego.

Odrębną kwestią jest jednak fakt, iż udzielanie pożyczki osobie, która ze względu na stan zdrowia ma trudności z pełną i rzetelną oceną warunków umowy, jest działaniem nieetycznym i zasługującym na pełne potępienie! Warto również podkreślić, że praktyka taka stoi w oczywistej sprzeczności ze standardami wyznaczonymi w Kodeksie Etyki Bankowej.

W zaistniałej sytuacji konsumentka powinna w pierwszej kolejności złożyć reklamację do banku. Jeśli okaże się to niewystarczające, stosownej nieodpłatnej pomocy prawnej może w takiej sprawie udzielić najbliższy oddział Federacji Konsumentów. Odrębną kwestią pozostaje jednak rozważenie możliwości ubezwłasnowolnienia starszej Pani. Działanie to nie ma przecież na celu poniżania jej czy ośmieszania, a jedynie ochronę jej praw i interesów.

Federacja Konsumentów

ul. Ordynacka 11 lokal 1

00-364 Warszawa

Tel. 22 827 11 73

www.federacja-konsumentow.org.pl

Newsletter przygotowany w ramach realizowanego projektu **Edukacja konsumentka w społecznościach lokalnych** współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

www.programszwajcarski.gov.pl

www.swiss-contribution.admin.ch/poland