



PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W BYDGOSZCZY

ul. Jagiellońska 34, 85-097 Bydgoszcz
tel. (052) 345-56-44, Fax (052) 345-56-17
e-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 16.05.2005 r.

Znak: RBG-61-02/05/AB

Zarząd
Carrefour Polska Sp. z o.o.
ul. Targowa 72
03-734 Warszawa

Decyzja Nr RBG 22/2005

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity w Dz.U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z kolejnymi zmianami w Dz.U. z 2003 r. Nr 170, poz. 1652, Dz.U. z 2004 r. Nr 93, poz. 891, Dz.U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959 – zwana dalej ustawą) oraz §2 ust. 3a i §6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172, Dz.U. z 2003 Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

- I. na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23a ustawy wymienionej na wstępie, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, praktykę Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez zamieszczanie na tabliczkach informujących o cechach sprzedawanych towarów (konfiguracji), ustawianych przy tych towarach, zastrzeżenia: „Gwarancja 12 miesięcy”,

i nakazuje zaniechanie jej stosowania;

- II. na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23a ustawy wymienionej na wstępie, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, praktykę Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez informowanie konsumentów, za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, iż określone towary nie podlegają wymianie, ani zwrotowi,

i nakazuje zaniechanie jej stosowania;

- III. na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23a ustawy wymienionej na wstępie, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, praktykę Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom

rzetelnej i pełnej informacji poprzez informowanie konsumentów, za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że w przypadku nie odebrania w określonym terminie bagażu zdeponowanego w Punkcie Obsługi Klienta, bagaż ten zostanie przekazany na cele dobroczynne, bądź przekazany do Biura Rzeczy Znalezionych,

i nakazuje zaniechanie jej stosowania;

- IV. na podstawie art. 23e ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 23a ustawy wymienionej na wstępie, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, praktykę Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez informowanie konsumentów, za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że gwarancji i rękojmi podlegają wyłącznie wady ukryte powstałe z winy producenta w obuwiu nieużyтым,

i stwierdza zaniechanie jej stosowania na przełomie stycznia i lutego 2005 r.;

- V. na podstawie art. 23e ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 23a ustawy wymienionej na wstępie, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, praktykę Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez informowanie konsumentów, za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że wyłączona jest możliwość dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji udzielonej przez producentów obuwia w przypadku:
1. naturalnego zużycia obuwia;
 2. uszkodzeń mechanicznych;
 3. obić i otarć;
 4. uszkodzeń wynikłych ze złego dopasowania obuwia do stopy;
 5. wad jawnych widocznych w dniu zakupu;
 6. wygod obuwia;
 7. systemów pneumatycznych;
 8. elementów ozdobnych,

i stwierdza zaniechanie jej stosowania na przełomie stycznia i lutego 2005 r.;

- VI. na podstawie art. 23e ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 23a ustawy wymienionej na wstępie, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, praktykę Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez informowanie konsumentów, za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że w przypadku naprawy wad ukrytych obuwia, klient nie może żądać zwrotu gotówki,

i stwierdza zaniechanie jej stosowania na przełomie stycznia i lutego 2005 r.;

- VII. na podstawie art. 105 §1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity w Dz.U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 z kolejnymi zmianami w Dz.U. z 2001 r. Nr 49, poz. 509, Dz.U. z 2002 r. Nr 113, poz. 984, Dz.U. z 2002 r. Nr 169, poz. 1387, Dz.U. z 2003 r. Nr 130, poz. 1188, Dz.U. z 2003 r. Nr 170, poz. 1660, Dz.U. z 2002 r. Nr 153, poz. 1271, Dz.U. z 2004 r. Nr 162, poz. 1692), w związku z art. 80 ustawy wymienionej na wstępie, **umarza się postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów**, polegającej na informowaniu konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że podstawą prawną dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji obuwia są art. 556, 557, 559 i art. 560 Kodeksu cywilnego.

Uzasadnienie

W toku postępowania wyjaśniającego sygn. akt RBG-61-18/04/AB, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej Prezesem Urzędu, bądź organem antymonopolowym)

przeprowadził kontrolę m.in. Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie Hipermarketu w Bydgoszczy, w toku której wstępnie ustalił, że Carrefour Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zwana dalej Uczestnikiem, albo Carrefour) nie dopełnia obowiązku informacyjnego względem konsumentów.

W związku z powyższym, postanowieniem nr RBG 03/2005 z dnia 6 stycznia 2005 r., zmienionym postanowieniem nr RBG 14/2005 z dnia 26.01.2005 r. Prezes Urzędu wszczął przeciwko Carrefour postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z zarzutem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez:

1. zamieszczanie na tabliczkach informujących o cechach towarów (konfiguracji) ustawianych przy tych towarach, zastrzeżenia cyt. „Gwarancja 12 miesięcy”;
2. informowanie konsumentów, za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, iż określone towary nie podlegają wymianie ani zwrotowi;
3. informowanie konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że w przypadku nie odebrania w określonym terminie bagażu zdeponowanego w Punkcie Obsługi Klienta, bagaż ten zostanie przekazany na cele dobroczynne, bądź przekazany do Biura Rzeczy Znalezionych;
4. informowanie konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że gwarancji i rękojmi podlegają wyłącznie wady ukryte powstałe z winy producenta w obuwii nieużytej, a w szeregu przypadkach, wyłączona jest możliwość dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji, co dotyczy:
 - a) naturalnego zużycia obuwia;
 - b) uszkodzeń mechanicznych;
 - c) obić i otarć;
 - d) uszkodzeń wynikłych ze złego dopasowania obuwia do stopy;
 - e) wad jawnych widocznych w dniu zakupu;
 - f) wygod obuwia;
 - g) systemów pneumatycznych;
 - h) elementów ozdobnych;
5. informowanie konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że w przypadku naprawy wad ukrytych obuwia, klient nie może żądać zwrotu gotówki;
6. informowanie konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że podstawą prawną dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji obuwia są art. 556, 557, 559 i art. 560 Kodeksu cywilnego.

W toku postępowania, Uczestnik potwierdził, że informacja o 12-miesięcznym okresie gwarancji podawana jest w przypadku, gdy producent danego produktu udzielił gwarancji na okres 12 miesięcy, a dotyczy głównie artykułów AGD/RTV, rowerów i innego sprzętu sportowego, narzędzi do majsterkowania i innych, a jest stosowana wyłącznie w hipermarketach.

Odnosnie informacji dot. braku możliwości wymiany, ani zwrotu określonych towarów, Uczestnik wyjaśnił, że nie zdecydował się wzorem innych sprzedawców na praktykę wymiany, bądź zwrotu towaru w innym trybie, niż tryb reklamacyjny, tj. na umowne prawo odstąpienia od umowy sprzedaży.

W opinii Uczestnika, praktyka informowania konsumentów o przekazaniu nieodebranego w terminie bagażu na cele dobroczynne, bądź do Biura Rzeczy Znalezionych nie narusza interesów konsumentów, gdyż przechowanie jest nieodpłatne, a konsumenci są o tym należycie informowani, a ponadto, są identyfikowani jedynie „numerkiem”, co uniemożliwia ustalenie jej danych osobowych.

Uczestnik potwierdził, że nieprawidłowe informacje dot. podstawy prawnej dochodzenia roszczeń przez konsumentów (Kodeks cywilny), oraz wytycznych producentów obuwia pojawiły się tylko w kilku sklepach i zostały wyeliminowane w toku postępowania.

Na podstawie powyższego, Prezes Urzędu ustalił:

Uczestnik jest Spółką prawa handlowego, prowadzącą na terenie kraju działalność, której przedmiotem jest m.in. sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych oraz wszelka działalność bezpośrednio i pośrednio z tym związana

(istota działalności hiper i supermarketów), za pośrednictwem sieci sklepów Carrefour (hipermarkety), Champion i Globi (supermarkety).

Środkiem wymiany informacji pomiędzy Uczestnikiem, a konsumentami są m.in. tablice informacyjne wystawione w Punktach Obsługi Klientów, oraz tabliczki informujące o cechach (konfiguracji) sprzedawanych towarów, wystawione bezpośrednio przy tych towarach, głównie na działach RTV i AGD (z wyjaśnień Uczestnika wynika, że również na działach sportowych i technicznych – dla majsterkowiczów).

W toku kontroli, wykonując ciężące na nim obowiązki z zakresu ochrony zbiorowego interesu konsumentów, Prezes Urzędu wstępnie ustalił, że Uczestnik dopuszcza się praktyk, których istotą jest naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji co do służących im, z mocy prawa, oraz dobrego obyczaju handlowego, uprawnień.

W toku postępowania, Uczestnik faktycznie uznał swoją winę co do części ze stawianych mu zarzutów, w tym, co do: 1. informowania konsumentów, że gwarancji i rękojmi podlegają wyłącznie wady ukryte powstałe z winy producenta w obuwiu nieużyтым, a w szeregu przypadkach, wyłączona jest możliwość dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji (pkt IV sentencji decyzji), 2. informowania konsumentów, że w przypadku naprawy wad ukrytych obuwia, klient nie może żądać zwrotu gotówki (pkt V sentencji decyzji), 3. informowania konsumentów, że podstawą prawną dochodzenia roszczeń są art. 556, 557, 559 i art. 560 Kodeksu cywilnego (pkt VI sentencji decyzji), oraz zaprzestał nieprawidłowego informowania konsumentów na przełomie stycznia i lutego 2005 r., tj. w praktyce zdjął zakwestionowane tablice informacyjne.

Stwierdzone przez Prezesa Urzędu nieprawidłowości w informowaniu konsumentów dotyczyły następujących placówek Uczestnika: Bydgoszcz, Toruń (według ustaleń własnych Prezesa Urzędu), Bytom, Gdańsk, Jaworzno, Kraków Nowa Huta, Kraków Zakopianka, Łódź, Sosnowiec, Szczecin, Warszawa Arkadia, Warszawa Bemowo, Warszawa Reduta, Warszawa Targówek, Warszawa Wileńska, Wrocław, Zielona Góra (według wyjaśnień Uczestnika), tj. wszystkich 17 hipermarketów w Polsce (według danych powszechnie dostępnych na stronie www.carrefour.pl). W tym miejscu Prezes Urzędu podkreśla, że rozbieżności dot. oznaczenia hipermarketów w Jaworznie i w Krakowie Nowej Hucie (według informacji dostępnych w serwisie internetowym odpowiednio: „Katowice” i „Kraków Czyżyny”), nie mogą zmienić wniosków będących podstawą wydania niniejszej decyzji.

W oparciu o ustalony stan faktyczny, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z treścią art. 23a ustawy, *„Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.”* (ust. 1) *„Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479[45] Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.”*(ust. 2).

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów wymaga zatem spełnienia dwóch warunków:

1. bezprawności działania
2. naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Zbiorowy interes konsumentów

Art. 22¹ Kodeksu cywilnego zawiera legalną definicję konsumenta, zgodnie z którą *„Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.”*

Z kolei, zgodnie z pkt 2 preambuły Dyrektywy 98/27/EC Parlamentu Europejskiego oraz Rady Unii Europejskiej z dnia 19 maja 1998 roku w sprawie nakazów wydawanych w celu ochrony interesów konsumentów, *„Zbiorowe interesy oznaczają interesy, które nie stanowią skumulowanych interesów poszczególnych osób poszkodowanych z racji naruszenia”.*

Ze zbiorowym interesem konsumentów mamy więc do czynienia wówczas, gdy bezprawne działanie przedsiębiorców dotyczy, lub może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów, choćby liczba pokrzywdzonych konsumentów była bardzo duża.

W niniejszej sprawie kwestionowane praktyki Carrefour, polegające na udzielaniu, za pośrednictwem tabliczek i tablic informacyjnych, umieszczonych na terenie sklepu niepełnej i nierzetelnej informacji o uprawnieniach konsumentów oddziaływały, bądź mogły oddziaływać na wszystkie, bliżej nieokreślone osoby, które dokonywały zakupów i mogły zapoznać się z umieszczonymi na nich informacjami. Uzasadnia to wniosek o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów, o którym mowa w art. 23a ustawy.

Bezprawność działania

Bezprawność działania Uczestnika zostanie poddana ocenie według kolejności stawianych mu zarzutów, znajdujących odzwierciedlenie w kolejnych punktach sentencji niniejszej decyzji:

Ad.1 Wniosek o bezprawności zamieszczania przez Uczestnika na tabliczkach informujących o konfiguracji towarów informacji cyt. „Gwarancja 12 miesięcy”, jest uzasadniony naruszeniem przepisów art. 23a ust. 1 i ust. 2 ustawy, które w sposób samoistny nakładają na przedsiębiorców obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, w związku z art. 8, art. 10 i art. 11 ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 roku nr 141 poz. 1176 – zwana dalej ustawą o szczególnych warunkach).

Zgodnie z art. 8 ust. 1 i ust. 4, oraz art. 10 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach, *„Jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów.”*, *„Jeżeli kupujący (...) nie może żądać naprawy ani wymiany albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna.”* (roszczenia konsumentów z tytułu niezgodności towaru z umową), a *„Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu (...).”*

Zgodnie z powołanymi przepisami każdy konsument ma prawo reklamować towar niezgodny z zawartą umową sprzedaży (wysuwać określone roszczenia), o ile jego „wady” ujawnią się w terminie dwóch lat od daty wydania towaru. Należy więc ocenić, czy wybiórcza informacja o 12 miesięcznym okresie gwarancji nie wprowadza w błąd konsumentów i nie prowadzi do faktycznego ograniczenia odpowiedzialności sprzedawcy.

Rozstrzygając powyższe, Prezes Urzędu był zmuszony uwzględnić, iż przeciętny konsument nie posiada biegłej znajomości regulacji prawnych z zakresu prawa konsumenckiego. Cechą relacji przedsiębiorca-konsument jest m.in. znacząca przewaga tego pierwszego w zakresie znajomości przepisów prawa. Uzasadnia to objęcie konsumentów wzmożoną ochroną, i nałożenie na przedsiębiorców szczególnego obowiązku informacyjnego (prawo do informacji jest jednym z podstawowych praw konsumentów). Tak więc, należy uznać, iż pojęcie „gwarancja”, mimo że zakorzenione w języku prawniczym, jak również zdefiniowane prawnie jako *„oświadczenie gwaranta zamieszczone w dokumencie gwarancyjnym lub reklamie (...)”*, w języku potocznym może być równoznaczne z rękojmią, niezgodnością towaru konsumpcyjnego z umową i odpowiedzialnością za towar w ogóle. Wszystkie z wymienionych instytucji są uznawane przez ogół konsumentów za synonimy i oznaczają możliwość reklamowania towaru, tj. *„zwrócenia się do dostawcy, producenta, wykonawcy usługi w sprawie ujawnionych wad towaru, niedokładności w dostawie, w rachunku, w wykonaniu usługi itp. z żądaniem uregulowania sprawy; zażalenie, skarga złożone w tej sprawie”* (źródło: Słownik języka polskiego PWN, wersja internetowa: <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=52990>).

Co więcej, częste ostatnio zmiany przepisów dotyczących sprzedaży konsumenckiej, oraz fundamentalnych dla tej dziedziny pojęć, nie sprzyjają edukacji konsumentów, co nie może być wykorzystywane przez przedsiębiorców. O ile Uczestnik nie miał obowiązku informować konsumentów o przysługujących im uprawnieniach, to jeśli podjął się tego, winien to czynić w sposób pełny i rzetelny, a nie wybiórczy. Szczególnie jeśli niepełna informacja może prowadzić do ograniczenia jego odpowiedzialności względem konsumentów.

Wobec powyższego, fakt informowania konsumentów wyłącznie o warunkach udzielanej im gwarancji producenta – należy podkreślić, że mniej korzystnej od regulacji ustawowej (co do terminu) – bez wyraźnego wskazania, że chodzi o odpowiedzialność producenta, a nie sprzedawcy, oraz

równoległy brak informacji o końcowym terminie odpowiedzialności sprzedawcy, świadczy o zamiarze tego ostatniego wprowadzenia w błąd konsumentów, bądź przynajmniej braku staranności profesjonalisty, czego skutkiem może być złamanie zakazu, o którym mowa w art. 11 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, zgodnie z którym „*Uprawnień unormowanych w niniejszej ustawie nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. W szczególności nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową, lub przez wybór prawa obcego.*” (skoro uprawnień tych nie można ograniczyć w drodze umowy, to tym bardziej, nie można ich ograniczyć w drodze jednostronnego oświadczenia sprzedawcy). Pozwala to uznać informację o 12-miesięcznym okresie gwarancji za niepełną, pozbawioną zasadniczej z punktu widzenia konsumentów informacji, że chodzi jedynie o gwarancję producenta, której expiracja nie stoi na przeszkodzie realizacji ustawowych uprawnień konsumentów.

Tym samym, należało uznać, że tabliczki znajdujące się przy poszczególnych produktach, zawierające podstawowe dane o sprzedawanym towarze, oraz informację: „*Gwarancja 12 miesięcy*” są nośnikami niepełnej informacji. Informacja ta sugeruje, że dany towar można reklamować jedynie w terminie 12 miesięcy. Konsument nie jest poinformowany o tym, że – niezależna od gwaranta - odpowiedzialność sprzedawcy wynosi 24 miesiące.

Mając na uwadze fakt, iż tabliczki, zawierające zapis „*Gwarancja 12 miesięcy*” redagowane są według jednolitego wzoru, dla zaniechania tej praktyki wystarczającym będzie umieszczenie na nich informacji, obok zwrotu „*Gwarancja 12 miesięcy*”, iż ustawowa odpowiedzialność sprzedawcy wynosi 24 miesiące, bądź przynajmniej zmiana kwestionowanego zapisu w ten sposób: „*Gwarancja producenta 12 miesięcy*”. Ta – z natury rzeczy – lakoniczna adnotacja, połączona jednak z informacjami o prawach konsumenta, udzielanymi w Punktach Obsługi Klienta powinna w dostatecznym stopniu zabezpieczyć prawo konsumentów do pełnej i rzetelnej informacji. Innym sposobem zaniechania opisanej praktyki może być zaniechanie stosowanie przedmiotowej informacji na tabliczkach informujących o cechach produktów. W takim przypadku konsument będzie się dowiadywał o okresie gwarancji z umowy zawartej z gwarantem (zgodnie z art. 13 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach), natomiast informacja o odpowiedzialności sprzedawcy będzie podawana w Punktach Obsługi Klienta.

Ad. 2 Odnosząc się do zakwestionowanych tablic, informujących konsumentów, iż określone kategorie produktów nie podlegają wymianie, ani zwrotowi (np. artykuły informatyczne, nośniki danych, CD, kasety audio i video, bielizna osobista i kosmetyki), Prezes Urzędu wyraża pogląd, iż informacje te wymagają sprecyzowania. Treść tych informacji sugeruje, iż każdy towar konsumpcyjny należący do wymienionych grup towarowych, zarówno zgodny, jak i niezgodny z zawartą umową, nie podlega wymianie, ani zwrotowi, co może wywoływać mylne wrażenie, iż produktów tych nie można reklamować. Należy podkreślić, że wymiana towaru na nowy należy do zasadniczych roszczeń konsumenta, a możliwość zwrotu towaru jest dalszym uprawnieniem związanym z możliwością odstąpienia od umowy (vide: art. 8 ust. 1 i ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach).

W toku postępowania Uczestnik wyjaśnił, że nie zdecydował się tak jak inne sklepy na dokonywanie wymiany towaru na inny, lub na zwrot towaru w innych sytuacjach niż w trybie reklamacyjnym. Nie kwestionując takiego sposobu postępowania, Prezes Urzędu jedynie zwraca uwagę, że informacja o takiej postawie winna być na tyle precyzyjna, aby wykluczyć możliwość przedstawionej powyżej interpretacji, a tym samym możliwość rezygnacji przez konsumentów ze zgłaszania przysługujących im roszczeń, na skutek wprowadzenia ich w błąd co do takiej możliwości.

Powyższe pozwoliło uznać przedmiotową informację za niepełną w rozumieniu art. 23a ust. 2 ustawy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, kwestionowane tablice winny być tak zmienione, aby wynikało z nich wyraźnie, iż niektóre, zgodne z umową towary konsumpcyjne, wymienione przez Carrefour, nie podlegają wymianie, ani zwrotowi, co jest dopuszczalne względem innych (jeśli jest). Wprowadzenie tych zmian powinno doprowadzić do tego, iż informacja o pro-konsumenckiej praktyce Uczestnika (mimo nieprecyzyjnych wyjaśnień udzielonych przez Uczestnika, Prezes Urzędu wnioskuje, że brak możliwości wymiany, ani zwrotu towarów „niewadliwych” nie dotyczy innych towarów niż enumeratywnie wymienione na tablicach Carrefour), będzie podana w sposób przejrzysty, nie wprowadzający konsumentów w błąd.

Ad.3 Zgodnie z art. 835 Kodeksu cywilnego, „*Przez umowę przechowania przechowawca zobowiązuje się zachować w stanie nie pogorszonym rzecz ruchomą oddaną mu na przechowanie.*”, natomiast

stosownie do art. 836 Kodeksu cywilnego, „Jeżeli wysokość wynagrodzenia za przechowanie nie jest określona w umowie albo w taryfie, przechowawcy należy się wynagrodzenie w danych stosunkach przyjęte, chyba że z umowy lub z okoliczności wynika, iż zobowiązał się przechować rzecz bez wynagrodzenia.”.

Z powyższego wynika, że istotą przechowania jest zwrot rzeczy w stanie niepogorszonym po upływie terminu przechowania (ewentualnie wcześniej na żądanie składającego – art. 844 §1 k.c.), natomiast odpłatność nie należy do cech koniecznych tej umowy. Należy więc rozważyć, czy ewentualna praktyka Uczestnika, jaką jest przekazywanie rzeczy składanych mu na nieodpłatne przechowanie przez konsumentów, po upływie terminu przechowania, na cele dobroczynne, bądź do Biur Rzeczy Znalezionych jest uzasadniona i może mieć oparcie w informacjach przekazywanych konsumentom za pośrednictwem tablic wystawionych w Punktach Obsługi Klienta.

Dla powyższej oceny niezbędne jest uwzględnienie wyjaśnień Uczestnika, stosownie do których zawiera on z konsumentami nieodpłatną umowę przechowania, oraz identyfikuje konsumentów, a właściwie składane przez nich rzeczy jedynie na podstawie numerka, co uniemożliwia mu dotarcie do nich w przypadku nie odebrania rzeczy w terminie.

Oczywistym jest dla Prezesa Urzędu, że żaden z przepisów obowiązującego w Polsce porządku prawnego nie przewiduje możliwości uznania rzeczy ruchomej za porzuconą, bądź zagubioną jedynie na tej podstawie, że nie została odebrana w terminie od przechowawcy. Zgodnie z treścią przepisu art. 180 Kodeksu cywilnego, „Właściciel może wyzbyć się własności rzeczy ruchomej przez to, że w tym zamiarze rzecz porzuci.”. Treść tego przepisu nie pozostawia wątpliwości co do tego, że konieczną przesłanką wyzbycia się własności rzeczy, co uprawniałoby przechowawcę do rozporządzania nią, jest zamiar wyzbycia uzewnętrzniony w chwili jej porzucenia. O zamiarze takim nie może być w analizowanym przypadku mowy. Tak więc, jedyną możliwością Uczestnika jest odpowiednie stosowanie w takim przypadku – o ile dane osobowe konsumenta są mu nieznane – przepisów o rzeczach znalezionych (art. 183 §1 Kodeksu cywilnego), bądź złożenie rzeczy do depozytu sądowego na podstawie art. 467 Kodeksu cywilnego, o czym winien informować konsumentów za pośrednictwem tablic wystawionych w miejscach przechowania, aby umożliwić im odbiór rzeczy, oraz zwrot kosztów złożenia (art. 470 Kodeksu cywilnego).

W świetle powyższego, praktyka Uczestnika polegająca na przekazywaniu rzeczy należących do konsumentów na cele dobroczynne, bądź do Biur Rzeczy Znalezionych jawi się jako bezprawna. Jej uzasadnieniem nie może być zarówno nieodpłatny charakter przechowania (na marginesie – w istocie nie jest ono nieodpłatne, skoro konsekwencją zawartej umowy przechowania jest pobyt konsumenta na terenie sklepu Uczestnika i nabywanie jego towarów, co stanowi już działalność zyskową), jak i brak możliwości ustalenia danych konsumentów, skoro odpowiedzialność za to ponosi Uczestnik. Prezes Urzędu założył, że nie powinno stanowić dla Uczestnika większego problemu prowadzenie choćby prostego rejestru zawierającego podstawowe dane konsumentów przyporządkowane poszczególnym numerkom wydawanym jako dowód zawartej umowy przechowania, nawet jeśli miałyby się z tym wiązać wprowadzenie niewielkiej odpłatności. Jeśli Uczestnik nie ustala tożsamości osób zawierających z nim umowę o przechowanie, a jedynie wydaje numerki, to czyni tak wyłącznie na własne ryzyko, kierując się przy tym znanymi sobie przesłankami. Jest to ryzyko ściśle związane z profilem prowadzonej działalności gospodarczej i jest jej częścią. Ryzyka tego nie wolno Uczestnikowi przerzucać na konsumentów.

Informowanie konsumentów o powyższej praktyce nie może jej legalizować, i samo w sobie stanowi praktykę dezinformacyjną określoną w art. 23a ust. 2 ustawy, skutkującą ponadto naruszeniem uprawnień właścicielskich konsumentów określonych w art. 140 Kodeksu cywilnego, zgodnie z którym, „W granicach określonych przez ustawy i zasady współżycia społecznego właściciel może, z wyłączeniem innych osób, korzystać z rzeczy zgodnie ze społeczno-gospodarczym przeznaczeniem swego prawa, w szczególności może pobierać pożytki i inne dochody z rzeczy. W tych samych granicach może rozporządzać rzeczą.”.

Ad. 4 Informowanie konsumentów, iż warunkiem reklamowania butów tak w oparciu o rękojmię, jak i gwarancję, jest ukryty charakter wad, narusza obowiązek udzielania im rzetelnej i pełnej informacji określony w art. 23a ust. 2 ustawy. W tym przypadku, bezprawność działania Uczestnika jest ponadto wynikiem naruszenia przepisu art. 7 ustawy o szczególnych warunkach, zgodnie z którym, „Sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć.”.

W ocenie Prezesa Urzędu, używane przez Uczestnika pojęcie „wady ukryte” nie jest równoważne przytoczonej wyżej treści przepisu i może ograniczać odpowiedzialność sprzedawcy w

szerszym niż dopuszczalny zakresie. Uczestnik powinien przytoczyć wiernie treść aktualnie obowiązującego przepisu. O ile ten odwołuje się do zobiektywizowanego wzorca rozsądnego konsumenta, o tyle informacja o wadzie ukrytej sugeruje, że każda wada jawna, niezależnie od tego, czy jej jawność może być widoczna dla przeciętnego konsumenta, czy też wymaga wiadomości specjalnych, wyłącza odpowiedzialność sprzedawcy i gwaranta (producenta).

Ponadto, poważnym zaniedbaniem Uczestnika jest samo posługiwanie się terminem „rękojmia”, oraz „wada”, skoro wiążą się one nieodłącznie z reżimem prawnym, którego stosowanie do umów sprzedaży konsumenckiej zostało wyłączone z mocy art. 1 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach. Informacja taka nie może być uznana za rzetelną w rozumieniu art. 23a ust. 2 ustawy.

Równie nierzetelny charakter ma informacja o winie producenta jako koniecznym warunku odpowiedzialności z tytułu gwarancji i rękojmi. O ile wina producenta może zostać określona w umowie gwarancyjnej jako konieczny warunek dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji, o tyle jest ona nieistotna z punktu widzenia odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową (w tym miejscu Uczestnik ponownie używa zwrotu „rękojmia”), która jest odpowiedzialnością na zasadzie ryzyka, co wynika bezpośrednio z przepisów art. 8 i nast. ustawy o szczególnych warunkach.

Także informowanie konsumentów, że gwarancja i rękojmia dotyczą wyłącznie obuwia nieużytego ma charakter informacji nierzetelnej. O ile w przypadku odpowiedzialności z tytułu gwarancji, gwarant dysponuje stosunkowo szeroką możliwością umownego kształtowania zasad swojej odpowiedzialności, o tyle odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową regulowana jest ustawowo przepisami o charakterze semiimperatywnym. Zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach, *„Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania towaru kupującemu (...).”* Oczywiście jest więc, że odpowiedzialność sprzedawcy jest niezależna od tego, czy konsument reklamuje towar zużyty, czy nieużyty, o ile tylko jego niezgodność z umową ujawni się w okresie dwóch lat od dnia wydania towaru. Logicznym jest przy tym wniosek, że konsument w okresie dwóch lat przystąpi do używania towaru (w analizowanym przypadku butów), co doprowadzi do jego naturalnego zużycia. Wyłączenie w takim przypadku swojej odpowiedzialności przez sprzedawcę prowadzi do naruszenia bezwzględnie obowiązujących przepisów ustawy o szczególnych warunkach, a informująca o tym tablica jawi się jako nierzetelna.

Ad.5 Nierzetelny charakter informacji o wyłączeniu możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji obuwia w szeregu wymienionych powyżej przypadkach, musi zostać rozpatrzony w dwóch płaszczyznach.

Po pierwsze, należy odwołać się do treści przepisu art. 13 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach, zgodnie z którym *„Udzielenie kupującemu gwarancji następuje bez odrębnej opłaty przez oświadczenie gwaranta, zamieszczone w dokumencie gwarancyjnym lub reklamie, odnoszących się do towaru konsumpcyjnego; określa ono obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego (...).”* Kwestionowana w tym punkcie informacja dotycząc ewidentnie obowiązków gwaranta i uprawnień kupujących, nie spełnia ustawowych wymagań co do jej formy. Nie jest ona z pewnością dokumentem gwarancyjnym zawierającym oświadczenie gwaranta (którym jest producent obuwia). Nie może być również uznana za reklamę pochodzącą od gwaranta, skoro zarówno jej forma, jak i treść nie pozwalają na identyfikację gwaranta przez konsumentów.

Po drugie, zakres wyłączeń odpowiedzialności gwaranta prowadzi do wniosku, iż obejmują one większość możliwych przypadków reklamowania obuwia przez konsumentów, albo przynajmniej, że są one skonstruowane w taki sposób, aby umożliwić gwarantowi łatwe uwolnienie się spod odpowiedzialności. Nierzetelność informacji jest w tym wypadku wynikiem tego, iż czyni ona udzielaną przez producentów gwarancję pozorną.

Wobec powyższego, kwestionowaną informację należało uznać za niedozwoloną na podstawie art. 23a ust. 2 ustawy i skutkującą naruszeniem zbiorowego interesu konsumentów.

Ad.6 Informacja, stosownie do której, w przypadku naprawy wad ukrytych obuwia, klient nie może żądać zwrotu gotówki, jest informacją nierzetelną i niepełną w rozumieniu art. 23a ust. 2 ustawy, gdyż sugeruje, że we wszystkich przypadkach naprawy wad ukrytych obuwia, konsumenci są pozbawieni możliwości dochodzenia zwrotu gotówki. Tymczasem, zgodnie z art. 8 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach, *„Jeżeli kupujący, z przyczyn określonych w ust. 1, nie może żądać naprawy, ani wymiany albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy*

naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy (...)".

Zarówno obniżenie ceny, jak i odstąpienie od umowy, wiążą się z prawem konsumenta do zwrotu gotówki. Konsument ma do nich prawo, m.in. o ile naprawa obuwia przedłuży się ponad odpowiedni czas, albo naraża konsumenta na znaczne niedogodności. Wbrew temu, informacja o absolutnym braku możliwości zwrotu gotówki, faktycznie narzuca konsumentom naprawę, która jawi się jako przymusowa nawet w sytuacjach, w których konsument byłby uprawniony do zwrotu gotówki.

W toku postępowania Uczestnik poinformował Prezesa Urzędu o zaniechaniu stosowania praktyk określonych w pkt 4-6 powyżej, poprzez usunięcie stosownych tablic informacyjnych z poszczególnych hipermarketów na przełomie stycznia i lutego 2005 r., w związku z czym Prezes Urzędu ograniczył się do uznania ich za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów przy jednoczesnym stwierdzeniu ich zaniechania na podstawie art. 23e ust. 1 i ust. 2 ustawy, zgodnie z którymi, *„Nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki (...)*”, *„W przypadku określonym w ust. 1 Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.”*.

Ad. 7 Prezes Urzędu postanowił umorzyć postępowanie prowadzone w sprawie praktyki Uczestnika polegającej na informowaniu konsumentów, że podstawą prawną dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji obuwia są art. 556, 557, 559 i art. 560 Kodeksu cywilnego, jako bezprzedmiotowe na podstawie art. 105 §1 Kodeksu postępowania administracyjnego. Prezes Urzędu miał przy tym na uwadze, iż w dniu 26.01.2005 r. wszczął postępowanie pod zarzutem „informowania konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych wystawionych w Punktach Obsługi Klienta, że podstawą prawną dochodzenia roszczeń z tytułu gwarancji obuwia są art. 556, 557, 559 i art. 560 Kodeksu cywilnego”. Tymczasem, zgodnie z ustaleniami kontroli z dnia 25.01.2005 r., Uczestnik informował konsumentów, że podstawą prawną – bez określenia „gwarancji” – są art. 556, 557, 559 i art. 560 Kodeksu cywilnego.

Wobec powyższego, z uwagi na nieprecyzyjne sformułowanie postanowienia o wszczęciu postępowania w tym zakresie, należało umorzyć postępowanie jako bezprzedmiotowe.

Jednocześnie, Prezes Urzędu ustalił w toku postępowania, że Uczestnik zaprzestał udzielania informacji, których istotą jest informowanie konsumentów, iż obowiązującym ich reżimem prawnym jest reżim rękojmi (wyłączony z mocy art. 1 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach). Uzasadnia to odstąpienie od modyfikowania zarzutu w sposób odpowiadający rzeczywistej praktyce uczestnika.

Mając na uwadze powyższe, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ §2 Kodeksu postępowania cywilnego, od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem bydgoskiej delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów .