



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

ul. Piotrkowska 120

90-006 Łódź

Tel. (42) 636-36-89, Fax (42) 636-07-12

E-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO- 61- 6 ()/15/AB

Łódź, dnia 12 sierpnia 2016 r.

DECYZJA Nr RŁO 3/2016

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy w związku z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania przez Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO Adam Cybulski w Łodzi praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 cytowanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działania Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO Adam Cybulski w Łodzi polegające na:

wprowadzaniu konsumentów zawierających umowę poza lokalem przedsiębiorstwa w błąd, co do przysługujących im – na podstawie art. 27 i art. 32 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.) oraz art. 57 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jednolity Dz.U. z 2014 r., poz. 1497 ze zm.) – uprawnień i odpowiadających im obowiązków przedsiębiorcy związanych z realizacją prawa odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, poprzez stosowanie postanowień umownych o treści:

- „*W przypadku rezygnacji z zawartej umowy firma pobranego zadatku nie zwraca*”,
- „*Umowa zawarta w sklepie firmy MAGO (...)*”,
- „*W przypadku nie przyjęcia bądź rezygnacji z usługi, gdy płatność jest regulowana w formie umowy kredytowej-bankowej klient jest zobowiązany*”

splacać raty, natomiast zamówiony towar jest do odbioru w firmie, gdzie nastąpi zwrot kwoty 150 zł tytułem braku usługi montażu”,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r., poz. 3)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

- II.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 oraz ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy w związku z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634)

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

nakłada się na Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO Adam Cybulski w Łodzi w związku naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I sentencji decyzji, karę pieniężną w wysokości 1.422 zł (słownie: jeden tysiąc czterysta dwadzieścia dwa złote), płatną do budżetu państwa.

- III.** Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184, ze zm.) w związku z art. 83 tej ustawy i w związku z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634) oraz w związku z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2016 r. poz. 23 ze zm.) postanawia się obciążyć Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO Adam Cybulski w Łodzi kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 34,90 zł (słownie: trzydzieści cztery złote 90/100) oraz zobowiązać Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO Adam Cybulski w Łodzi do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

- IV.** Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2016 r. poz. 23 ze zm.), w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy w związku z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634)

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

umarza się jako bezprzedmiotowe postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO Adam Cybulski w Łodzi praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art.

24 ust. 1 i 2 pkt 3 cytowanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegających na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień przysługujących im na podstawie art. 8 w związku z art. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) w związku z art. 51 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.) z tytułu niezgodności towaru z umową w zakresie umów zawartych przed 25 grudnia 2014 r. oraz uprawnień przysługujących kupującemu z tytułu rękojmi na podstawie ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 121 ze zm.), za wady rzeczy sprzedanej w zakresie umów zawartych po 25 grudnia 2014 r., poprzez stosowanie postanowień umownych o treści:

- „Odbieram towar i montaż bez zastrzeżeń jakościowych”,
- „Odbieram obróbkę murarską wstępną bez zastrzeżeń”,

co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r., poz. 3).

Uzasadnienie

Wskutek zawiadomienia o niespektowaniu przez przedsiębiorcę Adama Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą MAGO – zwanego dalej: „Przedsiębiorcą” – uprawnień do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygn. akt RŁO-405-23/14). W toku tego postępowania, Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca prowadząc działalność polegającą na sprzedaży i montażu drzwi zawiera z konsumentami umowy nie tylko w lokalach przedsiębiorstwa mieszczących się w Łodzi i Pabianicach, ale również poza nimi – w miejscu zamieszkania konsumenta. Pomimo tego, że do zawarcia umów dochodzi w różnych okolicznościach – w lokalu lub poza lokalem przedsiębiorstwa – Przedsiębiorca stosuje jeden wzorzec umowy pn. „UMOWA-ZLECENIE NR ...”, który zawiera postanowienia wprowadzające konsumentów w błąd co do przysługującego im prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz postanowienia wprowadzające konsumentów w błąd odnośnie uprawnień przysługujących im, w zależności od tego kiedy te umowy były zawarte, z tytułu niezgodności towaru z umową lub z tytułu rękojmi.

Wobec powyższego w dniu 28 sierpnia 2015 r. Prezes Urzędu wszczął z urzędu, Postanowieniem Nr 1/61-6/15 (dowód: karty Nr 1-4), postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”, polegających na:

- wprowadzaniu konsumentów zawierających umowę poza lokalem przedsiębiorstwa w błąd, co do przysługujących im na podstawie art. 27 i art. 32 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827) – zwanej dalej: „ustawą o prawach konsumenta” - oraz art. 57 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jednolity Dz.U. z 2014 r., poz. 1497) – zwanej dalej: „ustawą o

kretycie konsumentenckim” – uprawnień i odpowiadających im obowiązków przedsiębiorcy związanych z realizacją prawa odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, poprzez stosowanie postanowień umownych o treści:

- „*W przypadku rezygnacji z zawartej umowy firma pobranego zadatku nie zwraca*”,
- „*Umowa zawarta w sklepie firmy MAGO (...)*”,
- „*W przypadku nie przyjęcia bądź rezygnacji z usługi, gdy płatność jest regulowana w formie umowy kredytowej-bankowej klient jest zobowiązany spłacać raty, natomiast zamówiony towar jest do odbioru w firmie, gdzie nastąpi zwrot kwoty 150 zł tytułem braku usługi montażu*”,

- wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień przysługujących im na podstawie art. 8 w związku z art. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) – zwanej dalej: „o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej” - w związku z art. 51 ww. ustawy o prawach konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową w zakresie umów zawartych przed 25 grudnia 2014 r. oraz uprawnień przysługujących kupującemu z tytułu rękojmi na podstawie ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 121 ze zm.), za wady rzeczy sprzedanej w zakresie umów zawartych po 25 grudnia 2014 r., poprzez stosowanie postanowień umownych o treści:

- „*Odbieram towar i montaż bez zastrzeżeń jakościowych*”,
- „*Odbieram obróbkę murarską wstępną bez zastrzeżeń*”,

co może stanowić nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, ze zm.), o czym zawiadomił Przedsiębiorcę (dowód: karty Nr 6-7).

Przedsiębiorca nie wypowiedział się co do postawionych mu zarzutów.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Adam Cybulski jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej. Przedmiotem jego działalności jest m.in. zakładanie stolarki budowlanej. Lokale jego przedsiębiorstwa znajdują się w Łodzi na ulicy Piotrkowskiej i w Pabianicach na ulicy Grobelnej (dowód: dane ze strony internetowej <<http://prod.ceidg.gov.pl>>). Przedsiębiorca prowadzi działalność na terenie województwa łódzkiego (dowód: karta nr 10).

Przedsiębiorca sprzedaje i montuje drzwi zewnętrzne i wewnętrzne. Przedsiębiorca nie ma żadnych umów z producentami, ani sprzedawcami drzwi. Zamówienia dokonywane są za pośrednictwem faxu lub e-mailowo (dowód: karta Nr 52 verte). Na potrzeby przyszłych zamówień Przedsiębiorca również samodzielnie magazynuje drzwi zewnętrzne i wewnętrzne. Około (tajemnica przedsiębiorstwa) % zrealizowanych zamówień dotyczy produktów standardowych, które nie były produkowane według specyfikacji konsumenta (dowód: karta Nr

68 verte). Przedsiębiorca do klientów dociera poprzez reklamę zamieszczoną na książeczkach czynszowych spółdzielni mieszkaniowych oraz poprzez ulotki wrzucane do euroskrzynek (dowód: karta Nr 10).

Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy w oparciu o jeden wzorzec pn. „UMOWA – ZLECENIE NR ...” (dowód: karta Nr 22 i 38). Wzorzec ten jest stosowany od 2006 r. (dowód: karta Nr 22), a jego treść podlegała nieznacznym modyfikacjom. W roku 2013/2014 został zmieniony adres firmy prowadzonej przez Przedsiębiorcę (dowód: karta Nr 22), w grudniu 2014 r. zmienione zostały zapisy dotyczące okresu gwarancji, dokumentów niezbędnych przy składaniu reklamacji oraz sądu właściwego do rozstrzygania sporów (dowód: karty Nr 36, 36 verte i 38).

Od 2006 r. Przedsiębiorca we wzorcu umowy pn. „UMOWA – ZLECENIE NR ...” stosuje postanowienia o treści:

- „*W przypadku rezygnacji z zawartej umowy firma pobranego zadatku nie zwraca*”,
- „*Umowa zawarta w sklepie firmy MAGO (...)*”,
- „*W przypadku nie przyjęcia bądź rezygnacji z usługi, gdy płatność jest regulowana w formie umowy kredytowej-bankowej klient jest zobowiązany spłacać raty, natomiast zamówiony towar jest do odbioru w firmie, gdzie nastąpi zwrot kwoty 150 zł tytułem braku usługi montażu*”,
- „*Odbieram towar i montaż bez zastrzeżeń jakościowych*”,
- „*Odbieram obróbkę murarską wstępną bez zastrzeżeń*” (dowód: karty Nr 22 i 38).

Przedsiębiorca zawiera umowy z konsumentami w swoich lokalach (dowód: karta Nr 10 – oświadczenie Przedsiębiorcy i karty Nr 19 – kopia zawartej umowy oraz karta Nr 35 – oświadczenie konsumenta, który zawarł tę umowę), ale również poza nimi, tj. w mieszkaniach konsumentów (dowód: karta Nr 20 - kopia zawartej umowy oraz karta Nr 32 – oświadczenie konsumenta, który zawarł tę umowę, karta Nr 14 - kopia zawartej umowy oraz karta Nr 33 – oświadczenie konsumenta, który zawarł tę umowę, karta Nr 13 - kopia zawartej umowy oraz karta Nr 34 – notatka służbowa sporządzona na okoliczność złożenia telefonicznie oświadczenia konsumenta, który zawarł tę umowę, karta Nr 72 - kopia zawartej umowy oraz karta Nr 69 – pismo pełnomocnika konsumenta, który zawarł tę umowę, karta Nr 100 – kopia zawartej umowy oraz karty Nr 91-99 - dokumentacja sprawy konsumenta, który zawarł tę umowę, prowadzonej przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Łodzi, karta Nr 107 – kopia zawartej umowy oraz karty Nr 101-106 - dokumentacja sprawy konsumenta, który zawarł tę umowę, prowadzonej przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Łodzi, karta Nr 118 – kopia zawartej umowy oraz karty Nr 108-117 - dokumentacja sprawy konsumenta, który zawarł tę umowę, prowadzonej przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Łodzi).

Przedsiębiorca w roku w roku obrotowym 2015 osiągnął obrót w wysokości 236 943,27 zł (dowód: karta Nr 119).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur

i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest zatem, aby działania przedsiębiorców – którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy. Takie stanowisko konsekwentnie prezentuje Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (por. wyroki Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: z dnia 27 czerwca 2001 r. sygn. akt XVII Ama 92/00, z dnia 30 maja 2001 r. sygn. akt XVII Ama 80/00, z dnia 04 lipca 2001 r. sygn. akt XVII Ama 108/00, z dnia 06 czerwca 2001 r. sygn. akt XVII Ama 78/00, wyrok Sądu Najwyższego z dnia 26 lutego 2004 r. sygn. akt III SK 2/04 i inne).

W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem dotyczy nieograniczonej liczby konsumentów, którzy są lub byli klientami Przedsiębiorcy. Potencjalnie każdy mieszkaniec województwa łódzkiego mógł stać się klientem Przedsiębiorcy. Uznać zatem należało, iż oferta zawarcia umowy kierowana jest do nieograniczonej ilości osób. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów. W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego w przedmiotowej sprawie zastosowanie mają przepisy tej ustawy, a postępowanie prowadzone było w interesie publicznym.

W toku postępowania, w dniu 17 kwietnia 2016 r. weszła w życie ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634). Jednakże z art. 7 wskazanej powyżej ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw wynika, że do spraw, w których postępowanie przed Prezesem Urzędu wszczęto przed dniem wejścia w życie tej ustawy (to jest przed dniem 17 kwietnia 2016 r.) stosuje się przepisy dotychczasowe. W tym stanie rzeczy, mając na uwadze, że postępowanie w tej sprawie zostało wszczęte w dniu 28 sierpnia 2015 r. podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stanowią przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym przed nowelizacją.

Ad I sentencji niniejszej decyzji

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił Przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na wprowadzaniu konsumentów zawierających umowę poza lokalem przedsiębiorstwa w błąd, co do przysługujących im uprawnień i odpowiadających im obowiązków Przedsiębiorcy związanych z realizacją prawa odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 1 oraz art. 5 ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 tej ustawy (w brzmieniu sprzed nowelizacji, o której mowa wyżej), przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 101, ze zm.)
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Dla stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- działanie to jest bezprawne,
- działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 584 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Adam Cybulski prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu dokonanego w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Przedmiotem tej działalności jest m.in. zakładanie stolarki budowlanej (PKD 43.32.Z). Posiada zatem status przedsiębiorcy w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jako osoba fizyczna prowadząca w sposób zorganizowany i ciągły w celach zarobkowych działalność handlową i usługową.

Uwzględniając powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka niezbędna dla uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów została spełniona.**

Ad 2)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także

nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Porządek prawny, którego naruszenie może skutkować naruszeniem artykułu 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Tym samym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem (por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 czerwca 2006 r. - sygn. akt XVII AmA 32/05). W art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawodawca wskazał natomiast przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów. Katalog ten nie jest wyczerpujący. Zatem oprócz praktyk wskazanych bezpośrednio przez ustawodawcę w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta.

Jak wyżej wskazano art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera przykładowy katalog bezprawnych działań naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności nieuczciwą praktykę rynkową.

Zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1. Ust. 1 wskazuje, że praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi, iż praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Przez decyzję dotyczącą umowy zgodnie z art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienia umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonych czynności, czy też powstrzyma się od ich dokonania.

Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 4 tej ustawy).

Ocena praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd powinna być dokonywana w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. W rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Definicja przeciętnego konsumenta jest wynikiem dorobku orzeczniczego Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości i jego odzwierciedleniem. Stopniowy rozwój orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta, jako konsumenta dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego. W tym wzorcu mieści się konsument sceptyczny wobec kierowanych do niego praktyk rynkowych, który umiejętnie korzysta ze stworzonych możliwości wyboru i samodzielnie potrafi poruszać się na wspólnym rynku europejskim. Takie podejście do modelu przeciętnego członka zbiorowości konsumentów i pewne jego uśrednienie wynika ze źródeł kontynentalnego systemu ochrony konsumentów, który kładzie nacisk na edukację i informację konsumentów.¹

Model przeciętnego konsumenta stworzony w celu oceny niniejszego stanu faktycznego to osoba dostatecznie poinformowana, uważna i ostrożna, która ma prawo zakładać, że Przedsiębiorca jako profesjonalista jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i nie wprowadzający w błąd. Z jednej strony możemy od niej wymagać pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, ale nie możemy uznać, że jej wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz, że nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć.

Osoba ta korzysta z usług Przedsiębiorcy, bo jego reklamę znalazła w swojej skrzynce na listy lub reklama jest zamieszczona na okładce książeczki czynszowej spółdzielni mieszkaniowej, co uwiarygadnia Przedsiębiorcę i może sprawić, że część z konsumentów skorzysta z jego oferty bez szczególnego zapoznawania się z innymi ofertami na rynku.

Zgodnie z art. 27 ustawy o prawach konsumenta konsument, który zawarł umowę na odległość poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35.

Przyznanemu w art. 27 ustawy o prawach konsumenta konsumentowi prawu odstąpienia od umowy odpowiadają obowiązki przedsiębiorcy związane z realizacją tego prawa, które zostały określone między innymi w art. 32 ustawy o prawach konsumenta.

Zgodnie z art. 32 ust. 1 przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy. Jeżeli przedsiębiorca nie zaproponował, że sam odbierze rzecz od konsumenta, może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy z powrotem

¹ Małgorzata Sieradzka *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz Lex*

lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.

Również art. 57 ustawy o kredycie konsumenckim wskazuje, że jeżeli konsument skorzystał z przyznanego mu, na podstawie odrębnych przepisów, prawa do odstąpienia od umowy na nabycie określonego towaru lub usługi, to odstąpienie konsumenta od tej umowy jest skuteczne także wobec umowy o kredyt wiązany.

W przedmiotowej sprawie Przedsiębiorca zawiera umowy m.in. poza lokalem przedsiębiorstwa, w oparciu o wzorzec umowy, który zawiera postanowienia o treści:

- „*W przypadku rezygnacji z zawartej umowy firma pobranego zadatku nie zwraca*”,
- „*Umowa zawarta w sklepie firmy MAGO (...)*”,
- „*W przypadku nie przyjęcia bądź rezygnacji z usługi, gdy płatność jest regulowana w formie umowy kredytowej-bankowej klient jest zobowiązany spłacać raty, natomiast zamówiony towar jest do odbioru w firmie, gdzie nastąpi zwrot kwoty 150 zł tytułem braku usługi montażu*”.

Ustawowe prawo odstąpienia przysługuje w odniesieniu do umów zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Wobec tego Przedsiębiorca zastrzegając w treści umowy – niezgodnie z okolicznościami towarzyszącymi zawarciu umowy, że jest ona zawarta w lokalu przedsiębiorstwa, wprowadza konsumentów w błąd już co do samego istnienia tego prawa.

Z prawem konsumenta do odstąpienia od umowy korelują obowiązki przedsiębiorcy. Jednym z nich jest niezwłoczny zwrot konsumentowi, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, wszystkich dokonanych przez niego płatności. Tymczasem Przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd, zastrzegając w umowie, że w przypadku rezygnacji z zawartej umowy, czyli *de facto* w przypadku realizacji przez konsumenta prawa odstąpienia od umowy, nie zwróci pobranego zadatku.

Przepisy ustawy o kredycie konsumenckim wskazują, że jeżeli konsument skorzystał z przyznanego mu prawa do odstąpienia od umowy, to jest ono również skuteczne wobec umowy o kredyt, z którego jest finansowane nabycie towaru lub usługi. Tymczasem Przedsiębiorca stosując postanowienie o treści: „*W przypadku nie przyjęcia bądź rezygnacji z usługi, gdy płatność jest regulowana w formie umowy kredytowej-bankowej klient jest zobowiązany spłacać raty, natomiast zamówiony towar jest do odbioru w firmie, gdzie nastąpi zwrot kwoty 150 zł tytułem braku usługi montażu*” po pierwsze wprowadza konsumentów w błąd wskazując, że w przypadku rezygnacji z zawartej umowy, czyli realizacji prawa odstąpienia od umowy, będą musieli spłacać kredyt zaciągnięty na nabycie towaru, a po drugie, wyłącza w ogóle prawo odstąpienia od umowy sprzedaży (*zamówiony towar jest do odbioru w firmie*).

Zatem stosując wskazane powyżej postanowienia Przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd, co do przysługującego im na podstawie przepisów ustawy o prawach konsumenta i ustawy o kredycie konsumenckim prawa odstąpienia od umowy. Wprowadzające konsumenta w błąd działanie może powodować, że konsumenci nie skorzystają z przysługującego im prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna dla uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów **została spełniona.**

Ad 3)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10.04.2008 r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów”. Wystarczające powinno być w jego ocenie ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy orzekł też, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”. W rozważanym przypadku oceniane zachowania Przedsiębiorcy mogły oddziaływać na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutów opisanych w sentencji niniejszej decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie udowodnione. Działania Przedsiębiorcy naruszały interes ekonomiczny konsumentów m.in. w zakresie ograniczenia prawa do odstąpienia od umowy. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Przedsiębiorcy. Tym samym nie ulega wątpliwości, że rozważane działania mogą godzić lub mogły godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Mając powyższe na względzie, należy wskazać, iż została spełniona przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w zakresie praktyki określonej w sentencji niniejszej decyzji.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna dla uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów **została spełniona.**

Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24

Jak zostało wskazane powyżej Przedsiębiorca wprowadzając konsumentów zawierających umowę poza lokalem przedsiębiorstwa w błąd, co do przysługujących im uprawnień i odpowiadających im obowiązków Przedsiębiorcy związanych z realizacją prawa odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przedsiębiorca w toku postępowania nie zmienił, ani nie zadeklarował dobrowolnej zmiany bezprawnej praktyki. Wobec tego zachodzi konieczność orzeczenia nakazu zaniechania jej stosowania.

Ponieważ przedmiotem stosowanej przez Przedsiębiorcę praktyki jest wprowadzanie konsumentów w błąd poprzez stosowanie określonych postanowień umownych, to zaniechanie stosowania tej praktyki nastąpi dopiero wówczas, gdy wszystkie te kwestionowane postanowienia zostaną usunięte z obrotu prawnego, tj. gdy Przedsiębiorca do wszystkich konsumentów z którymi zawarł umowy zawierające te postanowienia, a umowy te nadal obowiązują, skieruje propozycje zawarcia aneksu lub w inny sposób poinformuje ich o przysługujących im uprawnieniach.

Wobec spełnienia przesłanek, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.**

Ad II sentencji decyzji

Stosownie do art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24. Zgodnie z art. 106 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Zaś ust. 6 tego przepisu stanowi, że w przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10 000 euro. Przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok zgłoszenia zamiaru koncentracji lub nałożenia kary (art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadziła zatem zasadę fakultatywności kar nakładanych przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy naruszyli zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną, jak i prewencyjną (dyscyplinującą). Z powołanych wyżej przepisów wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. Zatem o tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do danego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Zwrócić należy uwagę, iż przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu winien uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej, wymieniając okoliczności naruszenia przepisów ustawy, uprzednie naruszenie przepisów ustawy, okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy,

przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia.

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie. Okolicznościami łagodzącymi są w szczególności dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków, współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania (w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania). Natomiast okolicznościami obciążającymi są znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia (art. 111 ust. 3 i 4 ustawy).

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter przypisanej Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów i możliwe jej skutki Prezes Urzędu uznał, że nałożenie kary pieniężnej na Przedsiębiorcę jest w pełni uzasadnione.

W 2015 r. Przedsiębiorca osiągnął obrót w wysokości (tajemnica przedsiębiorstwa) zł, co w przeliczeniu według kursu średniego ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2015 r. (Tabela nr 254/A/NBP/2015) stanowi wartość (tajemnica przedsiębiorstwa) euro. Jeżeli przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. W 2013 r. Przedsiębiorca osiągnął obrót w wysokości (tajemnica przedsiębiorstwa) zł, a w roku 2014 w wysokości (tajemnica przedsiębiorstwa) zł. Zatem średni obrót osiągnięty w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok 2016 wynosi (tajemnica przedsiębiorstwa) zł, co w przeliczeniu według kursu średniego ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2015 r. (Tabela nr 254/A/NBP/2015) stanowi wartość (tajemnica przedsiębiorstwa) euro. Zgodnie z art. 106 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, gdy obrót obliczony na podstawie przepisu ust. 5 nie przekracza równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10 000 euro. Maksymalna kara pieniężna, do nałożenia której uprawniony był Prezes Urzędu wynosiła zatem 42 614 zł.

Przypisana Przedsiębiorcy praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd działanie, które polega na wprowadzaniu konsumentów zawierających umowę poza lokalem przedsiębiorstwa w błąd, co do przysługujących im uprawnień i odpowiadających im obowiązków Przedsiębiorcy związanych z realizacją prawa odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa. Praktyka ta ujawniała się zatem na etapie zawierania kontraktu z wpływem na etap wykonywania kontraktu. Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki należy wskazać, że narusza ona prawo konsumenta zawierającego umowę poza lokalem przedsiębiorstwa zagwarantowane mu przez ustawę o prawach konsumenta tj. prawo odstąpienia od umowy. Wskutek działań Przedsiębiorcy konsumenci zostają wprowadzeni w błąd, co do prawa odstąpienia od umowy, przy czym mylne wyobrażenie w tym zakresie może mieć wpływ na podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjęli. Uznać bowiem należy, że wskutek wprowadzającego w błąd działania Przedsiębiorcy konsumenci w ogóle nie skorzystają z przysługujących im uprawnień.

Pośrednio działanie Przedsiębiorcy może zatem godzić również w interesy ekonomiczne konsumentów. Wszystkie wyżej wymienione okoliczności skutkowały uznaniem, że szkodliwość działania Przedsiębiorcy jest bardzo wysoka. Ustalając wymiar kary za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Przedsiębiorcę. Na podstawie dokumentacji zgromadzonej w toku postępowania wyjaśniającego, można stwierdzić, że Przedsiębiorca stosuje kwestionowane postanowienia od 2006 r.²

Prezes Urzędu rozważył również występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, która wynika z oceny zgromadzonego materiału dowodowego.

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, iż Przedsiębiorca podaje nieprawdziwe informacje, że umowa została zawarta w lokalu przedsiębiorstwa. Takiego działania nie można uznać za naruszenie przez Przedsiębiorcę zasad ostrożności w relacjach z konsumentami i niedopełnienie obowiązku monitorowania przepisów na bieżąco, które skutkować mogłoby np. podaniem krótszego niż wynikałoby to z przepisów prawa terminu na odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Zdaniem Prezesa Urzędu, informacja przekazywana przez Przedsiębiorcę ma na celu jednoznaczne wprowadzenie konsumentów w błąd, że nie przysługują im żadne szczególne uprawnienia. Zmiany i modyfikacje treści stosowanego wzorca umowy wprowadzane przez Przedsiębiorcę w roku 2013/2014 i w grudniu 2014 r. i pozostawienie w nich wszystkich kwestionowanych postanowień, pozwalają twierdzić, iż działania Przedsiębiorcy w tym zakresie są prowadzone w sposób powtarzalny, przemyślany i celowy. Nie ma zatem wątpliwości, że wskazuje to na zamiar wprowadzenia konsumentów w błąd co do przysługującego im prawa odstąpienia od umowy.

W okolicznościach niniejszej sprawy nie występują żadne okoliczności łagodzące.

² Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym weszła w życie 21 grudnia 2007 r.

Art. 4 ust. 2 tej ustawy wskazywał, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1. Art. 4 ust. 1 wskazywał, że praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

W ocenie Prezesa Urzędu zarzucane Przedsiębiorcy w niniejszym postępowaniu wprowadzanie konsumentów w błąd stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu tych przepisów.

Wobec tego należy stwierdzić, że praktyki stosowane przez Przedsiębiorcę były stosowane od dnia wejście w życie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Wysokość kary pieniężnej nałożonej na Przedsiębiorcę za stosowanie praktyki stwierdzonej w sentencji decyzji wynosi 1.422,00 zł, co stanowi ok. 3,3% kary maksymalnej, o której mowa w art. 106 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, do nałożenia której upoważniony był Prezes Urzędu.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczona kara jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara ta pełni przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie przepisów ww. ustawy oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez Przedsiębiorcę. Warto podkreślić także jej walor wychowawczy, odstrasżający innych przedsiębiorców działających na rynku sprzedaży bezpośredniej przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. W ocenie Prezesa Urzędu, biorąc pod uwagę m.in. cenę za jaką Przedsiębiorca sprzedawał towary konsumentom, nie sposób też uznać nałożonej kary za wygórowaną.

W związku z tym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji decyzji.

Ad III sentencji decyzji

Koszty postępowania Artykuł 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Artykuł 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) – zwanej dalej: „kpa”. Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Przedsiębiorcy, w wysokości 34,90 zł.

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

Ad IV sentencji decyzji

Zgodnie z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się kpa. Stosownie do art. 105 § 1 kpa., gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części. „Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a wobec tego nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie, co do istoty. Przesłanka umorzenia postępowania może istnieć jeszcze przed wszczęciem postępowania, co zostanie

ujawnione dopiero w toczącym się postępowaniu, a może ona powstać także w czasie trwania postępowania, a więc w sprawie już zawisłej przed organem administracyjnym”³.

Prezes Urzędu postawił Przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień przysługujących im na podstawie art. 8 w związku z art. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) w związku z art. 51 ww. ustawy o prawach konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową w zakresie umów zawartych przed 25 grudnia 2014 r. oraz uprawnień przysługujących kupującemu z tytułu rękojmi na podstawie ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 121 ze zm.), za wady rzeczy sprzedanej w zakresie umów zawartych po 25 grudnia 2014 r., poprzez stosowanie postanowień umownych o treści:

- „Odbieram towar i montaż bez zastrzeżeń jakościowych”,
- „Odbieram obróbkę murarską wstępną bez zastrzeżeń”,

co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zebrany w toku postępowania materiał dowodowy wskazuje, że konsumenci zawierający z Przedsiębiorcą umowy korzystają z przysługujących im uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową oraz z tytułu rękojmi, co wskazuje, że kwestionowane postanowienia nie wywołały u konsumentów wątpliwości co do przysługujących im praw, a tym samym należy uznać, że postanowienia te dla przeciętnego konsumenta nie mają potencjału wprowadzania w błąd.

Ponadto, w toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu zebrał materiał dowodowy wskazujący na to, że złożenie przez konsumentów podpisów pod postanowieniami umownymi o treści: „Odbieram towar i montaż bez zastrzeżeń jakościowych” oraz „Odbieram obróbkę murarską wstępną bez zastrzeżeń” następuje nie przy podpisaniu umowy, której treść jest wyodrębniona i umieszczona w dolnej części kartki, ale dopiero w chwili dostarczenia przez Przedsiębiorcę drzwi, ich montażu i wykonania obróbki murarskiej. Należy zatem przyjąć, że złożenie przez konsumenta podpisu pod kwestionowanymi postanowieniami stanowi „pokwitowanie” wykonania świadczenia zgodnie z zawartą umową, a oświadczenie o braku zastrzeżeń dotyczy tylko stwierdzenia faktu na moment odbioru.

W związku z faktem, że nie zaistniała przesłanka bezprawności działań Przedsiębiorcy we wskazanym zakresie **Prezes Urzędu uznał za zasadne w tym zakresie postępowanie umorzyć**. Z ustaleń, dokonanych w przedmiotowym postępowaniu wynika, iż przesłanka umorzenia

³ B. Adamiak i J. Borkowski, Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz C.H. BECK, Warszawa 1996 r., s. 462).

postępowania istniała jeszcze przed jego wszczęciem, jednakże została ujawniona dopiero w toku postępowania, na skutek szczegółowych ustaleń dokonanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania.

W związku z tym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie IV sentencji decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.) – zwanej dalej: „kpc”, od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt III decyzji, na podstawie art. 264 § 2 kpa w związku z art. 83 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1-2 kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

Zgodnie z art. 264 § 1 kpa, w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, koszty niniejszego postępowania należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury*

Tomasz Dec