



**Powiatowy Rzecznik Konsumentów  
Starostwo Powiatowe we Wrocławiu  
50-440 Wrocław, ul. Tadeusza Kościuszki 131**

tel. / fax + 48 / 71 / 72 21 700 e-mail: [prk-wroclaw@powiatwroclawski.pl](mailto:prk-wroclaw@powiatwroclawski.pl) tel. / fax + 48 / 71 / 72 21 706

---

## **SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI**

### **POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW WE WROCŁAWIU**

**ZA ROK 2010**

<b>ZATWIERDZIŁ:</b>	<b>ANDRZEJ SZAWAN STAROSTA POWIATU WROCŁAWSKIEGO</b>
---------------------	--

**WROCŁAW, MARZEC 2011**

## I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

*Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy (ilość zatrudnionych osób oraz ich kwalifikacje zawodowe)*

W myśl art. 4 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz.U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1592 ze zm.) powiat wykonuje określone ustawami zadania publiczne o charakterze ponadgminnym w zakresie ochrony praw konsumenta, które realizowane są jako zadania własne samorządu.

Uchwałą Rady Powiatu Wrocławskiego z dnia 15 marca 2000 r. powołany zostałem na stanowisko Powiatowego Rzecznika Konsumentów, którego zadania, w szczególności:

- 1) zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz
- 2) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

do chwili obecnej wykonuję codziennie w godzinach pracy Starostwa, równocześnie z obowiązkami Dyrektora Wydziału Organizacyjnego. Nie posiadam osobnego biura rzecznika.

W wykonywaniu moich obowiązków korzystam odpowiednio z pomocy dwóch pracowników Wydziału Organizacyjnego, tj.:

- Łukasza Cieślaka – absolwenta studiów stacjonarnych prawa na Uniwersytecie Wrocławskim, doktoranta na Wydziale Prawa, Administracji i Ekonomii UW r oraz
- Grzegorza Misia – absolwenta studiów stacjonarnych prawa na Uniwersytecie Wrocławskim, aplikanta radcowskiego

## II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

### 1. *Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów*

W zakresie prowadzonej działalności udziela się porad prawnych w sprawach konsumenckich. Poradnictwo odbywa się listownie, drogą telefoniczną, za pośrednictwem poczty elektronicznej lub ustnie w siedzibie Starostwa.

### 2. *Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów*

W toku wykonywania obowiązków nie stwierdziłem potrzeby podejmowania tego typu aktywności.

### 3. *Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów*

Uznając za zasadne zajęcia stanowiska przez przedsiębiorcę, w 176 przypadkach występowałem pisemnie do kontrahenta konsumenta. Wystąpienia takie często skutkowały pozytywnym zakończeniem sporu pomiędzy

konsumentem a przedsiębiorcą. W wielu przypadkach przedsiębiorcy podejmowali również pisemną polemikę z przedstawionym przeze mnie stanowiskiem. W 1 sprawie, z uwagi na brak odpowiedzi przedsiębiorcy, złożyłem zawiadomienie o popełnieniu wykroczenia do policji w trybie art. 114 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.)

#### *4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów*

Na podstawie 4 moich zgłoszeń Prezes UOKiK wszczął 3 postępowania u przedsiębiorców, których przedmiotem jest podejrzenie stosowania niedozwolonych postanowień umownych oraz naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Prowadząc pisemną korespondencję z przedsiębiorcami i konsumentami proponowałem obu stronom podjęcie próby polubownego załatwienia sporu przed polubownym sądem konsumenckim, działającym przy Wojewódzkim Inspektoracie Inspekcji Handlowej we Wrocławiu – w szczególności w sprawach jakości obuwia i odzieży. Z uwagi na negatywne stanowiska przedsiębiorców żaden spór nie został poddany pod rozstrzygnięcie temu sądowi.

W siedzibie Starostwa udostępniam materiały edukacyjne dotyczące tematyki ochrony konsumentów, wydawane przez UOKiK i inne instytucje. Materiały te cieszą się dużym zainteresowaniem obywateli.

Celem podnoszenia jakości prowadzonych działań zarówno ja, jak i pracownicy Wydziału Organizacyjnego, braliśmy udział w szkoleniach z zakresu prawa konsumenckiego, organizowanych m.in. przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Krajowy Rejestr Długów.

#### *5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań*

W 14 przypadkach konsumenci dochodzili swoich praw na drodze sądowej, na podstawie pozwów sporządzonych przez rzecznika.

W 3 sprawach przystąpiłem do postępowania wszczętego przez konsumentów, a w jednym przypadku zgłosiłem sądowi istotny dla sprawy pogląd. W rozprawach sądowych brali udział upoważnieni przeze mnie pracownicy Wydziału Organizacyjnego.

Z uwagi na ilość prowadzonych spraw nie było możliwości czasowych na wstąpienie do większej ilości postępowań.

W porównaniu do lat ubiegłych zauważyć można zwiększenie zainteresowania konsumentów kierowaniem spraw na drogę sądową. W następnych latach może to skutkować koniecznością silniejszego zaangażowania rzecznika na tym polu działalności. Będzie to tym ważniejsze, że w ostatnim czasie weszła w życie ustawa z dnia 17 grudnia 2009 r. o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym (Dz.U. z 2010 r. Nr 7, poz. 44).

#### *6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym*

W ciągu zeszłego roku regularnie publikowałem artykuły o tematyce konsumenckiej w lokalnym dwutygodniku powiatowym „Express Wrocławski-Powiat”. Z uwagi na zwiększenie ilości wpływających spraw pod koniec 2010 r. publikacje zostały tymczasowo wstrzymane.

W siedzibie Starostwa udostępniane są na bieżąco materiały edukacyjne dotyczące prawa konsumenckiego.

7. *Podjęcie działań wynikających z:*

- *art. 479 (38) Kpc (niedozwolone postanowienia umowne),*  
W toku wykonywania moich obowiązków nie było potrzeby korzystania z tego uprawnienia ustawowego.
- *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,*  
W toku wykonywania moich obowiązków nie było potrzeby korzystania z tego uprawnienia ustawowego.
- *ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,*  
W toku wykonywania moich obowiązków nie było potrzeby korzystania z tego uprawnienia ustawowego.
- *art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)*  
W toku wykonywania moich obowiązków nie było potrzeby korzystania z tego uprawnienia ustawowego.
- *art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)*

W jednym przypadku przedstawiłem sądowi istotny dla sprawy pogląd. Pogląd ten został uwzględniony i konsument wygrał sprawę.

**III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW**

*1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów*

Ze zgłoszonych spraw jak też z obserwacji własnych, chciałbym zwrócić uwagę Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów na niektóre praktyki przedsiębiorców, które w moim przekonaniu naruszają dobre obyczaje i interesy konsumentów:

1) Na pierwszy plan wysuwają się umowy deweloperskie i inne związane z obrotem nieruchomości. Przedsiębiorcy nagminnie stosują klauzule niedozwolone – zarówno te wpisane do rejestru klauzul prowadzonego przez Prezesa UOKiK, jak i te jeszcze tam nieujęte. Tymczasem konsumenci, którzy nieraz wielkim wysiłkiem zebrali środki na zakup nieruchomości wolą godzić się na krzywdzące ich postanowienia umowne, bojąc się utraty szans na własne lokum. Przedsiębiorcy z tzw. branży deweloperskiej wiedząc o tym uporczywie nie przestrzegają zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów, korzystając z ambiwalentnego rozumienia zasady swobody umów. Wydaje się, że w związku z powyższym należałoby rozważyć ponowne przeprowadzenie przez Prezesa UOKiK kontroli wzorców umownych w omawianym zakresie. Warto zauważyć, że ostatnia kontrola w tym zakresie zakończyła się w lipcu 2007 r. (źródło: Raport na stronie Uokik.gov.pl). Duże oczekiwania wiążę z inicjatywą ustawodawczą w zakresie uregulowania tzw. umów deweloperskich w Kodeksie cywilnym.

2) Warto podnieść zagadnienie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Przedsiębiorcy organizujący swoją działalność w sposób umożliwiający ich zawieranie często odsuwają od siebie odpowiedzialność za niezgodność towaru z umową, wykorzystując przelotność

kontaktu z przedsiębiorcą (lub jego przedstawicielem), co utrudnia konsumentom dochodzenie swoich praw, gdy sprzedawany w ten sposób sprzęt (np. AGD) bywa wadliwy. Przedsiębiorcy często pomijają konieczność potwierdzenia na piśmie istotnych treści umowy najpóźniej z chwilą spełnienia świadczenia. Remedium na opisane sytuacje mogłaby być nowelizacja przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 274 z późn. zm.), zmierzająca do wydłużenia czasu, który konsument ma na zastanowienie się – np. poprzez wprowadzenie terminu 10-dniowego na odstąpienie od umowy liczonego dopiero od chwili otrzymania pisemnego potwierdzenia istotnych warunków umowy. Zmiana taka mogłaby dotyczyć obu ww. typów umów.

3) Kolejnym problemem zgłaszanym przez konsumentów jest kwestia sposobu dokonywania zmian regulaminów i opłat abonamentowych przez operatorów telekomunikacyjnych (przede wszystkim telewizje cyfrowe). Powszechną praktyką jest wysyłanie informacji o zmianach przy pomocy listów zwykłych i stosowanie przy tym fikcji doręczenia. Stanowi to ewidentne naruszenie art. 60a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171 poz. 1800 z późn. zm.). Konsument często otrzymuje informację o zmianie regulaminu po terminie wyznaczonym samowolnie przez przedsiębiorcę i nie ma tym samym możliwości odstąpienia od umowy bez ponoszenia kosztów. Znane są mi również przypadki, w których konsument w ogóle nie otrzymywał informacji o zmianie, a operator stosował osobiwie pojętą fikcję doręczenia („skoro list został wysłany na adres konsumenta to oznacza, że został doręczony”). Działanie takie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i narusza zbiorowe interesy konsumentów. Rozwiązaniem powyższego problemu mogłaby być nowelizacja art. 60a ust. 1 pkt 1 ustawy poprzez wprowadzenie obowiązku doręczenia konsumentowi stosownej informacji w taki sposób, aby konsument miał realną możliwość zapoznania się z nią.

4) Istotnym problemem jest również coraz częstsza praktyka agresywnego dochodzenia przedawnionych należności (nierzadko już dawno uregulowanych). Jaskrawym przykładem jest tu firma dochodząca należności za pościel sprzedawaną 8 lat temu na pokazach osobom starszym. Pomimo uregulowania ceny gotówkowo podczas pokazu, firma ta usiłuje wyłudzić pieniądze wysyłając agresywne wezwania do zapłaty. Po tak długim okresie od zakupu większość konsumentów nie ma już dowodów zapłaty.

Powyższa sytuacja, pomimo ewidentnej bezprawności, może jednak wywołać bardzo niekorzystne skutki dla konsumentów z uwagi na istotną lukę prawną w ustawie z dnia 9 kwietnia 2010 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych (Dz.U. Nr 81 poz. 530 z późn. zm.). Treść ustawy nie przewiduje zakazu umieszczania w biurach informacji gospodarczej informacji o świadczeniach przedawnionych. Jest to bardzo istotne zagrożenie z uwagi na fakt, że niewiele osób przechowuje dowody uiszczenia cen za towary lub usługi dłużej niż przez okres 2 lat (okres odpowiedzialności sprzedawcy za wady). W przypadku umieszczenia nieprawdziwej informacji o zadłużeniu, konsument nie ma możliwości obrony i musi ponosić negatywne konsekwencje wpisu.

5) Kwestią, która wymagałaby nowego podejścia jest wykorzystanie efektów kontroli prowadzoną przez Inspekcję Handlową. Warto byłoby podawać do

publicznej wiadomości nie tylko statystyczne podsumowania kontroli, ale oznaczenia przedsiębiorców, których produkty czy działalność wzbudziła zastrzeżenia Inspekcji – w szczególności gdy sprawa dotyczy jakości artykułów spożywczych i kosmetyków. Prezes UOKiK może w tym zakresie działać na mocy przepisu art. 10 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. z 2009 r. Nr 151, poz. 1219, z 2010 r. Nr 182, poz. 1228). Należy też mieć na uwadze, że np. fałszowanie informacji o składzie produktów spożywczych może być uznane za nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu przepisu art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206). Jednak przepisy rozdziału 3 tej ustawy nie nadają Prezesowi UOKiK kompetencji do działań przeciwko nieuczciwym przedsiębiorcom w tym zakresie, co powinno jednak ulec zmianie.

6) Ostatnie – lecz nie najmniej ważne – zagadnienie to problemy konsumentów z dochodzeniem uprawnień z przepisu art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 z późn. zm.). Praktyką powszechnie stosowaną w obrocie stało się „odwołanie od rozpatrzenia reklamacji”, co nie znajduje uzasadnienia w powołanej ustawie. Przedsiębiorcy przyjmują zatem na siebie dodatkowe obowiązki, jednak przy zastosowaniu takich samych kryteriów, jak przy pierwotnym rozpatrywaniu zgłoszenia wad towaru. Konsumenty liczą zaś na zmianę zdania przedsiębiorcy, co jednak nie następuje. Sprawy na takim etapie trafiają do rzecznika konsumentów, który występując do sprzedawców nieraz uzyskuje rozstrzygnięcia korzystne dla słabszej strony umowy. Na podstawie prowadzonych przeze mnie spraw, wydaje się jednak, że przedsiębiorca powinien być ustawowo zobowiązany do odniesienia się do każdego zarzutu kupującego (obecnie często rozpatrzenie reklamacji jest opisem towaru zakończonym jedynie odrzuceniem zgłoszenia) z podaniem rzeczowych argumentów. Oczywiście w razie, gdy odpowiedź przedsiębiorcy była wyczerpująca, a konsument powtarza zarzuty, możliwe byłoby jedynie podtrzymanie poprzedniego stanowiska sprzedawcy.

Nieczytelna pozostaje również regulacja przepisu art. 8 ust. 2 omawianej ustawy, ponieważ zakłada zwrot kosztów „dodatkowych” tylko w razie naprawy lub wymiany towaru, ale nie w przypadku obniżenia ceny czy odstąpienia od umowy – tymczasem koszty te w tych drugich wypadkach nie są mniejsze. Uznanie, że realizacja uprawnień konsumenta jest wolne od opłat w każdym wypadku byłoby także zgodne z duchem przepisu art. 3 dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji – szczególnie w wypadku gdy sprzedaż nastąpiła na odległość.

Ujednoznaczenia wymagałyby również przepis art. 8 ust. 3 ustawy – tak, by nie było wątpliwości, jak liczyć termin 14-dniowy i jak stwierdzać fakt „ustosunkowania się” przedsiębiorcy do żądań konsumenta. W literaturze przedmiotu spotyka się rozbieżne poglądy odnośnie do tego, czy ustosunkowanie się jest oświadczeniem woli, czy jedynie oświadczeniem wiedzy sprzedawcy. Wobec tego trudno orzec, czy można stosować np. zasadę, że pismo nadane przed upływem 14-dniowego terminu uznaje się za nadane w terminie, nawet, gdy konsument będzie się mógł z nim zapoznać po dłuższym czasie.

## 2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników

Z uwagi na wejście w życie rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 stycznia 2011 r. w sprawie instrukcji kancelaryjnej, jednolitych rzeczowych wykazów akt oraz instrukcji w sprawie organizacji i zakresu działania archiwów zakładowych (Dz.U. Nr 14, poz. 67), pojawia się problem co do stosowania przez rzecznika konsumentów instrukcji kancelaryjnej dla starostw powiatowych. Zgodnie z załącznikiem nr 1 do rozporządzenia sprawy oznaczone „Poradnictwo w zakresie ochrony praw konsumenckich” otrzymują numer 732 w jednolitym rzeczowym wykazie akt i mają kategorię archiwalną „A”. Wobec tego, pojawia się trudność, w jaki sposób rzecznik ma archiwizować swoje porady, których udziela na przykład telefonicznie. Należałoby w tym zakresie sprecyzować pojęcie poradnictwa, by nie rodziło powyższych wątpliwości.

## IV. TABELLE

**Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.**

	Ogółem
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>1080</b>
ubezpieczeniowa	81
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	93
remontowo-budowlana	112
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	38
telekomunikacja (telefony, TV)	258
turystyczno-hotelarska	41
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	183
motoryzacja	57
pralnicza	9
timeshare	-
pocztowa	1
gastronomiczna	-
przewozowa	7
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	4
medyczna	-
wyposażenie wnętrz	-
pogrzebowa	-
windykacyjne	5
inne	191
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>874</b>
obuwie i odzież	287
wyposażenie mieszkania	84
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	205
komputer i akcesoria komputerowe	121
motoryzacja	26
artykuły spożywcze	1

artykuły chemiczne i kosmetyki	-
zabawki	-
inne	149
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>172</b>

**Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów.**

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>101</b>	<b>64</b>	<b>9</b>	<b>28</b>
ubezpieczeniowa	13	8	-	5
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	2	2	-	-
remontowo-budowlana	10	5	-	5-
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	3	3	-	4
telekomunikacja (telefon, TV)	27	19	4	4
turystyczno-hotelarska	8	4	-	5
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	13	7	1	1
motoryzacja	4	1	2	-
pralnicza	-	-	-	-
timeshare	-	-	-	-
pocztowa	-	-	-	-
gastronomiczna	-	-	-	-
przewozowa	1	1	-	-
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjna o-sportowa	4	4	-	-
medyczna	-	-	-	-
wyposażenie wnętrz	-	-	-	-
pogrzebowa	-	-	-	-
windykacyjne	-	-	-	-
inne	16	10	2	4
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>59</b>	<b>35</b>	<b>11</b>	<b>13</b>
obuwie i odzież	16	9	4	3
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	13	6	3	4
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	15	11	2	2
komputer i akcesoria komputerowe	-	-	-	-
motoryzacja	-	-	-	-



artykuły spożywcze	-	-	-	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-
inne	15	9	2	4
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>1</b>

**Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.**

Ip	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość powództw ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-	-	-
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-
3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	-	-	-	-
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	2	-	8	10

5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	1	-	3	4
6.	Inne	-	-	-	-
	<b>RAZEM</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>11</b>	<b>14</b>
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	3	-	-	3

Tabela nr 4: Inne zadania:

L.p	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość
1.	Art. 479 (38) Kpc - niedozwolone postanowienia umowne	-
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	-
3.	Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym	-
4.	Art. 42 ust.1 pkt 3uokik – występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów	-
5.	Art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc - przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy	1