



SENIOR JAKO KONSUMENT

dr Sławomir Koroluk

adwokat

www.koroluk.pl



KTO TO JEST KONSUMENT?

tylko **OSOBA FIZYCZNA**

gdy dokonuje czynności prawnej z **PRZEDSIĘBIORCĄ**

(czynność ta nie łączy się z ewentualnie prowadzoną działalnością gospodarczą)



CZY KONSUMENT JEST SŁABSZĄ STRONĄ UMOWY?

„Balcerowicz v. Łetowska”

mniejsza wiedza specjalistyczna

mniejsze doświadczenie

mniejszy potencjał na prowadzenie sporu

“zatomizowanie” konsumentów (organizacje konsumenckie) **versus** zjednoczenie przedsiębiorców (“frankowicze” i ZBP)

CZY KONSUMENT JEST SŁABSZĄ STRONĄ UMOWY?

Kazus: osoby poszkodowane t.zw. szkodami zalaniowymi (zalanie mieszkania) otrzymujące świadczenie odszkodowawcze od ubezpieczyciela

Dane PIU: spośród tych poszkodowanych, którzy zgłosili sprawę do ubezpieczyciela sprawcy z OC zdecydowana większość uznała otrzymane odszkodowanie za zbyt niskie.

Jednak tylko 17% spośród tych osób zdecydowała się na dochodzenie dalszych roszczeń przed sądem

Determinacja jednak rośnie tym bardziej, im wyższa jest wartość dochodzonego roszczenia (wyższa jest przy szkodach komunikacyjnych, a najwyższa - przy szkodach osobowych)



JAKI MODEL KONSUMENTA PRZYJMUJEMY? JAKI MODEL OCHRONY?

Konsument naiwny i bezkrytyczny?

Konsument rozsądny?

Orzecznictwo: „doceniamy słabszą pozycję konsumenta, ale mimo to wymagamy od konsumenta rozsądnej oceny i racjonalnych zachowań – nie chronimy lekkomyślności i beztroski”



SENIOR JAKO KONSUMENT

Częsty brak motywacji do prowadzenia sporu („zespół kruchości”)

Istotny aspekt moralny (wiara w uczciwość drugiej strony, chęć realizacji kontraktu i np. nie posiadania zadłużenia)

Konserwatyzm (niechęć do „nowinek”)

Większa wnikliwość (niekiedy więcej czasu na studiowanie własnej sytuacji prawnej)

Wiara w więzi (rodzinne, środowiskowe – chęć pomocy, zabezpieczanie rodziny, pomoc sąsiadom, np. poręczanie)

Zdrowie – bardziej, niż dobra materialne



WYZWANIA PRZED OCHRONĄ KONSUMENTA JAKO SENIORA

Potrzeba kompleksowego wsparcia:

- **wertykalnie** (różne płaszczyzny aktualnie prowadzonego sporu; rozwiązaniem może być wsparcie środowiskowe);
- **horyzontalnie:** („od zachorowania do rehabilitacji” - od problemu do egzekucji)

Medycyna (telemedycyna) – główne pole przyszłych relacji konsumenckich, szczególnie wobec osób starszych



CO JEST POTRZEBNE DO PROWADZENIA SPORU

wiara w powodzenie (oparta na wiedzy)

doświadczenie w prowadzeniu sporów

umiejętność poruszania się w procedurach

doświadczenie

determinacja i odporność psychiczna



TROCĘ HISTORII

"Mała Stabilizacja" '50/początek '80

Początki świadomości konsumenckiej - lata '80

"Wolna amerykanka" (Zmiany wolnorynkowe w Polsce 1989/1990)

Odzyskiwanie kontroli przez państwo nad gospodarką - od połowy lat '90

Sprawa Mazovii (1994) i ustawa o usługach turystycznych 1997

"Europejskie przygotowania" do 2004

Poeuropejska refleksja



GDZIE KONSUMENT MOŻE SZUKAĆ WSPARCIA

Powiatowy Rzecznik Konsumentów

Nieodpłatna pomoc prawna

Postępowania mediacyjne (polubowne)

Organizacje społeczne

Firmy odszkodowawcze (konsorcja poszkodowanych) - czy warto?



RADY PRAWNIKA

czytanie dokumentów - nie ulegać presji czasu

odwagi i wytrwałości (przewalczmy 17%)

czytanie pouczeń o procedurach odwoławczych

korzystać z instytucji publicznych i organizacji społecznych

Ilość przechodzi w jakość (praktyka ubezpieczeniowa w zakresie roboczogodzin)