

Konsument w energetyce - rzut oka w przyszłość

Kamil Pluskwa-Dąbrowski, Federacja Konsumentów

Rynek energii elektrycznej czeka w nadchodzących latach bardzo ważne zmiany, które wpłyną także na sytuację konsumenta – odbiorcy indywidualnego. Przyczyny tych zmian są już znane. W wielu państwach członkowskich UE pewne procesy już zaszły albo właśnie zachodzą. W Polsce dopiero się zaczynają, albo możemy się ich spodziewać wkrótce, powstaje więc pytanie, jak jesteśmy na nie przygotowani – zarówno jako konsumenci, społeczeństwo, jak i rynek jako całość. Właściwa diagnoza wyzwań, szans i ryzyk jest podstawową przesłanką sukcesu lub porażki w transformacji polskiej energetyki.

Do najważniejszych zmian możemy zaliczyć te o charakterze technologicznym. Tworzenie inteligentnej sieci (**smart grid**) już się zaczęło, choć w różnym tempie i w różnych modelach w poszczególnych częściach Europy, ale też Polski. Rozwój technologii związanych z fotowoltaiką daje szansę na **wytwarzanie energii na własnym dachu** milionom polskich gospodarstw domowych. Elektrooszczędne urządzenia użytku domowego, elektryczne samochody, coraz lepsze i tańsze **małe przydomowe magazyny energii** – to wszystko sprawia, że konsument uzyskuje coraz więcej możliwości. Drugą grupą są zmiany legislacyjne i regulacyjne. Do niedawna słowo konsument w ogóle nie pojawiało się w branży energetycznej – mówiono o odbiorcy paliw i energii w gospodarstwie domowym. Obecnie konsument jest już rozpoznany interesariuszem dla ustawodawcy, regulatora, ale i samego rynku. **Kryteria jakościowe i edukacja konsumentka** są dziś kryteriami oceny działalności spółek energetycznych. Największe koncerny energetyczne wpisały relacje z konsumentami do swoich strategii, a **kolejny pakiet energetyczny** przygotowywany przez Komisję Europejską stawia konsumenta w centralnym miejscu.

Potrzebujemy dobrej diagnozy, gdzie znajdujemy się dzisiaj i jakie są potrzeby oraz oczekiwania konsumentów na rynku energii. Federacja Konsumentów od kilku lat prowadzi badania i analizy, dzięki którym możemy pokusić się o ocenę najważniejszych zagadnień.

Bariery w korzystaniu z praw konsumenckich na rynku energii

Konsumenci energii elektrycznej zostali wyposażeni w szereg uprawnień ustawowych, znanych i stosowanych już w innych sektorach branżowych. W praktyce wykorzystują swoje uprawnienia niezbyt często i niezbyt skutecznie. Powodów takiego stanu jest kilka, najistotniejszym wydaje się

brak wystarczającej wiedzy po stronie konsumentów. Kwestie świadomości omawiamy w dalszej części opracowania. Są jednak również bariery obiektywne, niezależne od konsumentów, których nie sposób usunąć samą edukacją. Oto najważniejsze z nich.

Rynek energetyczny jest jednym z tych sektorów, w których **relacja biznes–klient jest bardzo asymetryczna**. Z jednej strony mamy ogromne przedsiębiorstwa, dysponujące fachową wiedzą, specjalistami (zarówno od energii, jak i innych dziedzin: reklamy, marketingu, prawa), z drugiej zaś konsumenta, którego wiedza i możliwości są znacząco mniejsze. Ta nierównowaga stron, typowa również dla rynków telekomunikacyjnego i bankowego, wymaga tworzenia mechanizmów wyrównywania szans, charakterystycznych dla ochrony konsumentów rynku masowego. O ile jednak w sektorze telekomunikacyjnym i finansowym prawa konsumentów mają swoją historię i tradycję, o tyle rynek energetyczny jest nadal skupiony na infrastrukturze, a klienta jako swojego partnera i interesariusza dopiero odkrywa. Ten stan rzeczy powinien się jednak zmienić w najbliższej przyszłości – można się spodziewać, że wzrost dynamiki zmiany sprzedawcy doprowadzi do większej dbałości o klienta.

Dodatkowym elementem zaburzającym relację energetyka–konsument jest historyczny już, ale utrwalony w świadomości konsumentów administracyjny model energetyki. Wielu odbiorców wciąż traktuje **przedsiębiorstwo energetyczne jak urząd**, co potwierdzają dokumenty załączane do skarg wpływających do Federacji Konsumentów. Zamiast „reklamacji” konsumenci często piszą „podania”, a prowadząc spór z przedsiębiorstwem energetycznym szukają ratunku w postępowaniu administracyjnym i w urzędach oraz organizacjach konsumenckich.

Struktura rynku energetycznego, która powstała przez podział horyzontalny na wytwarzanie, przesył, dystrybucję i sprzedaż, jest dla konsumentów zupełnie nieczytelna. Świadczy o tym chociażby niewielki odsetek gospodarstw domowych, które zmieniły sprzedawcę energii elektrycznej, pomimo iż przepisy dają taką możliwość od kilku lat. Według danych publikowanych przez URE, między 2007 a 2012 r. z rynku regulowanego do TPA (stron trzecich – przyp. ClientEarth) przeszło jedynie 76 470 klientów. W ostatnich trzech latach proces ten przyśpieszył, a do końca kwietnia 2016 r. sprzedawcę zmieniło w sumie ok. 415 000 konsumentów. Na ogólną liczbę gospodarstw domowych (ok. 14 mln) jest to nadal poniżej 3% całego rynku w taryfie G. Zapewne wpływ na to ma również powiązanie spółek ze wszystkich ogniw łańcucha, od produkcji do sprzedaży, w jednej grupie kapitałowej – dla konsumenta rozróżnienie spółki dystrybucyjnej od sprzedażowej, w sytuacji, gdy ich nazwy i logo są bliźniaczo podobne, staje się dość trudne. Nie apelujemy w tym miejscu o zmianę tej struktury (choć w wielu krajach UE, np. w Danii, planuje się zakaz używania pokrewnych nazw, marek, brandów dla spółek dystrybucyjnych i sprzedażowych oraz dostarczanych przez nie produktów i usług), gdyż wiązałoby się to z ogromnymi kosztami, które finalnie musieliby i tak ponieść odbiorcy energii. Niemniej, obecny stan przyczynia się do braku przejrzystości i trudności w określeniu, kto jest kim, komu za co płacimy i kto za co odpowiada wobec konsumenta.

Kolejną barierą jest **brak wiedzy o jakości energii elektrycznej**. Podstawową wartością dla konsumenta pozostaje ciągłość i niezawodność dostaw. Nie jest to jednak jedyne kryterium, ponieważ ustawodawca wprowadził również parametry jakościowe, obowiązek powiadamiania odbiorców o terminach i czasie planowanych przerw, likwidacji awarii i usuwania zakłóceń, przekazywania danych pomiarowych oraz opracowania i udostępniania odbiorcy standardowego profilu zużycia. Konsument w chwili obecnej nie ma praktycznie możliwości stwierdzenia, a tym

bardziej udowodnienia, że dostarczana do jego domu energia jest złej jakości. W wielu miejscach w Polsce nadal mamy do czynienia z przerwami w dostawach, skokami lub (częściej) zapadami napięcia, które w domu konsumenta objawiają się „resetem” urządzeń AGD, wyzerowaniem zegarków na piekarnikach, dekodkach albo – najpopularniejszym – przygasaniem lub migotaniem tradycyjnych żarówek. Intuicyjnie wiemy, że jest to spowodowane złą jakością dostarczanej energii. W praktyce jednak nie mamy narzędzi, aby tę jakość mierzyć, ewidencjonować i ewentualnie reklamować. Badania takie możemy wymusić na przedsiębiorstwach energetycznych, jednak wiąże się to z ogromnym ryzykiem poniesienia kosztów badania przez konsumenta, jeśli zgłaszane przez niego zastrzeżenia się nie potwierdzą. Tak więc większość gospodarstw domowych w takiej sytuacji godzi się na złą jakość i w ogóle rezygnuje ze składania reklamacji.

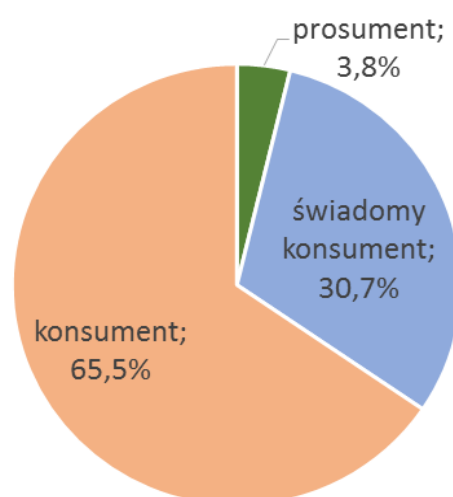
Świadomość konsumentów

Konsumenti energii elektrycznej w Polsce nie są grupą jednorodną pod względem stopnia ich świadomości. Można oczywiście mówić o „przeciętnym” konsumencie, jednak stanowiłoby to daleko idące uproszczenie. Podczas licznych badań prowadzonych przez Federację Konsumentów wyodrębnione zostały 3 główne grupy: prosumenci, świadomi konsumenci oraz konsumenci (pasywni). Podział ten bazuje nie tylko na poziomie wiedzy, ale również zaangażowania i aktywności ze strony odbiorców energii.

Prosumenci to grupa, która jest zainteresowana aktywnym, partycypacyjnym modelem swojego uczestnictwa na rynku energii elektrycznej. Jeśli mają możliwości lokalowo-techniczne, rozważają instalację własnej mikroinstalacji. Częściej niż inni stawiają na energooszczędne urządzenia domowe, byliby też skłonni do policzenia opłacalności taryfy innej niż „płaska” G11 w ich gospodarstwie domowym, a także do zaangażowania się w system DSR (ang. *demand side response*), jeśli przesunięcie konsumpcji energii poza godziny szczytu dawałoby im również korzyści ekonomiczne.

Świadomi konsumenci to grupa, która nie jest aktywna i zaangażowana, ale posiada świadomość (przynajmniej ogólną) swoich praw i jest gotowa poszukiwać wiedzy w razie potrzeby. Świadomy konsument kieruje się zwykle pragmatycznym podejściem – wie, że są określone możliwości działania, ale włącza się do nich, jeśli widzi określone korzyści – głównie, ale nie tylko, finansowe. Grupa ta rośnie (kosztem pasywnego konsumenta) i należy się spodziewać, że w przyszłości będzie ewoluować w stronę prosumentów – aby się tak jednak stało, nowy model rynku oraz wdrażanie technologii musi uwzględniać interes odbiorcy końcowego.

Konsument (pasywny) to taki odbiorca, który nie jest zainteresowany swoimi uprawnieniami, możliwościami działania (np. oszczędzaniem energii, wyborem sprzedawcy, zmianą taryfy). Przynajmniej dopóki nieprawidłowości nie dotyczą jego samego. Gdy pojawia się spór z



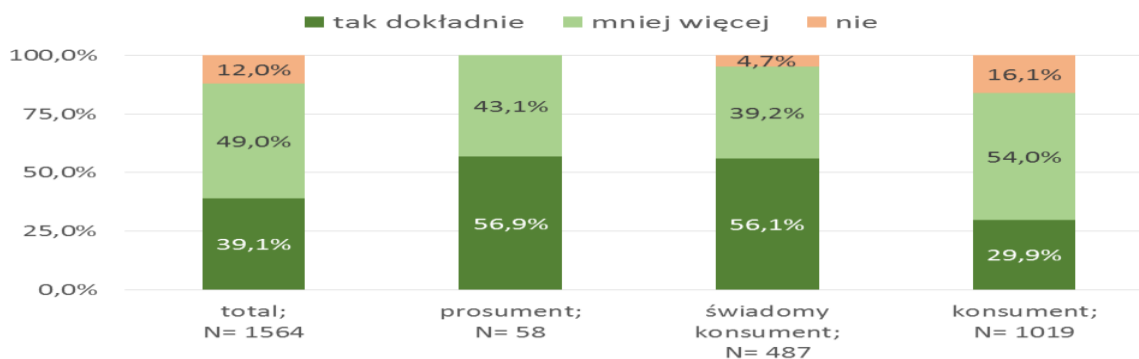
przedsiębiorstwem energetycznym, konsument pasywny nieczęsto decyduje się na korzystanie ze swoich uprawnień, mając gdzieś w podświadomości przeświadczenie, że „z tak dużą firmą się nie wygra”. Jednak i tacy konsumenci mają pewne oczekiwania. Podstawowym z nich jest uczciwa cena za energię – stąd ogromna liczba (ponad 4000 rocznie w ciągu ostatnich 3 lat) reklamacji i skarg wpływających do FK z powodu różnych usług dodatkowych, których konsument nie chciał zamawiać i nie potrzebuje z nich korzystać (jak ubezpieczenia itp.). Konsument pasywny ma również swój „próg tolerancji” dla krzywdzących go zachowań ze strony przedsiębiorstw energetycznych. Długie przerwy w dostawie energii, przedłużające się procedury przyłączeniowe oraz pochopnie naliczane kary za ingerencję w układ pomiarowy (np. lekko zarysowana obudowa licznika) – to sprawy, które potrafią zmobilizować najbardziej nawet pasywnego konsumenta. Grupa ta nie lubi również systemu prognoz w rozliczeniach oraz mocno narzeka na nieczytelne i niezrozumiałe faktury za energię.

O tym, jak wygląda w tej chwili stan wiedzy polskiego konsumenta (oraz poszczególnych grup opisanych powyżej), świadczyć mogą wyniki badań prowadzonych przez Federację Konsumentów w lipcu 2015 r. na grupie 1200 respondentów metodą PAPI. Wszystkie poniższe dane i wykresy pochodzą z opracowania FK, dostępnego na stronie:

<http://www.federacja-konsumentow.org.pl/prosument/images/grafiki/pdf/RaportOZE.pdf>

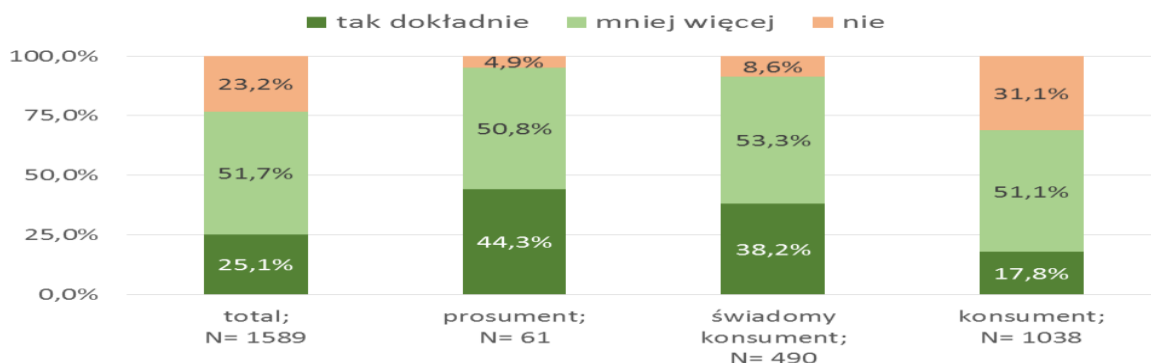
Co ósmy respondent (12%) nie wie, ile płaci za energię elektryczną, a połowa wie „mniej więcej” (49%). W grupach prosumentów (57%) oraz świadomych konsumentów (56%) ponad połowa wie dokładnie, ile płaci za energię elektryczną.

Znajomość kwot płaconych za energię elektryczną:



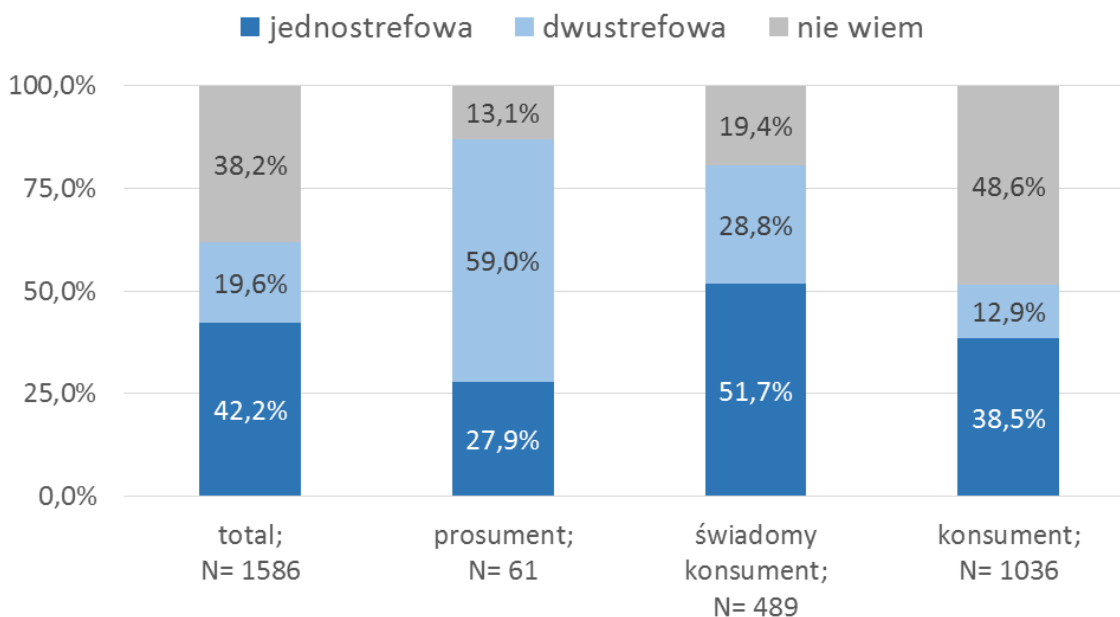
Połowa respondentów (52%) wie mniej więcej, ile zużywa energii, a co czwarty respondent (25%) wie dokładnie. Co trzeci konsument (31%) nie wie, jakie ilości energii elektrycznej zużywa.

Wiedza na temat ilości zużywanej energii (w kWh) w gospodarstwie domowym:



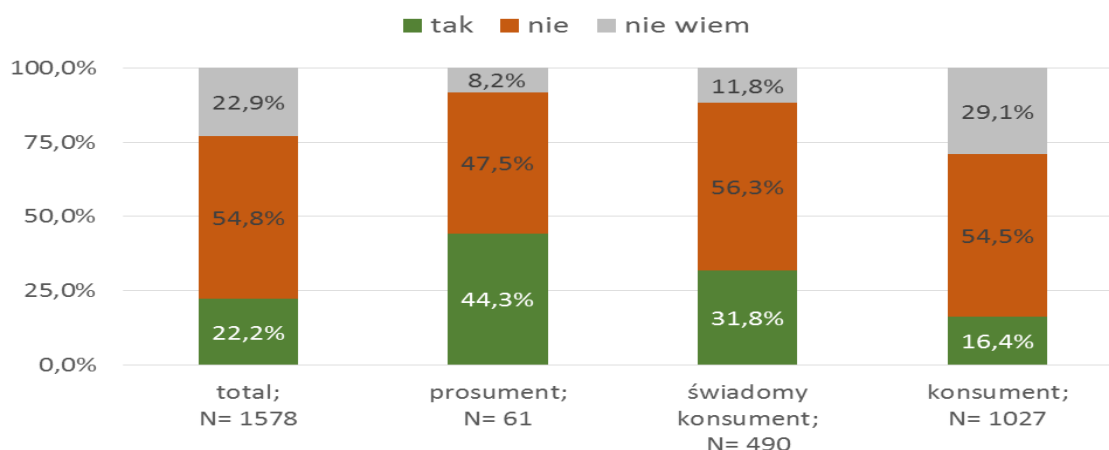
Respondenci zapytani o posiadaną taryfę w większości potrafili określić, czy posiadają jedno-, czy dwustrefową. Prosumenci (59%) dwukrotnie częściej niż świadomi konsumenci (29%) korzystają z taryfy dwustrefowej. Połowa konsumentów (49%) nie wie, jaką posiada taryfę, a co ósmy konsument (13%) deklaruje korzystanie z taryfy dwustrefowej.

Wiedza o posiadanej taryfie:



Tym samym odsetek konsumentów korzystających z tańszej energii w nocy jest najniższy. Ponad połowa respondentów (55%) nie korzysta z tańszej energii nocnej. Aktywne korzystanie z tańszej energii deklaruje 44% prosumentów i co trzeci (32%) świadomy konsument.

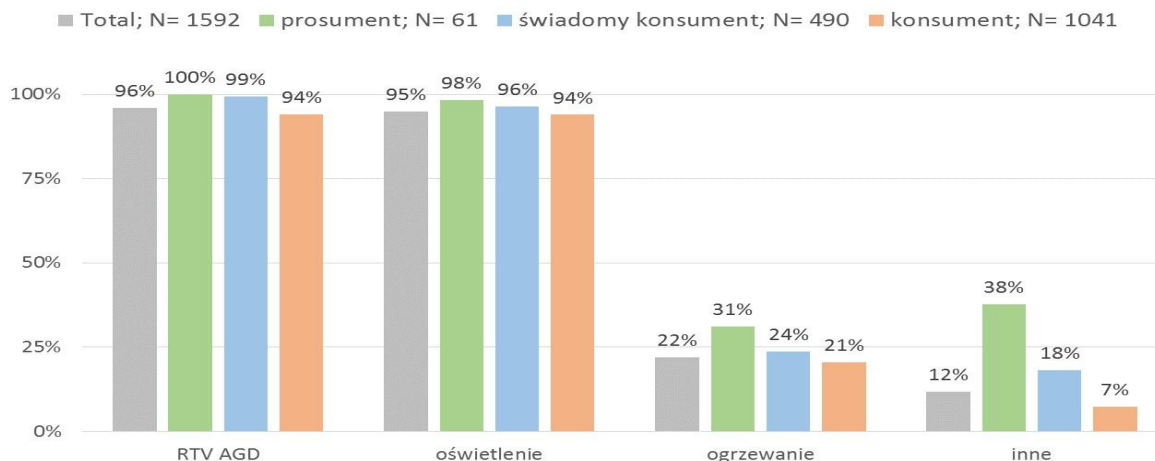
Korzystanie z tańszej energii w nocy:



Respondenci wykorzystują energię elektryczną głównie do zasilania urządzeń RTV AGD oraz oświetlenia. Ponadto, co trzeci prosument (31%), co czwarty świadomy konsument (24%) i co piąty konsument (21%) używa energii elektrycznej do ogrzewania.

Wśród innych sposobów wykorzystania energii respondenci (12%), a najczęściej prosumenci (38%) wskazywali na urządzenia wykorzystywane w ogrodzie, w gospodarstwie rolnym i przy majsterkowaniu (91% wszystkich wskazań „inne”) oraz na klimatyzację, pompę wody, akwarium lub na potrzeby działalności gospodarczej (9% odpowiedzi w kategorii inne).

Wykorzystywanie energii elektrycznej:



Dostęp do wiedzy i informacji o uprawnieniach

Konsument, którzy są zainteresowani dotarciem do wiedzy i informacji, mają taką możliwość. Działalność sektora publicznego, w tym zwłaszcza URE, jest w ostatnim czasie dość mocno zorientowana na ochronę konsumentów. Opublikowany w 2014 r. *Zbiór praw konsumenta energii elektrycznej* jest cennym poradnikiem, sygnalizującym najważniejsze dla konsumentów kwestie. Trzeba przy tym przyznać, że w procesie tworzenia tego poradnika URE udostępnił go do konsultacji organizacjom konsumenckim, w tym FK, i w sposób bardzo otwarty uwzględnił propozycje ze strony tej organizacji. Dokument ten jest dostępny na stronach internetowych URE oraz spółek energetycznych. Trzeba tu wskazać, że trafnym zabiegiem było zobligowanie wszystkich

sprzedawców energii elektrycznej do doręczenia każdemu klientowi papierowej wersji *Zbioru* i udostępnienia jej w punktach obsługi klienta, co umożliwiło dostęp do treści tam zawartych również osobom nie korzystającym z internetu, w tym zwłaszcza seniorom.

Dzięki codziennej styczności z konsumentami i ich skargami oraz wykonywanej na bieżąco diagnozie problemów konsumenckich w sektorze energetycznym, Federacja Konsumentów również prowadzi własne działania informacyjne i edukacyjne. Materiały te są udostępniane konsumentom bezpłatnie, zarówno w wersji elektronicznej, jak i papierowej (odsetek Polaków niekorzystających z internetu, zwłaszcza wśród seniorów, jest nadal duży), dystrybuowanej przez sieć naszych oddziałów oraz prasę lokalną i regionalną.

Mamy więc, zarówno w sektorze publicznym, jak i pozarządowym, wysoki stopień wiedzy i aktywności na rzecz edukacji odbiorców energii elektrycznej. URE w odpowiedzi na problemy rynkowe związane ze zmianą sprzedawcy energii włączyło się w kampanię medialną prowadzoną razem z Towarzystwem Obrotu Energią. Na początku 2016 r. przeprowadziło też akcję „Odbiorco, zgłoś złe praktyki”, adresowaną do konsumentów. Federacja Konsumentów w ostatnich latach przeprowadziła kilka projektów zorientowanych na konsumenta energii elektrycznej, m.in. „Konsument w inteligentnych sieciach energetycznych”, „Jak zostać prosumentem” oraz „Energia Razem”. Ten ostatni projekt adresowany był do wszystkich odbiorców, zainteresowanych zmianą sprzedawcy w grupie, z gwarancją uczciwych warunków umownych, bez klauzul niedozwolonych, kar umownych i usług dodatkowych. Problemem pozostaje jednak zainteresowanie konsumentów tymi zagadnieniami. Niestety dla wielu osób tematyka ta wydaje się trudna i niezrozumiała, do tego stopnia, że nie zamierzają czytać nawet tych opracowań, które są pisane prostym i zrozumiałym językiem, bez prawniczego i technicznego żargonu. Edukacja napotyka tu barierę o charakterze społeczno-psychologicznym. Dotyczy to zwłaszcza konsumentów, którzy nie mieli problemów (lub nie mieli świadomości naruszania ich praw). Zainteresowanie się tematem przed zawarciem umowy, złożeniem wniosku o przyłączenie itp., czyli zapobieganie i prewencyjna ochrona swoich praw, optymalizacja przy wyborze taryfy, świadoma zmiana sprzedawcy – nadal nie są wśród konsumentów zbyt popularne. Z doświadczeń FK wynika, że konsumenci zwracają się o poradę już na etapie sporu z przedsiębiorcą, a prośby o weryfikację warunków umowy przed jej zawarciem są rzadkością. W innych sektorach rynku proporcje te są dużo korzystniejsze. Dla przykładu w usługach finansowych aż 8% zgłaszających się konsumentów prosi o sprawdzenie umowy przed jej zawarciem.

Brak świadomości powoduje również, że konsumenci są narażeni na nieuczciwe praktyki polegające na podszywaniu się nieuczciwych telemarketerów i akwizytorów pod spółki, których klientami są konsumenci. Sytuacja ta jest na tyle niepokojąca, że należałoby poważnie przemyśleć możliwość przeprowadzenia kampanii edukacyjnej adresowanej do konsumentów.

Nieco inaczej przedstawia się sytuacja osób, które znalazły się w sporze z przedsiębiorstwem energetycznym. Mając często na uwadze, że temat jest dla nich trudny, chętnie zwracają się do Federacji Konsumentów, miejskich i powiatowych rzeczników konsumenta oraz URE z prośbą o poradę, wsparcie lub wręcz rozstrzygnięcie sporu. Takich skarg i wniosków do FK wpływa rocznie ponad 4000. Dominującymi zagadnieniami są nadużycia związane ze zmianą sprzedawcy oraz spory związane z obciążeniem karą za nielegalny pobór energii (w praktyce są to często przypadkowe uszkodzenia licznika, nie wpływające na prawidłowość pomiarów).

Punkt Informacyjny dla Odbiorców Energii i Paliw przy URE generalnie dobrze spełnia swoją rolę i trzeba wysoko ocenić poziom kompetencji merytorycznych tego zespołu. Niemniej, w pracy doradców Federacji Konsumentów często pojawia się spostrzeżenie, że właściwe poprowadzenie sprawy konsumenta z zakresu energetyki wymaga znacznie więcej niż tylko znajomości przepisów, a mianowicie praktycznej wiedzy o praktykach i procedurach przedsiębiorstw energetycznych oraz doświadczenia procesowego. Sprawy związane z energią są zazwyczaj trudne dowodowo i skomplikowane, jeśli chodzi o właściwe stosowanie przepisów prawa energetycznego, konsumenckiego i cywilnego. Trzeba stwierdzić, że branża energetyczna jest jednym z obszarów, gdzie bardzo wskazane byłoby aktywne wdrożenie pozasądowych metod rozwiązywania sporów, czyli ADR (ang. *Alternative Dispute Resolution* przyp. *ClientEarth*). Obecnie sprawami z zakresu energetyki zajmują się Sądy Polubowne przy Inspekcji Handlowej, która na co dzień ma z energetyką niewiele do czynienia. Warto, zdaniem FK, rozważyć, czy nie lepszym modelem byłoby rozszerzenie kompetencji Punktu Informacyjnego dla Odbiorców Energii i Paliw przy URE, właśnie o prowadzenie mediacji i postępowań rozjemczych. Dobrą okazją do przeanalizowania tej możliwości wydaje się odbywająca się właśnie w Polsce implementacja dyrektywy ADR.

Rachunki za energię

Prawdziwą zmurą polskiego konsumenta są faktury prognozowane. Klient jest niezadowolony, niezależnie od tego, czy w rozliczeniu wystąpi nadpłata („kredytuję energetykę”), czy niedopłata („zapłaciłem już dużo, a muszę jeszcze więcej”). Możliwość otrzymywania rachunków za energię opartych na realnym odczycie jest kluczowym udogodnieniem. Co więcej – wpływa na zwiększenie przejrzystości samej faktury (do czego konsumenci również mają słuszne zastrzeżenia). Niestety w chwili obecnej rachunki oparte o realny odczyt wymagają wizyty inkasenta raz na miesiąc lub dwa miesiące, za co spółki energetyczne każą sobie słono płacić. Dla większości gospodarstw, zwłaszcza tych o niewielkiej konsumpcji energii, jest to po prostu zbyt drogie. Rozwiązaniem wydaje się tu *smart metering*, który w przyszłości pozwoli na rozliczanie konsumenta w czasie rzeczywistym, bez prognozowania i wizyt inkasenta. Za to właśnie najbardziej konsumenci pokochają *smart grid*.

Nie pomaga w podnoszeniu świadomości konsumenckiej w tym zakresie również absolutnie nieczytelny sposób fakturowania. Konsument w przypadku umowy kompleksowej nie ma pojęcia, które pozycje na fakturze są płatnościami na rzecz dystrybutora, a które na rzecz sprzedawcy (choć w niektórych spółkach widzimy znaczącą poprawę w ostatnim czasie). Nie rozumie też często, gdy nie posiada umowy kompleksowej, że rachunek od sprzedawcy niższy o połowę nie oznacza oszczędności, gdyż pojawi się również rachunek za dystrybucję. Niestety bardzo częste są sytuacje, w których przedstawiciele handlowi sprzedawców proponują energię „o połowę taniej”, nie wspominając jednocześnie, że konsument otrzyma dwie faktury (sprzedaż i dystrybucja). Ten brak wiedzy o strukturze rynku odbija się czasem negatywnie na sytuacji indywidualnych osób, decydujących się na zmianę sprzedawcy. Brak rzetelnej informacji o warunkach umowy po zmianie sprzedawcy, lub wręcz informacja nieprawdziwa lub wprowadzająca w błąd, przekazywana przez akwizytora, to nieodłączny element skarg wpływających do oddziałów FK.

Na fakturach za energię pojawiają się przeróżne pozycje (różnie nazywane przez różne firmy, co poważnie utrudnia ogólnopolską edukację w tym zakresie). Czym różni się abonament od opłaty

handlowej? Dlaczego sąsiad nie ma opłaty handlowej, a ja mam? Co to jest opłata przejściowa? Te pytania pojawiają się często ze strony konsumentów, którzy *de facto* nie wiedzą, za co płacą. Trend jest zresztą niepokojący – na fakturze możemy się spodziewać nowych pozycji, jak opłata OZE oraz nowy abonament RTV, które dodatkowo komplikują strukturę tego dokumentu.

Propozycje Federacji Konsumentów w zakresie kształtu i treści faktur pozostają niezmiennie od wielu lat – należy wprowadzić jeden ogólnopolski standard wyglądu faktury i nazewnictwa poszczególnych pozycji oraz uprościć ten dokument do maksimum.

Taryfy regulowane – propozycja uwolnienia cen

Trwająca od kilku lat dyskusja na temat uwolnienia taryf z grupy G toczy się właściwie wokół pytania „kiedy?”, a nie wokół pytania „czy?”. I słusznie, ponieważ realna i zdrowa konkurencja powinna wymuszać na sprzedawcach oferowanie konsumentom atrakcyjnej ceny. Kierunek legislacji europejskiej również jest jednoznaczny – ceny powinny być uwalniane, gdy będzie to bezpieczne dla konsumentów. W tym kontekście należy zaznaczyć dwie kwestie, z którymi musimy się uporać, zanim dojdzie do pełnej liberalizacji.

Po pierwsze, z analiz Federacji Konsumentów wynika, że ceny energii w taryfach regulowanych są nadal znacząco niższe od cen na wolnym rynku (średnio ok. 15% za kWh). Sprzedawcy (zarówno zasiedziali, jak i nowi) nie kuszą klienta niższą ceną za kWh, tylko całym szeregiem bonusów i usług dodatkowych, za wyższą cenę. W praktyce często te usługi i bonusy nie są konsumentom do niczego potrzebne, więc niewielu klientów z nich korzysta. Natomiast cena za kilowatogodzinę szybuje w górę, pojawia się też stała opłata handlowa, stanowiąca czasem powyżej 10% kwoty całej faktury. Wzrost cen po uwolnieniu taryf wystąpił niemal we wszystkich krajach UE, nie jest to więc zjawisko wyjątkowe dla Polski. Niemniej, mając doświadczenia naszych zachodnich partnerów z organizacji konsumenckich, możemy stwierdzić, że pierwszym warunkiem liberalizacji jest stworzenie realnej konkurencji opartej na zabezpieczonym interesie konsumentów – a więc uporanie się z umowami pakietowymi, wiązaniem klienta na kilka lat pod groźbą kary umownej oraz wprowadzanie dodatkowych opłat stałych, krzywdzących zwłaszcza małe i niezamożne gospodarstwa domowe, w tym głównie samotnie mieszkających seniorów z niską emeryturą.

Po drugie, zanim dojdzie do uwolnienia cen, należy zmierzyć się z kwestią ubóstwa energetycznego lub, według nowej nomenklatury, zagadnieniem konsumenta wrażliwego energetycznie lub narażonego na wykluczenie energetyczne. Obecnie nie mamy ani regulacji prawnych (te właśnie powstają), ani nawet definicji konsumenta wrażliwego lub narażonego na wykluczenie. Faktem jest, że według danych GUS przeciętne polskie gospodarstwo domowe na energię (elektryczną plus ogrzewanie plus podgrzewanie wody) wydaje średnio ok. 15% swojego przychodu. Dla porównania – obowiązująca do niedawna w Wielkiej Brytanii definicja wskazywała, iż narażone na *energy poverty* są te gospodarstwa, które wydają na energię i ogrzewanie powyżej 10% swojego przychodu. Definicja brytyjska, niedawno zmieniona, wskazuje obecnie kryteria subiektywne, dość indywidualne. Niemniej, po jej zastosowaniu ponad połowa polskich gospodarstw domowych byłaby narażona na ubóstwo energetyczne. Sytuacja masowego wykluczenia energetycznego ze względu na wzrost cen energii i brak mechanizmów ochronnych dla najbardziej potrzebujących odbiorców jest całkowicie nie do zaakceptowania w kraju, który jest członkiem UE i OECD. Dlatego drugim warunkiem liberalizacji jest

zdefiniowanie zagrożeń związanych z odbiorcą wrażliwym i stworzenie mechanizmów ochronnych dla najbardziej najsłabszych konsumentów.

Najpilniejsze wyzwania

Wprowadzanie rachunków opartych o realne zużycie wymaga nakładów inwestycyjnych i instalacji inteligentnych liczników u odbiorców. Trzeba przy tym pamiętać, że dla konsumentów inteligentny licznik to nie tylko zdalny odczyt i rachunek za rzeczywiste zużycie. Konsumenty zaczynają doceniać możliwości generowania oszczędności w wyniku zastosowania efektywniejszej autokontroli zużycia energii, możliwej dzięki posiadaniu inteligentnych liczników. Pokazują to m.in. testy pilotażowe prowadzone przez operatorów systemów dystrybucyjnych OSD (m.in. *roll-out* w Kaliszu prowadzony przez Energe-Operator), z których wynika, że konsumenci chętnie porównują swoją konsumpcję do „sąsiada”, czyli podobnego gospodarstwa domowego. Należy się spodziewać, że pojawią się usługi oparte o *smart metering*, a także nowe produkty, zarówno aplikacje oparte o strony www lub urządzenia mobilne, jak i sprzęt typu *home display*. Dla spółek dystrybucyjnych będzie to niewątpliwie oznaczało intensyfikację relacji z rynkowymi dostawcami takich rozwiązań. Z pewnością będzie to wyzwanie (bezpieczeństwo danych oraz systemów informatycznych, ochrona danych osobowych), ale również ogromna szansa na skorzystanie z efektu synergii z osiągnięciami i innowacjami z innych branż, zwłaszcza telekomunikacyjnej oraz szeroko rozumianego ICT. Procesy te już się zresztą w spółkach dystrybucyjnych rozpoczęły, czego wyrazem są prace nad wprowadzeniem Centralnego Systemu Wymiany Informacji wykorzystującego międzynarodowy standard eBIX.

Dbałość o klienta w przypadku występowania przerw w dostawie, jak również oczekiwania samego klienta wpisują się w obraz wymagań wiążących się z szeroko rozumianą obsługą klienta. Polski konsument jest obecnie wymagający i przyzwyczajony do wysokiej jakości obsługi. Obsługa ta jest niemal automatycznie porównywana do innych sektorów rynku, takich jak telekomunikacja lub bankowość. Na tych konkurencyjnych rynkach dostępność informacji 24/7, różnymi kanałami komunikacji – jest normą. Możliwość szybkiego załatwienia spraw przy pierwszym kontakcie, brak kolejek w punktach obsługi klienta, a nawet wygodne krzesła w takich miejscach to dla konsumenta wyznaczniki jakości. Spółki sektora dystrybucji w coraz większym stopniu spotykają się z takimi właśnie oczekiwaniami ze strony konsumentów i należy sądzić, że oczekiwania te będą rosły. Z drugiej jednak strony obsługa klienta na wysokim poziomie i zgodne z prawem procedury budują w konsumentach poczucie zaufania do firmy, postrzeganej jako przyjazna i innowacyjna. Właśnie w wysokich standardach obsługi klienta, zarówno na etapie sprzedażowym, jak i posprzedażowym, firmy energetyczne powinny upatrywać swoich przewag konkurencyjnych. Rolą ustawodawcy, regulatora i organizacji konsumenckich jest stymulowanie wysokiej jakości obsługi klienta.

Nieuczciwe praktyki rynkowe w procesie zmiany sprzedawcy i rażąco wygórowane kary umowne wymienić należy jako ostatni z trzech problemów do rozwiązania na polskim rynku detalicznym energii elektrycznej. Niemniej, problem ten jest chyba najpilniejszy ze wszystkich tu wymienionych, gdyż tego właśnie tematu dotyczy największy odsetek skarg konsumenckich na sektor energetyczny. Praktyka pokazuje, że na rynku upowszechnił się model sprzedaży za pośrednictwem sieci akwizytorów, którzy nierzadko podają się za przedstawicieli dotychczasowego sprzedawcy, Urzędu Regulacji Energetyki, administracji budynku, osiedla bądź spółdzielni mieszkaniowej.

Zdezorientowanemu konsumentowi przekazują informacje, że dotychczasowy sprzedawca zakończył działalność, zmienił logotyp lub że przyszli sprawdzić prawidłowość funkcjonowania licznika energii. Należy tylko pokwitować czynność. Konsument nieświadomie zmienia sprzedawcę energii. Nie dowie się o tym do momentu otrzymania pisma od operatora systemu dystrybucyjnego lub pierwszej faktury, bowiem częstokroć oba egzemplarze umowy są zabierane przez akwizytora. W przypadku, gdy konsument będzie chciał wyjaśnić zaistniałą sytuację, dowie się, że rezygnacja wymaga zapłacenia opłaty jednorazowej w wysokości od kilkunastu do kilkudziesięciu złotych za każdy miesiąc pozostały do końca umowy. Okres ten jest ustalany przez przedsiębiorcę dowolnie, więc mogą to być kwoty od kilkuset do kilku tysięcy złotych. Ofiarami takich praktyk padają szczególnie osoby starsze, które są naturalnie bardziej ufne i honorowo podchodzą do konieczności zapłaty takich kwot, nawet jeżeli w głębi serca czują się oszukane.

Kwestia umów zawieranych przez sprzedawcę energii z konsumentem korzystającym z prawa wyboru sprzedawcy na zasadach rynkowych została przez ustawodawcę całkowicie pominięta. Dotyczy to w szczególności rażąco wygórowanych kar umownych, związanych z przedterminowym rozwiązaniem przez konsumenta umowy zawartej na czas oznaczony, oraz zasad łącznego oferowania energii elektrycznej z innymi usługami (takimi jak prywatna opieka medyczna) czy ubezpieczeniem. Takie praktyki rynkowe przybierają często absurdalny wręcz kształt. Dla przykładu w jednej z analizowanych przez FK umów znalazł się zapis obligujący klienta do zapłaty kwoty 35 zł kary za zerwanie umowy, za każdy miesiąc pozostały do jej zakończenia. Umowa zawierana była na 36 miesięcy (nie było możliwości zawarcia jej na czas nieoznaczony ani na krótszy okres). Akwizytorzy wprowadzali przy tym konsumentów w błąd, podając się za przedstawicieli dotychczasowego sprzedawcy, co więcej, nie zostawiali konsumentowi egzemplarza umowy. W momencie, gdy konsument dowiadywał się, że nieświadomie zmienił sprzedawcę, zgodnie z przysługującym mu uprawnieniem odstępował od umowy. W reakcji spółka kwestionowała możliwość odstąpienia od umowy i naliczała karę w wysokości 35 zł razy 36 miesięcy, czyli 1260 zł. Praktykę tę zakwestionował UOKiK decyzją nr RWA-53/2012, uznając, iż narusza ona zbiorowe interesy konsumentów. Nałożył też na przedsiębiorcę karę, niestety symboliczną (86 tys. zł). Na domiar złego decyzja UOKiK nie uchroniła automatycznie konsumentów w ich indywidualnych sprawach od dochodzenia roszczeń przez nieuczciwego sprzedawcę. W sporach cywilnych konsumenci mogą się na tę decyzję powoływać i będzie to skuteczne, niemniej przechodzenie całej procedury sądowej jest trudne i uciążliwe.

W ocenie Federacji Konsumentów nie ma absolutnie żadnego uzasadnienia dla zastrzegania rażąco wysokich kar umownych w umowach z konsumentami, bowiem przedsiębiorcy zawierającemu takie umowy nie towarzyszy ryzyko, np. związane z wydaniem drogiego urządzenia, jak ma to miejsce w przypadku operatorów telekomunikacyjnych. Możliwość dowolnego kształtowania wysokości kary umownej i okresu, na jaki zawierana jest umowa, prowadzi do sytuacji, gdy w wielu przypadkach skłanianie konsumenta do szybkiej rezygnacji jest bardziej opłacalne niż sprzedawanie mu energii elektrycznej. Niestety, tą szkodliwą praktykę przyjęły także przedsiębiorstwa tzw. zasiedziałe, które pozostały po wyodrębnieniu operatorów systemu dystrybucyjnego. Na obecną chwilę żądanie niczym nieuzasadnionych, zawyżonych kwot tytułem rezygnacji z umowy stało się przykrym skutkiem ubocznym procesu liberalizacji rynku energii, który miał dać wszystkim konsumentom prawo wyboru i uwolnić ich od monopolu. Dlatego też Federacja Konsumentów postuluje dokonanie prostej zmiany

w obowiązującym prawodawstwie, polegającej na całkowitym zakazie zastrzegania kar umownych lub podobnych opłat w umowach sprzedaży energii elektrycznej.

**Rada Krajowa Federacji
Konsumentów**

ul. Ordynacka 11 lok 1
00-364 Warszawa
+48 22 827 11 73
sekretariat@federacja-
konsumentow.org.pl

**Fundacja ClientEarth Prawnicy
dla Ziemi**

ul. Żurawia 45
00-680 Warszawa
+48 22 3070190
info@clientearth.org

**Przedstawicielstwo Fundacji
im. Heinricha Bölla**

ul. Żurawia 45
00-680 Warszawa
+48 22 44 01 333
pl-info@pl.boell.org

Niniejsza ekspertyza została wykonana przez mec. Kamila Pluskwę-Dąbrowskiego (Federacja Konsumentów) na potrzeby projektu „Rola odbiorcy końcowego w transformacji energetycznej w Polsce” realizowanego poprzez umowę kooperacyjną pomiędzy Przedstawicielstwem Fundacji im. Heinricha Bölla w Warszawie a Fundacją ClientEarth Prawnicy dla Ziemi.

Tezy przedstawione w niniejszym dokumencie odzwierciedlają opinie autora i nie mogą być bezpośrednio łączone ze stanowiskiem Fundacji ClientEarth Prawnicy dla Ziemi lub Przedstawicielstwem Fundacji im. Heinricha Bölla w Warszawie.