

NEWSLETTER FEDERACJI KONSUMENTÓW NUMER 10/2014

15 marca - Światowy Dzień Praw Konsumenta

Światowy Dzień Praw Konsumenta „świętowany” jest w wielu krajach pod różnymi hasłami, ale cel jest wspólny: uświadomić zarówno decydom politycznym, jak i obywatelom, że odpowiedni poziom ochrony konsumenta przyczynia się do zwiększenia poczucia bezpieczeństwa i sprawiedliwości w społeczeństwie i że poziom ochrony powinien być adekwatny do wyzwań XXI wieku.

Światowy Dzień Praw Konsumenta to dzień nas wszystkich, bo wszyscy jesteśmy konsumentami. Przedsiębiorcy w innych, pozazawodowych, sytuacjach też są konsumentami jak każdy - w sklepie, w samolocie, na meczu sportowym, kupując mieszkanie, ubezpieczenie, biorąc kredyt, płacąc rachunek za prąd...

Organizacje konsumenckie na całym świecie szczególnie w tym dniu wspólnym głosem przypominają, że jesteśmy, jako konsumenci, ważni i nasz głos musi być słyszany, a nasze prawa przestrzegane. Bez konsumenta, mającego zaufanie do funkcjonowania rynku, uczciwości i rzetelności przedsiębiorcy, konsumenta zadowolonego z towarów i usług, **za które płaci**, nie ma rozwoju gospodarki. Jeśli konsumenci czują się niepewnie, wolą unikać sytuacji, których się obawiają, bo mieli złe doświadczenia, np. ze sprzedawcami czy usługodawcami, byli niezadowoleni z jakości towarów, będą mniej skłonni do częstego i intensywnego uczestniczenia w obrocie rynkowym. Ucierpią na tym uczciwe, innowacyjne przedsiębiorstwa przyczyniające się do wzrostu gospodarczego.

Dlatego tak ważne jest stanowienie mądrego prawa, jasno określającego prawa i obowiązki zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców, a przede wszystkim przestrzeganie go!

Korzenie ruchu konsumenckiego sięgają gwałtownych procesów uprzemysłowienia z drugiej połowy XIX w. Pierwsza w świecie organizacja konsumencka – Liga Konsumentów (Consumers League) - powstała w Nowym Jorku w 1891 r. Rozpoczęła swą działalność od propagowania sklepów, które miały dogodne dla konsumentów godziny pracy i odpowiednie warunki sanitarne. Wkrótce jej idee przejęły szybko

powstające ligi w innych miastach Stanów Zjednoczonych. W 1899 r. stworzyły one Narodową Ligę Konsumentów (National Consumers League) - pierwszą w świecie organizację konsumencką ogólnokrajową, funkcjonującą nieprzerwanie do dziś !

Pierwszy w świecie akt prawny dotyczący ochrony interesów został uchwalony w 1902 r. w Stanach Zjednoczonych. Była to ustawa o czystości żywności i lekarstw (Pure Food and Drugs Act).

W Europie, szczególnie w Wielkiej Brytanii i Francji, droga do ochrony konsumentów wiodła przez ruch spółdzielczy. Pierwsza brytyjska spółdzielnia konsumencka powstała w 1844 r. w Rochdale i była formą obrony ludności ubogiej przed nadużyciami producentów i dostawców. W 1903 r. było już prawie 1500 takich spółdzielni.

Ustawę o sprzedaży dóbr wprowadzono w życie w 1893 r., choć uprawnienia z niej wynikające mają już ponad sto lat, nadal są aktualne.

Zgodnie z tą ustawą konsument ma prawo żądać, aby produkty i usługi, które kupuje:

- były dokładnie takie, jakie opisuje i zachwala sprzedawca;
- odpowiadały obowiązującym na rynku standardom jakości;
- były tak wykonane, by dokładnie odpowiadały celom, którym z założenia mają służyć;
- były sprzedawane bez długiego łańcucha pośrednictwa, który zwykle podwyższa cenę, a często obniża jakość.

Aktualne, prawda?

We Francji pierwsza spółdzielnia konsumencka powstała w Lyonie w 1835 r. Po przeszło siedemdziesięciu latach w 1910 roku w Paryżu powołano Ligę Konsumentów.

Inną historię ochrony konsumentów mają kraje skandynawskie, w których państwo tradycyjnie ingeruje w życie gospodarcze. Pierwszym krokiem w kierunku ustanowienia instytucjonalnych form ochrony konsumentów było powołanie w Szwecji w 1809 r. komisarza parlamentarnego – ombudsmana, który z czasem stał się faktycznym rzecznikiem praw konsumentów.

Jeśli chodzi o naszą część Europy, to pierwszą i przez wiele lat jedyną organizacją konsumencką w Europie Środkowej i Wschodniej była, zarejestrowana 7 lipca 1981r., Federacja Konsumentów. Od samego początku zasady jej działalności były i są tożsame z tymi, którymi kierują się organizacje konsumenckie w krajach gospodarki rynkowej.

Mimo tak długiej historii ruchu konsumenckiego, kształtowania praw zgodnie z rozwijającym się rynkiem oraz zmieniającą się rzeczywistością gospodarczą i społeczną naprawdę jest, o co nadal upominać się,

stanowczo egzekwować przysługujące nam prawa, nie godzić się na różne niekorzystne praktyki rynkowe.

Nowy – nienowy?

Czy robiąc zakupy w renomowanym sklepie masz pewność, że zawsze otrzymujesz towar nowy? Czy masz pewność, że nikt wcześniej z niego nie korzystał, nie używał go? A co powiedziałbyś, gdyby rzeczywistość okazała się czasem zupełnie inna?

Do refleksji nad tak postawionymi pytaniami zmusiły prawników Federacji Konsumentów sygnały otrzymywane bezpośrednio od samych zainteresowanych, czyli od konsumentów. Coraz częściej mamy do czynienia z opiniami wskazującymi, że produkty wprowadzane do obrotu nie zawsze były nowe.

Okazuje się bowiem, iż niektórzy przedsiębiorcy umożliwiają swoim pracownikom czasowe wypożyczanie oferowanych przez nich towarów – książek, płyt CD i DVD, gier komputerowych, czasem również urządzeń elektronicznych. Powodem takiego zachowania sprzedawców – jak tłumaczą - jest chęć podniesienia wiedzy pracowników o oferowanych towarach, aby potem jak najefektywniej mogli oni służyć pomocą osobom zainteresowanym zakupem danego towaru. Zachowanie takie, na tym etapie, oczywiście nie jest jeszcze naruszeniem prawa. Problem pojawia się w momencie zwrotu wypożyczonej rzeczy przez pracownika sklepu. Z otrzymanych przez Federację Konsumentów informacji wynika, iż zazwyczaj ponownie trafia ona do sprzedaży jako towar nieużywany, pełnowartościowy. Tylko nieliczni przedsiębiorcy podejmują decyzję o zakwalifikowaniu takich produktów jako tzw. „rzeczy z ekspozycji”, co skutkuje nieznacznym obniżeniem ich ceny.

Co to oznacza dla konsumentów? Między innymi to, że za tę samą cenę co towar faktycznie nowy, otrzymują oni rzecz o mniejszej wartości, a często także i niższej jakości. Nieświadomi praktyk stosowanych przez przedsiębiorców mogą nabyć produkt uszkodzony lub niekompletny, co może skutkować żmudną, czasochłonną, a nierzadko także kosztowną procedurą reklamacyjną.

Dodatkowo, wyżej opisane praktyki, stosowane przez sprzedawców naruszają przepisy prawa, które wskazują wyraźnie, że „nieuczciwą praktyką rynkową jest praktyka sprzeczna z dobrymi obyczajami, która w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu”. Ponadto, „za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, w szczególności poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji o produkcie”.

A więc brak informacji o wcześniejszym używaniu produktu należy uznać za nieuczciwość. Dodatkowo kwestia odstąpienia od umowy i zwrotu zakupionych towarów. Zasadą jest, że w przypadku produktów kupionych w sklepach stacjonarnych, tradycyjnych nie np. internetowych, nie ma możliwości zwrotu towaru i zależy on tylko i wyłącznie od dobrej woli sprzedawcy. Inaczej rzecz wygląda, gdy kupujemy w sklepie internetowym – możemy towar zwrócić, ale nie każdy i nie zawsze. W przypadku niektórych produktów, zgodnie znowu z przepisami, „(...) prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych **po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania**”.

Oznacza to, że konsument, który płaci za płytę, po jej rozpakowaniu nie ma prawa jej zwrócić, bo mógł jej używać, ale wolno mu zapłacić za używaną przez kogoś i powtórnie zapakowaną płytę i jeszcze nic o tym nie wie?

W związku z tym Federacja Konsumentów, zaniepokojona zgłaszanymi przez konsumentów informacjami, chce wyrazić wyraźny sprzeciw przeciwko tego typu praktykom stosowanym przez przedsiębiorców. Uważamy, że jawnie naruszają one obowiązujące prawo, dobre obyczaje, a także zbiorowy interes konsumentów. Brak jednoznacznej informacji co do jakości sprzedawanych produktów w sposób znaczący wpływa na podejmowaną przez konsumentów decyzję o zakupie. Jesteśmy zdania, że konsument powinien być poinformowany o tym, że nabywa towar używany, być może także niepełnowartościowy. To od konsumenta powinno zależeć, czy godzi się na zakup takiego produktu.

Uwaga! Operatorzy znaleźli nową lukę w prawie telekomunikacyjnym

Jak na razie na rynku telekomunikacyjnym znalazł się jeden śmiełek, który skutecznie od kilku miesięcy oferuje konsumentom, rzecz jasna w dużej mierze osobom starszym, tablety w iście promocyjnej cenie. Rzecz dotyczy również szerszego asortymentu urządzeń, poczynając od smartfonów, kończąc na laptopach. Z niepokojem należy patrzeć w przyszłość, jeśli pozostała trójka operatorów komórkowych pójdzie jego śladem.

Sytuacja zwykle zaczyna się w podobny sposób. Konsument otrzymuje informację - przez telefon lub podczas wizyty w salonie - że „za wspaniałą i długotrwałą współpracę” operator chce konsumenta nagrodzić jakimś urządzeniem w bardzo promocyjnej cenie. Konsumentowi niestety nie zapala się czerwona ostrzegawcza lampka, że z usług operatora korzysta stosunkowo niedługo, a i wybrany abonament nie należy do tych z najwyższej półki. Wielu konsumentów podpisuje umowę jako czystą formalność potwierdzającą odbiór prawie darmowego, za 1 zł, urządzenia, nie wiedząc o wieloletnim

zobowiązaniu. Ci bardziej doświadczeni mają świadomość, że operator promocję „odbierze sobie” w abonamentach płaconych przez jakiś czas co miesiąc. Ale mimo wszystko decydują się na zakupów **droższego** niż na wolnym rynku urządzenia, jednak z płatnością rozłożoną w czasie. Rzecz jasna konsumenci należący do tej grupy sądzą, że okres zobowiązania wynosi tyle, ile ich umowa o usługę. Tu właśnie pojawia się problem.

Nowelizacja ustawy Prawo telekomunikacyjne ze stycznia 2013 r. wprowadziła zapis, z którego wynika, że umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie może obowiązywać przez okres dłuższy niż 24 miesiące. Jest kilka powodów dla skonstruowania takiego zapisu. W pierwszej kolejności chodzi o wprowadzenie konkurencyjności na rynku telekomunikacyjnym. Skoro konsument może przenosić numer od operatora do operatora, tzn. że podpisze umowę z tym, który zaoferuje mu korzystniejsze warunki, lepsze urządzenie itp. A im częściej konsument będzie miał taką możliwość, tym lepiej. A rzeczą oczywistą jest, że konsument, jeśli nie zachodzą inne indywidualne przesłanki, zmieni operatora dopiero po zakończeniu promocji, czyli bez kary umownej. Drugim i przekładającym się wprost na prawa konsumenta powodem jest okres, w którym konsument może dochodzić roszczeń w razie uszkodzenia urządzenia. W przypadku niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową okres ten wynosi 2 lata. Oczywiście gwarancja może przewidywać dłuższy termin, jednak z samego dokumentu gwarancyjnego trudno wyczytać realne prawa i obowiązki konsumenta.

Co więc takiego robi sprytny operator, aby obejść przepisy prawa? Otóż operator zawiera z nami **dwie odrębne umowy**. Nie jak dotychczas - pakiet usługa z telefonem i wspólną karą umowną. W chwili obecnej operator sprzedaje osobno usługę na 24 miesiące z karą 600 zł, a następnie urządzenie, np. tablet w 49 ratach – wartość urządzenia ok. 2.401,00 zł. Pierwsza faktura opiewa przykładowo na 1 zł płatne w trakcie podpisywania umowy. Po miesiącu przychodzi następna faktura, na której widnieje abonament 30 zł i **rata** za urządzenie w kwocie 30 zł. Takie rachunki, oczywiście oprócz dodatkowych opłat za wykonywane połączenia, konsument otrzymuje przez 24 miesiące. Po ich upływie ma prawo przenieść numer do innego operatora lub nawet w ramach tego samego zawrzeć nową umowę z tańszymi usługami i nowym urządzeniem. Przez kolejne jednak 24 miesiące, niezależnie od nowej taryfy i faktur za nowy abonament, konsument będzie spłacał w ratach dotychczasowemu operatorowi kwotę 70 zł miesięcznie za samo urządzenie.

Takie działanie operatora niesie ze sobą również inne ryzyko. Jeśli w trakcie trwania promocji w ciągu pierwszych 24 miesięcy dojdzie do jakiegoś nieporozumienia między konsumentem a operatorem, to w przypadku rozwiązania umowy z winy konsumenta, operator naliczy karę umowną za okres pozostały do końca trwania umowy i zażąda natychmiastowej spłaty rat za urządzenie. Oznacza to, że - zrywając

umowę w 10 miesiącu - konsument otrzyma fakturę na kwotę: 350 zł za abonament i 2.100 zł za urządzenie. Kwota niewątpliwie duża, jak na jednorazową wpłatę.

Co można zrobić dopóki działanie operatora nie zostanie uznane za obejście prawa lub stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych? Jak zwykle, przede wszystkim musimy czytać umowy. Informacja o rozdzielonej sprzedaży znajduje się w wyróżnionym okienku umowy, a na odwrocie faktury znajduje się harmonogram spłat w 49 ratach. Podpisanie takiej umowy jest dla konsumenta wielce niekorzystne. Trzeba jednak pamiętać, że w wypadku podpisania takiego dokumentu konsument będzie związany jego zapisami nawet, jeśli nie do końca się z nimi zgadza. Cóż, to jest właśnie swoboda zawierania umów.

Finansowa gilotyna

Moja babcia ma 70 lat. Całe życie była nauczona żyć skromnie i ciężko pracowała. Odkładała na czarną godzinę. Dawniej oszczędzała na książeczkę mieszkaniowej, potem namówiono ją na terminowe lokaty bankowe, na których można troszeczkę więcej zyskać, a inwestycja jest w zasadzie bezpieczna. I tak sobie oszczędzała bezpiecznie. Do czasu niestety. Odwiedziłam ją niedawno i zastałam całkowicie załamana. Opowiedziała mi, jak poszła pół roku temu do banku przedłużyć lokatę terminową, na której miała oszczędności całego życia – 35 000 zł. Zaproponowano jej nowszą lokatę, taką z ubezpieczeniem, na której można więcej zarobić. A wczoraj poszła ją zlikwidować. Potrzebowała pilnie pieniędzy na operację jaskry. Okazało się, że trzeba ją zrobić natychmiast, bo grozi jej ślepotą, a najwcześniejszy termin z NFZ był za dwa lata. Ale to, co dostała po likwidacji tej „nowoczesnej lokaty”, to 5% tego, co wpłaciła – czyli 1750 zł !!! Myślę, „to jakaś pomyłka”. Ale pokazała mi dokumenty. Niewiele z nich zrozumiałam, ale wiem jedno, to na pewno nie była bezpieczna lokata bankowa. Przecież tak nie powinno być.

Wiele osób zgłasza się do Federacji Konsumentów z podobną historią. Zresztą nie dotyczy to wyłącznie osób starszych, ponieważ POLISOLOKATY, czyli produkty grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z funduszem kapitałowym oferowane są wszystkim nam konsumentom w każdej grupie wiekowej. Zamiast lokaty bankowej albo jako lokata bankowa lub też po prostu super opłacalna inwestycja. A co to właściwie jest i jaki jest główny problem z tym produktem?

Niełatwo jest nam zwykłym Kowalskim wytłumaczyć i zrozumieć mechanizm działania polisolokat. Nie jest to ani standardowa umowa ubezpieczenia, ani też nie jest to typowa umowa inwestycyjna. Jest to swoista hybryda tych dwóch. Na czym to polega? Otóż konsument podpisuje zazwyczaj deklarację przystąpienia do umowy grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z funduszem kapitałowym. W ramach tej umowy konsument wpłaca swoje oszczędności jako tzw. pierwszą składkę w umowie

ubezpieczenia i zazwyczaj zobowiązuje się do kolejnych wpłat np. raz na rok, raz na miesiąc, przez określony czas. Ponieważ są to produkty długoterminowe ten czas to zwykle minimum 10 lat. Zdecydowana większość naszych wpłaconych środków, często nawet 100 %, inwestowana jest w fundusze inwestycyjne. Innymi słowy, ubezpieczyciel kupuje za te środki jednostki funduszy kapitałowych i od tej pory na rachunku całej umowy nie ma już „gotówki”, a mamy jednostki uczestnictwa. Jak wiadomo inwestowanie w fundusze kapitałowe obciążone jest mniejszym lub większym ryzykiem straty, a zależy to od tego, w co dany fundusz inwestuje. Możemy zatem zyskać, ale możemy też stracić, nawet jak dotrwamy do końca umowy. Nie ma żadnej gwarancji zysku. Ale to nie koniec atrakcji. Ubezpieczyciel nalicza z tytułu zarządzania naszymi środkami szereg opłat np.: opłata za ryzyko, opłata za administrowanie, opłata za zarządzanie, przy czym najdotkliwsza staje się dla konsumenta opłata likwidacyjna. Rezygnacja z umowy przed terminem jej zakończenia wiąże się z naliczeniem opłaty likwidacyjnej w wysokości nawet do 95 % wpłaconych przez nas środków.

I niby wszystko mamy napisane w kilkudziesięciostronicowych regulaminach. I niby wszystko opatrzone naszym podpisem, czyli przeczytaliśmy przed podpisaniem. Prawda jest jednak taka, że produkty te są oferowane zamiast lokaty bankowej, bardzo często bez odpowiedniego wytłumaczenia mechanizmu ich działania. I konia z rzędem temu, kto po przeczytaniu deklaracji przystąpienia i regulaminów od razu zrozumie, na czym polega ten produkt, ponieważ dokumenty napisane są trudnym językiem a i sam mechanizm działania jest skomplikowany. I co z tego, że Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zakwestionował zbyt wygórowaną opłatę likwidacyjną. Interes kwitnie zarabiają banki, ubezpieczyciele i pośrednicy a my konsumenci na tym wszystkim ponosimy jedynie RYZYKO!!!

Reasumując, co jest nie tak?

- niejasny charakter prawny tego typu produktów - produkt hybrydowy, który wbrew nazwie ciężko uznać za ubezpieczenie;
- zawierane na długi okres - od kilku do kilkunastu lat - o czym klienci często nie są informowani;
- w bardzo wielu przypadkach produkty te są przedstawiane konsumentom jako tradycyjne, bezpieczne lokaty bankowe;
- wzorce umowne nagminnie nie są dostarczane;
- umowy polisolokat przewidują nakładanie na klienta licznych opłat, takich jak: opłata za ryzyko, opłata za zarządzanie, opłata za administrację. Nie do końca wiadomo, jakie świadczenie przedsiębiorcy jest ekwiwalentem tych opłat - przykładowo konsument ponosi opłatę za ryzyko, którym... sam jest obciążany;

- zawiłe i niezrozumiałe sformułowania we wzorcach;
- opłaty likwidacyjne w wysokości oderwanej od kosztów rozwiązania umowy - czasami 100% a nawet 200 % wpłaconego kapitału – niedozwolona klauzula w umowach z konsumentami;
- banki niekiedy uzależniają udzielenie kredytów od zawarcia umowy polisolokaty, co jest niezgodne z prawem;
- w przypadku wielu z tych produktów zysk konsumenta jest de facto niemożliwy;
- pomimo wystosowania przez Federację Konsumentów kilkudziesięciu interwencji prawnych tylko w jednym wypadku ubezpieczyciel zdecydował się na zawarcie z konsumentem ugody.

Co z tym zrobić? Czyli co uważamy, że powinno być zrobione i czego jako organizacja konsumencka będziemy się domagać?

- najbardziej pożądanym rozwiązaniem byłoby **całkowite wyeliminowanie** tego typu produktów z rynku;
- warunkiem minimalnym powinno być spowodowanie **obniżenia opłaty likwidacyjnej** do poziomu rzeczywistych kosztów rozwiązania umowy oraz **wyeliminowanie opłat, za które konsument nie otrzymuje żadnego świadczenia w zamian**;
- konieczne jest również zapewnienie rzeczywistego dostarczania wzorców umownych.

Poprawiamy sobie samopoczucie na wiosnę?

Wraz ze zbliżającą się wiosną zdarzy nam się podjąć decyzję o odświeżeniu lub o odmienieniu swojego wyglądu. Cera zmęczona brakiem słońca oraz przebywaniem w przegrzanych pomieszczeniach domaga się odżywienia i regeneracji. Podobne sygnały „wysyłają” nam włosy, które całą zimę ukrywamy pod czapkami i kapturami płaszczy. W takich sytuacjach zwykle decydujemy się na pomoc specjalisty i skorzystanie z usług salonów fryzjerskich i kosmetycznych. Czy poza źle wykonaną usługą na konsumenta mogą czyhać tam dodatkowe, nieprzyjemne niespodzianki? Niestety, odpowiedź okazuje się czasem twierdząca.

Do Federacji Konsumentów coraz częściej zgłaszają się klienci zaniepokojeni celowym zawyżaniem opłat za usługi oferowane przez fryzjerów i kosmetyczki. Praktyka w większości przypadków jest podobna. Konsument lub konsumentka zapisuje się na jeden z zabiegów upiększających urodę. Przed rozpoczęciem jego wykonywania zostają oni poinformowani o cenie usługi, na którą zazwyczaj się godzą. W trakcie wykonywania czynności są im jednak proponowane dodatkowe zabiegi, takie jak nałożenie

maseczki lub zastosowanie odżywek. Konsumenci, sądząc że są to kolejne etapy zamówionej usługi, chętnie się na nie godzą. Dopiero w momencie płacenia za już zrealizowaną usługę okazuje się, że wszystkie dodatkowe świadczenia również są płatne, a końcowa cena zabiegu znacznie przekracza tę ustaloną na początku.

Federacja Konsumentów pragnie wyraźnie podkreślić, że takie praktyki stosowane przez przedsiębiorców stanowią naruszenie obowiązującego prawa. Ustawa o cenach wskazuje, że „w miejscach świadczenia usług uwidacznia się (...) ceny jednostkowe usług w sposób zapewniający prostą i niebudzącą wątpliwości informację o ich wysokości (...)”.

Należy pamiętać, iż podawanie cen usług w sposób jasny i precyzyjny **jest obowiązkiem przedsiębiorcy, a konsument nie może być obciążany dodatkowymi kosztami, jeśli wcześniej nie został uprzedzony o ich naliczaniu.**

Reklamacja rachunku telefonicznego – płacić czy nie?

Podstawowa zasada - **do czasu zakończenia postępowania reklamacyjnego zobowiązani jesteśmy do opłacenia faktury w wysokości niespornej.**

Co to oznacza w praktyce? Kiedy dostajemy fakturę za usługi telekomunikacyjne i budzi ona nasze wątpliwości, powinniśmy złożyć reklamację. Żeby była ona skuteczna, powinna zawierać nasze dane: imię, nazwisko, numer telefonu lub numer ewidencyjny, ale także dokładne określenie przedmiotu reklamacji, okresu którego dotyczy faktura i żądania wobec operatora. Reklamację można złożyć telefonicznie, osobiście do protokołu w placówce operatora, żądając potwierdzenia na kopii, lub pisemnie (pamiętamy o podpisie), a nawet mailem. W reklamacji powinniśmy dokładnie określić, czego oczekujemy. Jeśli żądamy korekty faktury i obniżenia jej wysokości, powinniśmy policzyć, jaką kwotę reklamujemy. Pozostała kwota, nieobjęta reklamacją, jest wymagalna niezależnie od toczącego się postępowania reklamacyjnego i należy ją zapłacić w terminie, wpisując w tytule „niesporna część faktury nr...”. Jeśli wyliczenie kwoty spornej jest niemożliwe, dobrym rozwiązaniem jest zapłacenie abonamentu przewidzianego umową, o ile ta pozycja jest zafakturowana prawidłowo.

Złożenie reklamacji rozpoczyna postępowanie reklamacyjne. Od tego dnia wymagalność spornej kwoty jest zawieszona, a operator nie ma prawa naliczać od niej odsetek ani wyłączyć nam telefonu w trybie windykacyjnym. Zawieszenie takie trwa aż do rozpatrzenia reklamacji. Jeśli operator mimo złożonej reklamacji, przed jej rozpatrzeniem, wyłączy nam usługi, choćby tylko połączenia wychodzące, będzie nam przysługiwać odszkodowanie za przerwę w świadczeniu usług. Przypomnieć należy, że brak

odpowiedzi od operatora w terminie 30 dni od złożenia reklamacji oznacza uznanie roszczeń klienta przez operatora. Dlatego m.in. warto precyzyjnie określić wysokość reklamowanej kwoty.

Federacja Konsumentów

ul. Ordynacka 11 lokal 1

00-364 Warszawa

Tel. 22 827 11 73

Fax. 22 827 51 05

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