



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
Delegatura w Lublinie
20-012 Lublin, ul. Ochotnicza 10
Tel. (0-81) 532-35-31, 532-54-48,
Fax (0-81) 532-08-26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl

Lublin, dnia 14 grudnia 2012 r.

RLU-61-27/2012/MW

DECYZJA RLU - 29/2012

I. Na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz.331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko [REDAKTOWANE] prowadzącemu działalność gospodarczą jako [REDAKTOWANE] w Warszawie,

działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działania [REDAKTOWANE] [REDAKTOWANE] prowadzącego działalność gospodarczą jako [REDAKTOWANE] w Warszawie, polegające na :

1. zamieszczeniu w zawieranych z konsumentami poza siedzibą lokalu przedsiębiorstwa umowach o nazwie: „Zamówienie na instalację zestawu do odbioru TV” postanowień, które zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnych konsumentów, powodując lub mogąc powodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjęli, tj. postanowień o treści, które:

a) pozbawiają konsumentów prawa żądania zwrotu danego zadatku bez wskazania, iż zapis ten nie ma zastosowania w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy ;

b) nakładają na konsumentów obowiązek zapłaty za usługę montażu zestawu do odbioru TV oraz za kartę startową w przypadku realizacji przez konsumentów prawa do odstąpienia od umowy zakupu i montażu zestawu,

c) pozbawiają konsumentów prawa zwrotu towaru sprowadzonego na „specjalne zamówienie”, a tym samym pozbawiają konsumentów prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy,

2. zamieszczeniu w zawieranych z konsumentami poza siedzibą lokalu przedsiębiorstwa „Umowach o dzieło” postanowień, które zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnych konsumentów, powodując lub

mogąc powodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjęli, tj. postanowień, które :

- a) nakładają na konsumentów obowiązek zapłaty kwoty stanowiącej 100 % ceny wynikającej z zawartej umowy, w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia ;
- b) pozbawiają konsumentów prawa zwrotu towaru sprowadzonego na „specjalne zamówienie”, a tym samym pozbawiają konsumentów prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4) w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171 poz. 1206), za praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt.3) ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50 poz. 331 z późn. zm.)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2012r.

II. stosowaniu we wzorcu „Umowy o dzieło”, postanowienia o treści:

„§ 13 Spory wynikłe z wykonania niniejszej umowy strony będą rozwiązywać polubownie, a jeżeli nie będzie to możliwe, spór będzie rozstrzygany przez sąd właściwy dla miejsca siedziby firmy Wykonawcy”,

które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964r.- Kodeks Postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43 poz. 296, z późn. zm.), za praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 w/w ustawy

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2012r.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej Prezesem Urzędu) w związku z wnioskiem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Chełmie przeprowadził postępowanie wyjaśniające sygn. akt RLU-403-04/2012/MW, w ramach którego dokonał analizy stosowanych przez [REDAKTOR] [REDAKTOR] prowadzącego działalność gospodarczą jako [REDAKTOR] w Warszawie, wzorców umów.

Ustalenia przeprowadzone w toku postępowania wyjaśniającego dały podstawę do wszczęcia postępowania administracyjnego Postanowieniem Nr 155/2012r. z dnia 14 sierpnia 2012r. przeciwko [REDAKTOR] prowadzącemu działalność gospodarczą jako [REDAKTOR] w Warszawie, w związku z zarzutem:

- I. 1. naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, poprzez zamieszczenie w zawieranych z konsumentami poza siedzibą lokalu przedsiębiorstwa umowach - Zamówieniach na instalację zestawu do odbioru TV postanowień, które zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnych konsumentów, powodując lub mogąc powodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjęli, tj. postanowień o treści, które:
 - pozbawiają konsumentów prawa żądania zwrotu danego zadatku w przypadku

odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia,
-nakładają na konsumentów obowiązek zapłaty za usługę montażu zestawu do odbioru TV oraz za kartę startową w przypadku realizacji przysługującego konsumentom prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia,
- pozbawiają konsumentów prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy tj. postanowienia przewidującego, iż towar sprowadzony na specjalne zamówienie nie podlega zwrotowi;

I.2. naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, poprzez zamieszczenie w zawieranych z konsumentami poza siedzibą lokalu przedsiębiorstwa „Umowach o dzieło” postanowień, które zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta, powodując lub mogąc powodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjęli, tj. postanowień o treści, które :

- nakładają na konsumentów, w przypadku odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia, obowiązek zapłaty kwoty stanowiącej 100 % ceny wynikającej z zawartej umowy,
- pozbawiają konsumentów prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia tj. postanowienia przewidującego, iż towar sprowadzony na specjalne zamówienie nie podlega zwrotowi;

co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4) w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171 poz. 1206) tj. praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50 poz. 331 z późn. zm.).

II. Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, poprzez stosowanie postanowienia wzorca „Umowy o dzieło”, które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964r.- Kodeks Postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43 poz. 296, z późn. zm.) tj. poprzez praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 w/w ustawy o treści :

„§ 13 Spory wynikłe z wykonania niniejszej umowy strony będą rozwiązywać polubownie, a jeżeli nie będzie to możliwe , spór będzie rozstrzygany przez sąd właściwy dla miejsca siedziby firmy Wykonawcy .

Przedsiębiorca pismami z dnia 07.03.2012r. oraz 11.04.2012r. złożył wyjaśnienia w sprawie. Podał, iż jego firma nie zajmuje się sprzedażą usług platform cyfrowych lecz dystrybucją sprzętu na własność (bez abonamentu) oraz wg potrzeb klientów, jego profesjonalnym montażem. W okresie od 1 sierpnia 2011r. do lutego 2012r. jego przedstawiciele handlowi pozyskujący konsumentów w ich domach stosowali jedynie wzorzec „Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV” i w oparciu o ten wzorzec zawierali pisemne umowy z konsumentami. Natomiast sama umowa o dzieło zawierana w przypadku konieczności przeprowadzenia prac elektrycznych zawierana była ustnie. Przedsiębiorca podał, iż od 1 lutego 2012r. stosuje nowe wzorce umowne tj. „Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV” oraz wzorzec „Umowy o dzieło” i w oparciu o te wzorce zawiera pisemne umowy z

konsumentami w ich domach.

██████████ wyjaśnił, iż w związku z tym, że przez pewien czas odbiorniki telewizyjne były w ofercie firmy, jednakże z powodu trudności finansowych zostały wycofane ze stałej oferty, dlatego zakup telewizora przez konsumenta traktowany jest jako zakup na specjalne zamówienie, a zakupionego telewizora konsument nie może zwrócić.

██████████ ██████████ pismem dnia 19.10.2012 ustosunkował się do treści postawionych mu zarzutów, w ten sposób iż stwierdził, że jego działania nie miały na celu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a co za tym idzie, łamania prawa.

Przedsiębiorca poinformował ponadto, iż w związku z brakiem płynności finansowej zawiesił prowadzenie działalności gospodarczej z dniem 30.04.2012r., co udokumentował załączając do pisma kserokopię Potwierdzenia przyjęcia wniosku o zawieszeniu działalności gospodarczej z dnia 30.04.2012r.

Prezes Urzędu zakończył zbieranie materiału dowodowego w sprawie, o czym poinformował przedsiębiorcę pismem z dnia 30.10.2012r.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

██████████ prowadzi działalność gospodarczą jako ██████████ z siedzibą w Warszawie na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Działalność ta polega na sprzedaży detalicznej sprzętu audiowizualnego w wyspecjalizowanych sklepach. Ponadto pracownicy zatrudnieni przez ██████████ na podstawie umowy o pracę organizują na określonych obszarach kraju akcje reklamowe i marketingowe, podczas których za pomocą ulotek i reklam oferują usługi zakupu i montażu sprzętu audiowizualnego do odbioru telewizji na kartę, naziemnej telewizji cyfrowej. Pracownicy przedsiębiorcy pozyskują potencjalnych nabywców przede wszystkim w ich domach. W tej formie przedsiębiorca prowadził działalność od 1 sierpnia 2011r.

W okresie od 1 sierpnia 2011r. przedsiębiorca zawierał w domach konsumentów na terenie całego kraju umowy na podstawie przygotowanego przez siebie wzorca umowy pt. „Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV”. Wzorzec ten zawierał informacje dotyczące pełnej oferty przedsiębiorcy w zakresie oferowanych zestawów multimedialnych. Zestaw zwykle składał się z dekodera (lub kilku dekoderek), karty startowej oraz konwertera. We wskazanej w umowie cenie zestawu była również antena satelitarna, przewód, złączki, wtyki, koszt montażu, dowozu, regulacji i aktywacji zestawu.

Ponadto, jak wynika z treści umowy „Zamówienie na instalację zestawu do odbioru TV” przedsiębiorca przedstawiał w niej ofertę zakupu zestawów do odbioru telewizji cyfrowej naziemnej wraz z telewizorem LCD 32 cale w kilku różnych wersjach lub jedynie samego telewizora. Każda proponowana wersja miała podaną cenę zakupu. W zawartej umowie „Zamówienie na instalację zestawu do odbioru TV” konsument zaznaczał, który zestaw zamawia celem jego zakupu. Wskazana cena przypisana każdemu zestawowi zawierała w sobie cenę zakupu sprzętu oraz wykonanie usługi jego montażu, dowozu, regulacji i aktywacji.

Wzorzec w/w umowy „Zamówienie na instalację zestawu do odbioru TV” zawierał

postanowienia o następującej treści :

„Pobrano zadatek na poczet instalacji*

* zadatek nie podlega zwrotowi.”

oraz

„1. Z chwilą podpisania zamówienia instalacji zestawu do odbioru telewizji, decyduję się na wykonanie usługi montażu pod w/w adresem.

2. Przyjmuję do wiadomości, że zamówiony przeze mnie zestaw zostanie uruchomiony w ciągu 24 godzin.

3. Przedstawiciel Handlowy pozostawił w pełni wypełnione i podpisane Zamówienie (jeden egzemplarz) oraz dane kontaktowe w celu wyjaśnienia wszelkich wątpliwości co do świadczonej usługi.

4. Zamówienie zostało potwierdzone telefonicznie w obecności Przedstawiciela Handlowego.

5. Przyjmuję do wiadomości, że mogę odstąpić od niniejszego zamówienia w terminie 10 dni od daty jego podpisania bez podawania przyczyn.

6. Przyjmuję do wiadomości, iż od chwili aktywacji sprzętu bieg swój zaczyna okres zagwarantowanego (3 miesiące) dostarczania sygnału (kanały kodowane). Okres ten wiąże się z aktywacją karty przypisanej do urządzenia. Ponowna aktywacja sprzętu nie jest możliwa. Z uwagi na powyższe, w przypadku odstąpienia od zamówienia w przypadku aktywacji sprzętu, dokonam zwrotu kosztu karty startowej w kwocie 80 zł każda.

7. Przyjmuję do wiadomości, że jeżeli przed upływem terminu do odstąpienia od umowy usługa została już wykonana nadal mam prawo zrezygnować z zamówienia, natomiast firma zażąda zwrotu sprzętu w stanie nie pogorszonym, w oryginalnym opakowaniu oraz zapłaty ceny za usługę montażu, która rzeczywiście została wykonana w wysokości 400 zł, na mocy zawartej ustnej umowy o dzieło oraz art. 642 par. 1” .

Z dniem 1 lutego 2012r. przedsiębiorca usunął ze swojej oferty możliwość zakupu telewizora razem z zestawem multimedialnym lub też samego zakupu telewizora, co skutkowało usunięciem takiej oferty z wzorca „Zamówienia instalacji zestawu do odbioru telewizji”. Natomiast zamieścił we wzorcu „Zamówienia instalacji zestawu do odbioru telewizji” dodatkowe postanowienie o treści :

„NA SPECJALNE ZAMÓWIENIE ISTNIEJE RÓWNIEŻ MOŻLIWOŚĆ NABYCIA ODBIORNIKA TELEWIZYJNEGO WG POTRZEB KLIENTA.

oraz zapis o treści:

8.” Przyjmuję do wiadomości, iż towar sprowadzony na specjalne zamówienie nie podlega zwrotowi”.

Przedsiębiorca zawierał z konsumentami umowy w oparciu o w/w wzorzec do dnia 30 kwietnia 2012r. tj. do dnia zawieszenia działalności gospodarczej.

Ponadto przedsiębiorca od 1 lutego 2012r. wprowadził do obrotu z konsumentami wzorzec „Umowy o dzieło” na podstawie którego zawierał z konsumentami pisemne umowy zlecenia zamówienia wykonania instalacji zestawu do odbioru telewizji. Treścią tej umowy jest zlecenie przez konsumenta przedsiębiorcy tj. [REDAKTOWANE] wykonania montażu instalacji TV w domu konsumenta wraz z jego regulacją i aktywacją.

We wzorcu „Umowy o dzieło” zamieszczone zostały następujące postanowienia:

- § 1 „ *Przedmiotem niniejszej umowy jest przeprowadzenie następujących robót:
Dowóz zamówionego i zakupionego sprzętu do odbioru TV SAT lub DVBT na podstawie złożonego zamówienia nr ... przez Zleceniodawcę.
Montaż, regulację i aktywację zestawu do odbioru TV SAT i DVBT w budynku lub w lokalu mieszkalnym Zleceniodawcy mieszczącym się w ...
W szczególnych przypadkach – towar sprowadzany na specjalne zamówienie – dowóz i instalację odbiornika TV (telewizora) towar ten nie podlega zwrotowi.
§ 3 *Cena umowna obejmuje wszelkie koszty łącznie z dostawą i montażem zestawu, kosztem siły roboczej, wszystkich narzędzi i urządzeń oraz usług Wykonawcy, oprócz tych kosztów, które wyraźnie w niniejszej umowie wymienione są jako obciążające Zleceniodawcę.*
§ 8 *W przypadku odstąpienia od umowy przez Zleceniodawcę po jej realizacji, Zleceniodawca wypłaci wykonawcy kwotę stanowiącą 100 % zawartej umowy, tytułem rekompensaty poniesionych kosztów z tytułu wykonanych przez niego już prac, do których realizacji nie ma zastrzeżeń.*
§13 *Spory wynikłe z wykonania niniejszej umowy strony będą rozwiązywać polubownie, a jeżeli nie będzie to możliwe, spór będzie rozstrzygany przez sąd właściwy dla miejsca siedziby firmy Wykonawcy”.**

Prezes Urzędu ustalił, iż na podstawie w/w wzorca przedsiębiorca zawierał umowy z konsumentami w ich domach do dnia 30 kwietnia 2012r. tj. do dnia zawieszenia działalności gospodarczej.

Opisaną wyżej działalność przedstawiciele przedsiębiorcy [REDAKTOR] prowadzili na obszarze całego kraju.

Przedsiębiorca z dniem 30.04.2012r. zawiesił wykonywanie działalności gospodarczej.

Prezes Urzędu ustalił, iż do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964r.- Kodeks Postępowania Cywilnego (Dz.U. Nr 43 poz. 296, z późn. zm.) na podstawie wyroku Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 kwietnia 2006r. sygn. akt XVII Amc 107/04, pod pozycją 784 wpisane jest postanowienie o treści:

” *Spory, mogące wyniknąć na tle realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Wykonawcy”.*

Przedsiębiorca osiągnął przychód z prowadzonej działalności gospodarczej za 2011r. w wysokości [REDAKTOR] zł.

Prezes Urzędu zważył, co następuje :

Wykazanie zasadności zarzutów postawionych przedsiębiorcy w Postanowieniu o wszczęciu postępowania o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów wymaga ze strony Prezesa Urzędu udowodnienia spełnienia w okolicznościach sprawy przesłanek praktyk wskazanych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 24 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z kolei art. 24 ust. 2 wskazuje, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

Powołany art. 24 ust. 2 zawiera przykładowe wyliczenia praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich m.in.

- w pkt 1 stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, w którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks Postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43 poz. 296 ze zm);
- w pkt 3 nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Jak wynika z treści w/w przepisów, przesłankami naruszenia zbiorowych interesów konsumentów z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów są:

A. działanie przedsiębiorcy,

B. bezprawność działania, w tym poprzez stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, w którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks Postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43 poz. 296 ze zm); oraz poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych,

C. godzenie tymi działaniami w zbiorowe interesy konsumentów.

Ad A. Działanie przedsiębiorcy

Zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów można postawić wyłącznie w stosunku do działań (zaniechań) przedsiębiorcy.

Zgodnie z przepisem 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 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2007 r., Nr 155, poz. 1095 ze zm.).

Zgodnie z art. 4 ust. 1 w/w ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Zatem decydujące znaczenie dla uznania podmiotu za przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ma faktyczne wykonywanie przez niego działalności gospodarczej lub zawodowej.

██████████ prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej pod nazwą ██████████. Zakres prowadzonej działalności to między innymi sprzedaż detaliczna oraz instalacja zestawów do odbioru telewizji satelitarnej naziemnej. Działalność ta prowadzona jest przez przedstawicieli handlowych ██████████ ██████████ którzy są pracownikami ██████████ zatrudnionymi przez niego na podstawie umowy o pracę. Pracownicy ci zawierają w domach konsumentów umowy sprzedaży zestawów TV oraz umowy zlecenia instalacji zestawów do odbioru TV w imieniu i na rzecz ██████████

W świetle powyższego stwierdzić należy, iż ██████████ posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Fakt zawieszenia prowadzenia działalności gospodarczej z dniem 30 kwietnia 2012r. nie pozbawia go statusu przedsiębiorcy, a tym samym możliwości prowadzenia przeciwko niemu postępowania administracyjnego w związku z działalnością jaką prowadził przed zawieszeniem działalności gospodarczej.

Tym samym ██████████ przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad B. Bezprawność

Analizując kolejną przesłankę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów tj. bezprawność, zauważyć należy, że ustawodawca nie uregulował w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów pojęcia bezprawności działań przedsiębiorcy. Bezprawność najogólniej należy rozumieć jako niezgodność działania (lub zaniechania) z obowiązującym porządkiem prawnym. W związku z tym, że bezprawność jest kategorią obiektywną, dokonując oceny, czy działanie przedsiębiorcy jest bezprawne, w pierwszej kolejności należy właśnie stwierdzić, czy wykazuje ono sprzeczność z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym. (wyrok SN z dnia 8 maja 2002r. sygn. akt I PKN 267/2001).

O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego (wyrok SN z dnia 8 maja 2002r. sygn. akt I PKN 267/2001). Sąd Najwyższy wskazał również, że o bezprawności działania możemy mówić wówczas, gdy nie zachodzi żadna ze szczególnych okoliczności usprawiedliwiających określone działanie. Okolicznościami tymi są :

- działanie w ramach porządku prawnego, tj. działanie dozwolone przez obowiązujące przepisy,
- wykonywanie prawa podmiotowego,
- zgoda pokrzywdzonego,
- działanie w obronie uzasadnionego interesu (wyrok SN z dnia 19 października 1989r. II CR 419/89, OSP 1990/11-12 poz. 377).

Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność, nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Wykazanie bezprawności działania ██████████ wskutek

stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4) w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 71 poz. 1206) tj. praktyki określonej w pkt I.1 i 2 sentencji decyzji.

Bezprawność działania [REDAKTOR] w zakresie opisanym w I.1 i 2 sentencji decyzji wynika, w ocenie Prezesa Urzędu, z działania przedsiębiorcy, polegającego na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych, o których mowa w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 71 poz. 1206). Zgodnie z treścią art. 24 ust 2 pkt 3 stypizowaną praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów są bezprawne działania przedsiębiorcy, polegające w szczególności na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych. Zatem wykazanie przez Prezesa Urzędu, iż w/w przedsiębiorca stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe, po dokonaniu ustalenia, iż doszło również do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów, przesądza o uznaniu jego działań za działania bezprawne, naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust.1 w/w ustawy, stosowana wobec konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Art. 4 ust. 2 stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową.

Wyżej cytowany przepis zawiera tzw. klauzulę generalną, stanowiącą ramową, ogólną regulację, która na użytek danego stanu faktycznego podlegać będzie uściśleniu. Klauzula generalna zamieszczona w art. 4 ust.1 w/w ustawy zawiera zwroty niedookreślone takie jak „dobre obyczaje”, które nie są zdefiniowane ściśle w przepisach prawa. W każdym postępowaniu zatem przesłanka „naruszenia dobrego obyczaju” podlegać będzie wykładni organu rozstrzygającego, czy dane postępowanie można temu naruszeniu przyporządkować, czy też nie, w zależności od zaistniałej sytuacji.

Pojęcie „dobrych obyczajów” jako klauzula generalna, w literaturze jest utożsamiane z zespołem norm etyczno-moralnych postępowania w działalności gospodarczej (czyli tradycyjną uczciwością kupiecką). Naruszenie zasad dobrych obyczajów oznacza zatem podejmowanie takich działań przez przedsiębiorcę, które w obrocie handlowym uznawane są za nieetyczne.

Wskazuje się, iż każda działalność gospodarcza (każda branża) wykształca swe własne dobre obyczaje; inna będzie zatem treść tych zasad wśród producentów, inna wśród handlowców (M. Knypl, K. Trzcíński, Znaczenie zwyczajów i dobrych obyczajów w prawie cywilnym i handlowym, Przegląd Prawa Handlowego 1997, nr 8, s. 15).

Podobnie jak w przypadku pojęcia „poszanowania słuszných interesów konsumentów”, „naruszenie dobrych obyczajów” można rozpatrywać zarówno w ekonomicznym jak i pozaekonomicznym wymiarze. Oddziaływająca na świadomość konsumentów treść umów przygotowanych przez [REDAKTOR] może prowadzić do sytuacji, iż konsument zostanie wprowadzony w błąd, co do zakresu swoich praw i obowiązków, a przede wszystkim, co do warunków przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy. W takiej

sytuacji konsument może być narażony na stres, komplikacje, stratę czasu konieczną do wyjaśnienia sytuacji i ostatecznie poniesienie wyższych kosztów usługi jak zaplanował. Zatem pozaekonomiczny wymiar „naruszenia dobrych obyczajów” przejawia się w narażeniu konsumentów na stres, stratę czasu, przerzucaniu na konsumentów obowiązku wyjaśnienia sprawy, naruszenie prawa do uczciwego traktowania w relacjach z przedsiębiorcami.

Art. 5 ust. 1 w/w ustawy stanowi, że: ”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.

Art. 5 ust. 3 pkt 4 w/w ustawy stanowi, że wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć praw konsumenta, w szczególności praw do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny albo do odstąpienia od umowy.

Praktyki wskazane w art. 5 w/w ustawy należą do tzw. szarych nieuczciwych praktyk rynkowych. Cechą tych praktyk jest to, że oceniając dane zachowanie przedsiębiorcy i próbując je zakwalifikować jako nieuczciwą praktykę rynkową, należy zawsze, oprócz zbadania realizacji przesłanek wynikających z danej, konkretnie wskazanej w ustawie praktyki, odnieść ją do klauzuli generalnej zamieszczonej w art. 4 ust. 1 i 2 ustawy. Praktyka z szarej listy, aby mogła stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, musi być zatem uznana za niedozwoloną także z punktu widzenia klauzuli generalnej.

Przechodząc do uzasadnienia oceny, iż działania [REDAKTOWANE] stanowią bezprawną, nieuczciwą praktykę rynkową, poprzez działanie wprowadzające w błąd z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, na wstępie wskazać należy iż:

- zgodnie z art. 2 pkt 3 w/w ustawy, przez produkt, rozumie się każdy towar lub usługę, w tym również wszelkie prawa i obowiązki wynikające ze stosunku cywilnoprawnego. Należy dodać, że dotyczy to wszelkich umów nazwanych kodeksu cywilnego jak i umów nienazwanych, jeżeli tylko kształtują one sytuację mieszczącą się w sferze prawa prywatnego, a nie publicznego.

Zatem „produktem” będą zatem również prawa i obowiązki stron wynikające z umowy „Zamówienie na instalację zestawu do odbioru TV” oraz z „Umowy o dzieło” stosowane przez [REDAKTOWANE]

- zgodnie z art. 2 pkt 4 w/w ustawy, przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę lub marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

W okolicznościach sprawy praktyką rynkową stosowaną przez [REDAKTOWANE] jest działanie przedsiębiorcy, polegające na zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowień, zawierających propozycję nabycia produktu na określonych warunkach;

- zgodnie z art. 2 pkt 6 w/w ustawy, propozycja nabycia produktu jest takim rodzajem informacji handlowej, która nie tylko zawiera element perswazji, i tym samym wpływa

lub może wpływać na podjęcie decyzji dotyczącej zawarcia umowy przez konsumenta, ale również wskazuje cechy produktu oraz jego cenę, a zatem przybiera postać kwalifikowanej formy reklamy.

Stąd zamieszczone w umowie „Zamówienie na instalację zestawu do odbioru TV” oraz w „Umowie o dzieło” postanowienia stanowią informacje handlowe, a zatem w/w umowy są propozycjami nabycia produktu.

Użyte w ustawie pojęcie „w sposób właściwy dla użytego środka komunikacji” oznacza, że informacje te mogą być przekazywane w różny sposób, w zależności od medium, którym posługuje się przedsiębiorca, a więc również poprzez sprzedaż bezpośrednią, poprzez swoich przedstawicieli;

- zgodnie z art. 2 pkt 7 w/w ustawy, decyzja dotycząca umowy, to podejmowana przez konsumenta decyzja, co do tego, czy, w jaki sposób, na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania.

Decyzją dotyczącą umowy, w okolicznościach sprawy, jest decyzja konsumenta o skorzystaniu przez niego, bądź nie, z uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia;

- zgodnie z art. 2 pkt 8 w/w ustawy, przez „przeciętnego konsumenta” rozumie się konsumenta, 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 .

Prezes Urzędu, w celu wykazania, iż zakwestionowane działania przedsiębiorcy stanowią przejaw nieuczciwych praktyk rynkowych, wykaże wpływ tych praktyk na hipotetycznego „przeciętnego konsumenta”. Określone działanie można bowiem uznać za nieuczciwą praktykę rynkową, polegającą na wprowadzeniu w błąd, tylko wtedy, gdy wprowadzenie w błąd stanowi typową reakcję przeciętnego konsumenta w danym przypadku. Zgodnie bowiem z zasadą proporcjonalności oraz w celu umożliwienia skutecznego stosowania środków ochrony zawartych w w/w ustawie w sprawach nieuczciwych praktyk handlowych, za punkt odniesienia uznaje ona „przeciętnego konsumenta”. Wskazanie na takie cechy „przeciętnego konsumenta” jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz, że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Zostanie zatem dokonana analiza modelu „przeciętnego konsumenta” w aspekcie okoliczności sprawy, tj. czy został on dostatecznie dobrze poinformowany przez przedsiębiorcę oraz ewentualne wprowadzenie w błąd nie było skutkiem braku uwagi i ostrożności konsumenta.

W tym miejscu natomiast, Prezes Urzędu odwołuje się do ostatniej okoliczności wymienionej w ustawowej definicji „przeciętnego konsumenta” zamieszczonej w art.

2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W tym celu dokonać musi oceny, czy konsument zawierający umowę z [REDAKTOR] należy do specjalnej grupy konsumentów podatnej na praktykę ze względu na szczególne jej cechy. Powyższa ocena uwzględnić musi okoliczność, iż przedstawiciel przedsiębiorcy przychodził ze swoją ofertą do domu konsumentów, bez jakiegokolwiek wcześniejszego zaproszenia ze strony konsumenta. Wybór mieszkania konsumenta nie odbywał się wg określonej metody a przedstawiciele przedsiębiorcy nie kierowali ofert do określonej grupy docelowej. Z powyższego wynika, że oferta przedsiębiorcy trafiała do przypadkowego konsumenta z wykorzystaniem elementu zaskoczenia i braku przygotowania się przez niego na wizytę profesjonalisty. Zatem „Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV” oraz „Umowy o dzieło” kierowane były przez [REDAKTOR] do szerokiego kręgu odbiorców tj. wszystkich potencjalnych nabywców zestawów do odbioru telewizji naziemnej. Brak jest jakichkolwiek podstaw do twierdzenia, że tak określona grupa nabywców zestawów do odbioru telewizji naziemnej stanowi szczególną grupę konsumentów, którą można by wyodrębnić na podstawie szczególnej, wspólnej ich cechy (np. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa), a zatem grupę konsumentów szczególnie podatnych na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy.

Zatem przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszego rozstrzygnięcia zasadnym jest nieuwzględnianie ostatniej przesłanki wskazanej w powołanej wyżej definicji „przeciętnego konsumenta”. Konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta, dla potrzeb niniejszego postępowania należy zatem stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

Ad I. 1 a) sentencji decyzji

Przechodząc do wykazania, iż działania [REDAKTOR] polegające na zamieszczeniu w „Zamówieniu na instalację zestawu do odbioru TV” określonych poniżej postanowień, zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta, poprzez stosowanie postanowień wprowadzających w błąd, wskazać należy iż :

- postanowienie zamieszczone w umowie „Zamówienie montażu instalacji zestawu do odbioru TV” o treści:

„*Pobrano zadatek na poczet instalacji**

- *zadatek nie podlega zwrotowi.*”

stosowane w okresie od 1 sierpnia 2011r. do 30 kwietnia 2012r. przekazuje konsumentowi informację, że konsument, który wpłacił zadatek, pozbawiony jest prawa żądania jego zwrotu.

Dokonując oceny działania przedsiębiorcy, polegającego na zamieszczeniu w umowach „Zamówienie montażu instalacji zestawu do odbioru TV” cytowanego wyżej zapisu, stwierdzić należy, iż niezależnie od nazwy umowy, charakter prawny zamieszczonych w niej postanowień wskazuje, że były to umowy sprzedaży zestawów do odbioru telewizji cyfrowej naziemnej (w tym również z opcją zakupu telewizora) i jednocześnie umowy zlecenia wykonania montażu, regulacji i aktywacji zakupionych przez konsumenta zestawów TV.

Odnieść się zatem należy do przepisów kodeksu cywilnego regulujących instytucję zadatku. Zgodnie z art. 394 kc, w razie braku odmiennego zastrzeżenia umownego

albo zwyczaju zadatek dany przy zawarciu umowy ma taki skutek, że w razie niewykonania umowy, przez jedną ze stron, druga strona może bez wyznaczania terminu dodatkowego od umowy odstąpić i otrzymany zadatek zachować, a jeżeli sama go dała, może żądać sumy dwukrotnie wyższej. Natomiast w razie rozwiązania umowy zadatek powinien być zwrócony, a obowiązek zapłaty sumy dwukrotnie wyższej odpada.

Z dyspozytywnego charakteru w/w przepisu wynika, że strony umowy mogą uregulować skutki prawne danego zadatku odmiennie niż stanowi w/w przepis, a zatem również w ten sposób, jak określa „Zamówienie montażu instalacji zestawu do odbioru TV”. Jednakże w stosunkach pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem obowiązują również przepisy szczególne, między innymi ustawa z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r. Nr 22 poz. 271 ze zm.) zwanej dalej „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów (...)”. Ustawa ta zawiera bezwzględnie obowiązujący przepis dający konsumentom uprawnienie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia. Przepis ten ma zastosowanie w przypadku proponowania oraz zawierania przez przedsiębiorcę umów zawartych w wyniku zorganizowanego poza lokalem przedsiębiorstwa zbierania ofert konsumentów w czasie odwiedzin przedsiębiorcy lub osoby działającej w jego imieniu w miejscu pracy konsumenta, w jego mieszkaniu, albo w innym miejscu jego prywatnego pobytu. Powyższe oznacza, że przedsiębiorca nie może pozbawić konsumenta w umowie powyższego uprawnienia ani też go ograniczyć na niekorzyść konsumenta

Przepis art. 2 ust. 2 tej ustawy stanowi, że w przypadku skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia „**nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy pieniężnej (odstępne)** .

Stąd w sytuacji, gdy przedsiębiorca zawiera umowę z konsumentem w jego domu, a konsument skorzysta z uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty zawarcia umowy, prawo zatrzymania przez przedsiębiorcę zadatku danego przez konsumenta stanowiłoby swoiste „odstępne”, a zatem rodzaj kary dla konsumenta, której zastrzeżenie w takiej sytuacji, jest niedozwolone. Powyższe oznacza, że przedsiębiorca nie może w drodze postanowienia zamieszczonego w umowie zawartej z konsumentem pozbawić go prawa żądania zwrotu zadatku danego przy zawarciu umowy, w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy w terminie 10 dni od daty jej zawarcia.

W ocenie Prezesa Urzędu, odnosząc powyższe rozważania do okoliczności sprawy, stwierdzić należy, że treść informacji przekazanej konsumentowi w umowie „Zamówienie montażu instalacji zestawu do odbioru TV”, o tym, że „*pobrano zadatek nie podlega zwrotowi*”, może w zależności od sytuacji, być zapisem sprzecznym z prawem, a zatem zapisem bezprawnym lub też przepisem prawnie wiążącym.

Skoro jednak przedsiębiorca zamieszcza takie postanowienie w umowie zawartej z konsumentem poza siedzibą przedsiębiorstwa, to powinien jednoznacznie określić zakres praw i obowiązków stron, w tym również skutki prawne zadatku danego przez konsumenta oraz jego zwrotu.

Nie ulega bowiem wątpliwości, iż obowiązek przekazania konsumentowi precyzyjnych i wyczerpujących informacji dotyczących praw i obowiązków stron spoczywa na przedsiębiorcy. Skoro [REDAKTOR] oferuje konsumentom swoje towary i usługi w ich domach, powinien w taki sposób sprecyzować prawa i

obowiązki stron w umowie, by ich treść była jednoznaczna, zrozumiała a ponadto kształtowała prawa i obowiązki stron w sposób zgodny z prawem. Zatem [REDAKTOWANE] winien w umowie określić precyzyjnie, w jakich sytuacjach zadatek dany przez konsumenta przy zawarciu umowy nie podlega zwrotowi. Gdyby np. wyraźnie zastrzegł, iż zadatek nie podlega zwrotowi w sytuacji niewykonania umowy przez stronę, która dała zadatek lub w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, ale po upływie terminu 10 dniowego, to konsument otrzymałby nie wprowadzającą go w błąd informację o określonych skutkach swojego działania. Natomiast przekazując konsumentowi informację niepełną, a tym samym niejednoznaczną, dopuszcza możliwość, iż konsument zrozumie ją w ten sposób, że również w przypadku odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia jest pozbawiony prawa żądania zwrotu danego zadatku.

W ocenie Prezesa Urzędu, w okolicznościach sprawy, przedmiotowe postanowienie może wprowadzać konsumenta w błąd, co do przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy, a przez to zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta.

Wykazując zasadność powyższego twierdzenia odwołać się należy do modelu „przeciętnego konsumenta” jako dobrze poinformowanego, uważnego i roztropnego. Mając na uwadze taki model „przeciętnego konsumenta” w ocenie Prezesa Urzędu uzasadnione jest twierdzenie, iż w danym przypadku „wprowadzenie w błąd” stanowić może typową reakcję przeciętnego konsumenta.

Wskazać należy, iż skoro interpretacja treści postanowienia może być różna w zależności od okoliczności stanu faktycznego, to oznacza, że konsument otrzymał informację niepełną, a przez to niejednoznaczną. W konsekwencji nie został dostatecznie dobrze poinformowany przez przedsiębiorcę, co do praw i obowiązków stron wynikających z umowy. Działanie takie mogło mieć znaczący wpływ na jego mylne wyobrażenie o treści tych praw i obowiązków. Wprawdzie przeciętny konsument z jednej strony, posiada pewien stopień wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony, nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Zatem przeciętny konsument ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Tym bardziej, nie można wymagać od przeciętnego konsumenta, że będzie on posiadał wiedzę prawniczą, pozwalającą mu na weryfikowanie treści postanowień zamieszczonych w umowie zawartej z przedsiębiorcą, pod kątem jej zgodności z prawem. Nie można również wymagać od przeciętnego konsumenta, że powinien na „własną rękę” zdobywać wiedzę potrzebną mu do weryfikacji treści umowy. Ciężar przekazania informacji spoczywa na przedsiębiorcy, który występując na rynku w roli profesjonalisty powinien zadbać o to, aby jego kontrahent uzyskał pełną i jasną informację pozwalającą na podjęcie świadomej decyzji. Z tego powodu prawo do informacji uznawane jest za fundament ochrony konsumenta.

Kolejnym krokiem do zastosowania w sprawie modelu „przeciętnego konsumenta” jest ustalenie, czy jest on uważny i roztropany. Oznacza to, że „przeciętny konsument” rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji. Zatem „przeciętny konsument” przede wszystkim uważnie przeczyta zaoferowaną umowę. Z wykorzystaniem swojej wiedzy ogólnej dokona oceny w jaki sposób ukształtowany jest zakres jego praw i obowiązków. Zatem przyjmując model konsumenta uważnego i ostrożnego, stwierdzić należy, iż w ocenie Prezesa Urzędu, w okolicznościach niniejszej sprawy nie uniknąłby on wprowadzenia w błąd. Przedsiębiorca wykorzystał bowiem nie tyle nieuwagę czy nieostrożność konsumenta, ale po prostu brak jego profesjonalnej wiedzy, wskutek czego reakcja „przeciętnego konsumenta”, który pod wpływem błędu mógłby podjąć decyzję

dotyczącą umowy, byłaby uzasadniona.

Stąd uzasadnione jest stanowisko, iż zamieszczenie przez [REDAKTORZ] w/w postanowienia w umowie „Zamówienie montażu instalacji zestawu do odbioru TV” stanowi działanie wprowadzające w błąd przeciętnego konsumenta.

Niezależnie od tego jaka byłaby wysokość zadatku wpłaconego przez konsumenta przy zawarciu umowy, to możliwość utraty tej kwoty przez konsumenta w przypadku skorzystania przez niego z przysługującego mu uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia stanowi wymierną dolegliwość finansową. Konsument podejmując zatem decyzję o odstąpieniu od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia musi brać pod uwagę możliwość utraty danego zadatku. Chcąc zatem uniknąć takiej dolegliwości konsument może zrezygnować z odstąpienia od umowy. Zatem informacja o utracie zadatku danego przez konsumenta może mieć realny wpływ na podjęcie przez niego decyzji, co do odstąpienia od umowy. Zatem zamieszczona w umowie informacja o pozbawieniu konsumenta prawa żądania zwrotu danego zadatku w przypadku, gdy konsument zamierza odstąpić od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia, powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Stąd uzasadnione jest twierdzenie, że w/w postanowienie zniekształca lub może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta.

Zatem wykazano w odniesieniu do w/w postanowienia, iż [REDAKTORZ] stosuje nieuczciwą praktykę rynkową, polegającą na działaniu wprowadzającym konsumentów w błąd, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Opisana wyżej praktyka rynkowa jest nieuczciwa, gdyż jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami należy bowiem uznać działania przedsiębiorcy, polegające na przekazywaniu konsumentom informacji wprowadzających w błąd. Konsument - słabsza strona stosunku cywilnoprawnego działa bowiem w zaufaniu do przedsiębiorcy – profesjonalisty i nie spodziewa się, że postanowienia zamieszczone w umowie zawartej z przedsiębiorcą mogą być w określonej sytuacji, niezgodne z przepisami prawa. Natomiast przedsiębiorca – autor wzorca umowy, który przedstawia konsumentom w ich domach razem z ofertą handlową wykorzystuje wobec konsumenta tym sposobem swoją przewagę, co świadczy o naruszeniu dobrego obyczaju. Przedmiotowa informacja może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, poprzez zaniechanie przez konsumenta od odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Stąd zakwestionowane działanie [REDAKTORZ] wypełnia również przesłanki klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu wykazał bezprawny charakter działania przedsiębiorcy wobec stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Ad I.1 b i 2 a sentencji decyzji

Ponadto [REDAKTOR] w umowach „Zamówienie instalacji zestawu do odbioru telewizji” zawieranych z konsumentami stosował w okresie od 1 sierpnia 2011r. do 30 kwietnia 2012r. postanowienie o treści:

„6. (...) Z uwagi na powyższe, w przypadku odstąpienia od zamówienia w przypadku aktywacji sprzętu, dokonam zwrotu kosztu karty startowej w kwocie 80 zł każda.

7. Przyjmuję do wiadomości, że jeżeli przed upływem terminu do odstąpienia od umowy usługa została już wykonana nadal mam prawo zrezygnować z zamówienia, natomiast firma zażąda zwrotu sprzętu w stanie nie pogorszonym, w oryginalnym opakowaniu oraz zapłaty ceny za usługę montażu, która rzeczywiście została wykonana w wysokości 400 zł, na mocy zawartej ustnej umowy o dzieło oraz art. 642 § 1kc”.

Powyższe postanowienie przekazywało konsumentowi informację, iż musi liczyć się z obowiązkiem zapłaty za usługę montażu zestawu do odbioru TV oraz za kartę startową w przypadku realizacji prawa do odstąpienia od umowy.

W/w postanowienie nie stanowi, że określone w nim obowiązki konsumenta aktualizują się w przypadku „odstąpienia od umowy”, o którym mowa w art. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) tj. w terminie 10 dni od jej zawarcia. Jednak z umiejscowienia tego postanowienia bezpośrednio pod zapisem pkt 5 informującego konsumenta o tym, że „przyjmuje do wiadomości, iż może odstąpić od niniejszego zamówienia w terminie do 10 dni od daty jego podpisania bez podawania przyczyn” oraz poprzez wskazanie, że obowiązek konsumenta dotyczy sytuacji, gdy do wykonania zlecenia doszło „przed upływem terminu do odstąpienia” jasno wynika, że może być rozumiane przez przeciętnego konsumenta w ten sposób, że obowiązek zapłaty za usługę montażu zestawu do odbioru TV oraz za kartę startową dotyczy również przypadku realizacji przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia.

Z powyższego wynika zatem, iż w każdym przypadku gdy [REDAKTOR] dokonywał instalacji zestawu do odbioru telewizji przed upływem 10 dniowego terminu do złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy, konsument rozważając skorzystanie z prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy musiał liczyć się z obowiązkiem zapłaty za usługę montażu zestawu do odbioru TV (400 zł) oraz za kartę startową (80zł).

W ocenie Prezesa Urzędu, z zamieszczonego w umowie postanowienia o treści „przyjmuję do wiadomości, że zamówiony przeze mnie zestaw zostanie uruchomiony w ciągu 24 godzin” wnioskować należy, iż opisana wyżej sytuacja nie jest wyłącznie hipotetyczna. Z jednej strony z w/w zapisu wynika bowiem, że montaż zestawu przed upływem 10 dni od zawarcia umowy stanowił regułę, a konsument pozbawiony był wpływu na termin realizacji zamówienia, z drugiej zaś, w każdej takiej umowie przedsiębiorca informował konsumenta o konieczności zapłaty za usługę montażu zestawu do odbioru TV (400 zł) oraz za kartę startową (80zł) w przypadku odstąpienia od umowy.

Informacja o podobnej treści była podawana konsumentom od dnia 1 lutego 2012r. do 30 kwietnia 2012r. również w zawieranych z konsumentami „Umowach o dzieło”, w których przedsiębiorca zamieścił postanowienie o treści:

§ 8 „W przypadku odstąpienia od umowy przez Zleceniodawcę po jej realizacji, Zleceniodawca wypłaci wykonawcy kwotę stanowiącą 100 % zawartej umowy,

tytułem rekompensaty poniesionych kosztów z tytułu wykonanych przez niego już prac, do których realizacji nie ma zastrzeżeń". Wobec braku wskazania w w/w zapisie czy chodzi o odstąpienie od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia czy też po upływie 10 dni od zawarcia umowy, a zatem wobec niejednoznacznej treści postanowienia konsument mógł w ten sposób odczytać ten zapis, że musi liczyć się z koniecznością zwrotu na rzecz przedsiębiorcy 100% wartości usługi montażu zestawu również wtedy, gdy odstąpi od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia.

Jak wskazano już wyżej, prawo konsumenta do odstąpienia od umowy uregulowane jest w ustawie z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r. Nr 22 poz. 271 ze zm.). W przypadku gdy umowa z konsumentem zawarta jest poza lokalem przedsiębiorstwa, zastosowanie ma przepis art. 2 w/w ustawy zamieszczony w Rozdziale 1 **Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa**, bowiem przepisy tego działu stosuje się także do umowy zawartej w wyniku zorganizowanego poza lokalem przedsiębiorstwa zbierania ofert konsumentów w czasie odwiedzin przedsiębiorcy lub osoby działającej w jego imieniu w miejscu zamieszkania lub innym miejscu prywatnego pobytu konsumenta (art. 1 ust. 3).

Przepis art. 2 stanowi, iż konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy, a do zachowania tego terminu wystarczy gdy oświadczenie konsumenta zostanie wysłane przed upływem tego terminu. Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy pieniężnej (odstępne) – ust. 2 art. 2 w.w ustawy). Ponadto w razie odstąpienia od umowy, umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony ze wszystkich zobowiązań. To co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat należą się od nich odsetki ustawowe, od daty dokonania przedpłaty (art. 2 ust. 3).

Art. 3 w/w ustawy statuuje obowiązek przedsiębiorcy powiadomienia konsumenta przed zawarciem umowy na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w w/w terminie.

Z powyższego wynika, że prawo do odstąpienia przez konsumenta od umowy dotyczy również sytuacji, gdy przedsiębiorca lub jego przedstawiciel przychodzi do domu konsumenta oferując mu określony towar i wykorzystując zaskoczenie konsumenta zawierając z nim umowę, na podstawie której konsument nabywa towar lub usługę. Ustawodawca przewidział w takiej sytuacji 10 - dniowy, liczony od dnia zawarcia umowy, czas do namysłu dla konsumenta, w którym może on odstąpić od zawartej umowy bez obowiązku podawania przyczyny odstąpienia oraz bez obowiązku ponoszenia jakichkolwiek kosztów z tego tytułu. Przyjąć bowiem należy, iż skoro przedsiębiorca decyduje się na zawieranie umowy z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa, gdzie element zaskoczenia konsumenta, braku wiedzy o towarze jest większy (nie ma on bowiem możliwości zbadania innych konkurencyjnych ofert) i sam przynosi konsumentowi towary, to ryzyko takiego działania w całości obciąża przedsiębiorcę. Dlatego właśnie w przypadku skorzystania przez konsumenta z przyznanego mu uprawnienia do odstąpienia od umowy poczytuje się, że umowa nie była zawarta, a konsument jest wolny od wszelkich zobowiązań, z wyjątkiem zwrotu świadczeń, które strony sobie świadczyły

w stanie niezmienionym, chyba że zmiana ta mieściła się w granicach zwykłego zarządu.

Zatem przytoczone wyżej regulacje w całości odnoszą się również do umów sprzedaży towarów oraz świadczenia usług będących przedmiotem działalności

Wskazać należy, iż w okresie od sierpnia 2011r. do lutego 2012r. zawierał z konsumentami na piśmie jedną umowę na podstawie której konsument nabywał na własność zestaw do odbioru TV z jego dostawą do domu, a ponadto zlecał przedsiębiorcy wykonanie usługi montażu zestawu z jego regulacją i aktywacją. Natomiast od 1 lutego 2012r. do 30 kwietnia 2012r. przedsiębiorca stosował dwie odrębne pisemne umowy, na podstawie których konsument zamawiał zestaw multimedialny (Zamówienie instalacji zestawu do odbioru telewizji) oraz zlecał montaż zestawu (Umowa o dzieło). Zatem od 1 lutego 2012r. na podstawie pierwszej z nich dochodziło do zawarcia z konsumentem umowy sprzedaży zestawu do odbioru TV, a na podstawie drugiej do zlecenia przez konsumenta instalacji tego zestawu.

Rozstrzygając kwestię jak powinny wyglądać rozliczenia pomiędzy stronami w związku z odstąpieniem przez konsumenta od umowy w terminie 10 dni, to nie ulega wątpliwości, iż odstąpienie od umowy sprzedaży do odbioru zestawu TV przy zastrzeżeniu, że dostawa towaru nastąpiła przed upływem terminu 10 dniowego, rodzi obowiązek zwrotu przez konsumenta zakupionego zestawu zaś po stronie sprzedawcy obowiązek zwrotu kwoty wpłaconej przez konsumenta tytułem ceny zestawu. Zestaw powinien zostać zwrócony przedsiębiorcy w stanie niezmienionym, tj. w takim w jakim był w chwili zawarcia umowy. Ustawodawca dopuszcza jednak jeden wyjątek od tej zasady, mianowicie przyjmuje, że zwrócona rzecz może być w stanie zmienionym, o ile ta zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Uzasadnione jest przy tym żądanie przedsiębiorcy „zwrotu sprzętu w stanie nie pogorszonym, w oryginalnym opakowaniu”, jakkolwiek przedsiębiorca musi zaakceptować fakt, że sprzęt był rozpakowany, montowany oraz demontowany, a zatem nie wszystkie elementy oryginalnego opakowania mogły zachować się w stanie nienaruszonym.

W świetle powyższego, postanowienie umowy, które może być przez konsumenta odczytane w ten sposób, że nakłada na niego obowiązek „zwrotu kosztu karty startowej w kwocie 80 zł każda” w sytuacji skorzystania przez konsumenta z uprawnienia odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa w terminie 10 dni od jej zawarcia jest nieuzasadnione i bezpodstawne. Skoro bowiem przedsiębiorca zdecydował się aktywować kartę startową przed upływem przysługującego konsumentowi 10 dniowego terminu do odstąpienia od umowy, a czynność ta z pewnością leży w granicach zwykłego zarządu, to musi liczyć się z tym, że w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, konsument zwróci mu kartę startową w stanie uniemożliwiającym jej ponowne wykorzystanie lecz jednocześnie zmiana ta nie będzie obciążać konsumenta. Należy także przyjąć, że w przypadku, gdy konsument zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa i w terminie dziesięciu dni od niej odstąpił, nie ponosi kosztów związanych ze zwrotem towaru. Argumentem wspierającym powyższą tezę może być charakter umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa. Przyjąć bowiem należy, że w tym zakresie to przedsiębiorca, czy też osoba, która działa w jego imieniu, podejmuje ryzyko związane z wszelkimi kosztami odstąpienia konsumenta od umowy. Zatem

przedsiębiorcę obciąża również koszt demontażu zestawu.

Rozstrzygnąć należy natomiast kwestię jak powinny wyglądać rozliczenia pomiędzy stronami w związku z odstąpieniem przez konsumenta od umowy zlecenia wykonania usługi montażu, która również jest umową wzajemną. Obowiązkiem przedsiębiorcy jest z pewnością zwrot świadczenia otrzymanego od konsumenta (czyli wynagrodzenia za usługę montażu) zaś obowiązkiem konsumenta jest, co do zasady, przywrócenie rzeczy do stanu pierwotnego. Jednak w takim przypadku przywrócenie rzeczy do stanu pierwotnego, poprzez zwrot przez konsumenta świadczenia montażu zestawu TV i jego aktywacji jest niemożliwy, a jednocześnie wobec demontażu zestawu i jego zwrotu przedsiębiorcy konsument nie jest bezpodstawnie wzbogacony. Zatem, w związku z powyższym, konsument nie jest zobowiązany do zwrotu przedsiębiorcy równowartości kosztu wykonanej usługi montażu ani też rekompensaty jej wartości.

W ocenie Prezesa Urzędu, nie powinno budzić wątpliwości, iż w związku z treścią art. 2 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), w sytuacji wykonania przez przedsiębiorcę usługi montażu przed upływem terminu 10 dniowego, dodatkowo w sytuacji, gdy konsument nie miał rzeczywistego wpływu na wykonanie umowy przed upływem w/w terminu, gdyż jedynie „przyjmował do wiadomości”, że montaż zostanie wykonany w ciągu 24 godzin od dnia podpisania zlecenia, to przedsiębiorcę obciążają wszelkie ryzyka takiego działania. Skoro bowiem przedsiębiorca mając świadomość przysługującego konsumentowi ustawowego uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia, który to czas jest czasem „do namysłu” dla konsumenta, decyduje dostarczyć towar i wykonać usługę w ciągu 24 godzin od zawarcia umowy, to wszelkie konsekwencje i ryzyka takiego działania winny obciążyć przedsiębiorcę. Skoro zatem to, co strony świadczyły, powinno ulec zwrotowi w stanie niezmienionym, zaś zmiany związane z montażem zestawu (rozpakowanie z oryginalnego opakowania, zainstalowanie zestawu, jego sprawdzenie i aktywacja) należą do zmiany w granicach zwykłego zarządu, po stronie konsumenta istnieje jedynie obowiązek umożliwienia przedsiębiorcy rozmontowania i zabrania zestawu TV. Natomiast przedsiębiorcę obciąża, w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, nie tylko obowiązek zwrotu wynagrodzenia za wykonaną usługę ale również koszt jego ponownego zdemontowania.

Skoro bowiem umowę taką poczytuje się za niezawartą, to konsument jest wolny od wszelkich zobowiązań. Wykładnia literalna art. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumenta (...) wskazuje, iż konsument bez względu na okoliczności, jest zwolniony od odpowiedzialności za jakiegokolwiek zobowiązania. Natomiast skoro konsument za wykonaną usługę już zapłacił, to należy się mu zwrot zapłaconej z tego tytułu kwoty.

Gdyby przyjąć odmiennie, tj. że konsumenta obciążają koszty wykonanej usługi w przypadku wykorzystania przez niego uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od dnia jej zawarcia, stanowiłoby to swoistą karę dla konsumenta za odstąpienie od umowy, co sprzeczne byłoby nie tylko z treścią Dyrektywy nr 85/577 z dnia 20 grudnia 1985r. w sprawie ochrony konsumentów w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa ale również z treścią art. 2 ust.2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...). Kara ta byłaby równa wartości wykonanej usługi montażu zestawu oraz kosztów aktywacji (karty startowej), a zatem w okolicznościach niniejszej sprawy wynosiłaby 480 zł.

Zatem postanowienie zamieszczone w umowie „Zamówienie montażu instalacji TV” oraz postanowienie zamieszczone w „Umowie o dzieło” poprzez to, że nie zostały sformułowane jednoznacznie mogą przekazywać konsumentowi informację nieprawdziwą odnośnie jego praw i obowiązków. W konsekwencji niezależnie od tego, że mogą kształtować sytuację prawną konsumenta w sposób sprzeczny z w/w przepisami, to mogą również wprowadzać konsumentów w błąd, a przez to zniekształcać ich zachowania rynkowe.

Wykazując zasadność powyższego twierdzenia odwołać się należy do modelu „przeciętnego konsumenta” jako dobrze poinformowanego, uważnego i roztropnego. Mając na uwadze taki model „przeciętnego konsumenta” w ocenie Prezesa Urzędu uzasadnione jest twierdzenie, iż również w przypadku w/w postanowień możliwość dokonania błędnego osądu stanowi typową reakcję przeciętnego konsumenta na treść w/w postanowienia.

Wskazać należy, że jak wykazano wyżej, konsument otrzymał nieprawdziwą informację o prawach i obowiązkach stron umowy, co wynika z ich sprzeczności z przepisami bezwzględnie obowiązującymi. Informacja taka mogła mieć znaczący wpływ na mylne wyobrażenie konsumenta co do treści tych praw i obowiązków, gdyż konsument ma prawo działać w zaufaniu do przedsiębiorcy – profesjonalisty na danym rynku. Wprawdzie przeciętny konsument z jednej strony, posiada pewien stopień wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony, nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Zatem przeciętny konsument ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Tym bardziej nie można wymagać od przeciętnego konsumenta, że będzie on posiadał wiedzę prawniczą, pozwalającą mu na weryfikowanie treści postanowień zamieszczonych w umowie zawartej z przedsiębiorcą, pod kątem jej zgodności z prawem. Nie można również wymagać od przeciętnego konsumenta, że powinien na „własną rękę” zdobywać wiedzę potrzebną mu do weryfikacji treści decyzji. Ciężar przekazania informacji spoczywa na przedsiębiorcy, który występując na rynku w roli profesjonalisty powinien zadbać o to, aby jego kontrahent uzyskał pełną i jasną informację pozwalającą na podjęcie świadomej decyzji. Z tego powodu prawo do informacji uznawane jest za fundament ochrony konsumenta.

Kolejnym krokiem do ustalenia modelu „przeciętnego konsumenta” jest ustalenie, czy jest on uważny i roztropny. Oznacza to, że „przeciętny konsument” rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji. Zatem „przeciętny konsument” przede wszystkim uważnie przeczyta zaoferowaną umowę. Z wykorzystaniem swojej wiedzy ogólnej dokona oceny w jaki sposób ukształtowany jest zakres jego praw i obowiązków. Zatem przyjmując model konsumenta uważnego i ostrożnego, stwierdzić należy, iż w okolicznościach niniejszej sprawy nie uniknąłby on wprowadzenia w błąd. Przedsiębiorca wykorzystał bowiem nie tyle nieuwagę czy nieostrożność konsumenta, ale po prostu brak jego profesjonalnej wiedzy. Stąd reakcja „przeciętnego konsumenta”, który pod wpływem błędu podjąłby decyzję dotyczącą umowy, byłaby uzasadniona.

Zatem uzasadnione jest stanowisko, iż zamieszczenie przez [REDAKTOWANE] w/w postanowień w treści umowy „Zamówienie montażu instalacji zestawu do odbioru TV” oraz w „Umowie o dzieło” stanowi działanie wprowadzające w błąd przeciętnego konsumenta.

Aby zakwestionowane postanowienia wypełniające przesłankę działania przedsiębiorcy stanowiło jednocześnie praktyki rynkowe z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w/w ustawy wykazać należy, iż działanie przedsiębiorcy w jakikolwiek sposób powoduje

lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 4 w/w ustawy wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć prawa konsumenta do odstąpienia od umowy.

Niejednoznaczna informacja zamieszczona w umowie zawartej z konsumentem poza siedzibą lokalu przedsiębiorstwa, którą konsument mógł zrozumieć w ten sposób, że musi liczyć się z koniecznością zapłaty kwoty 480 zł lub 100% wartości usługi w przypadku skorzystania z uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia, a zatem informacja zamieszczona zarówno w umowie „Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV” jak i w „Umowach o dzieło” stanowi informację handlową związaną bezpośrednio z nabyciem produktu przez konsumenta, a zatem stanowi praktykę rynkową w rozumieniu art. 2 pkt 4) ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka rynkowa, polegająca na zamieszczeniu w umowie zawieranej z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa niejednoznacznego postanowienia, na podstawie którego konsument pozyskuje lub może pozyskać nieprawdziwą informację dotyczącą jego praw i obowiązków wynikających z umowy tj. obowiązku zapłaty przez konsumenta za usługę montażu zestawu do odbioru TV oraz za kartę startową w przypadku realizacji przez konsumenta prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia („Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV”) lub też postanowienia nakładającego na konsumenta w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia, obowiązek zapłaty kwoty stanowiącej 100 % ceny wynikającej z zawartej umowy (Umowa o dzieło) powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, a zatem może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta.

W przypadku pierwszego postanowienia wysokość kwoty do zapłaty przez konsumenta wynika wprost z treści postanowienia i wynosi 480 zł. W przypadku drugiego postanowienia mowa o kwocie stanowiącej 100 % ceny wynikającej z zawartej umowy. Niezależnie jednak od tego, jaka byłaby wysokość kwoty, którą konsument ma zwrócić przedsiębiorcy, to konieczność jej zapłaty w przypadku skorzystania przez niego z przysługującego mu uprawnienia do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy, stanowi wymierną dolegliwość finansową dla konsumenta mającą wpływ na podjęcie przez niego decyzji o ewentualnym odstąpieniu od umowy. Zatem zamieszczona w umowie informacja o konieczności zapłaty przez konsumenta kosztów wykonanej usługi montażu w przypadku odstąpienia od umowy, powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Opisana wyżej praktyka rynkowa jest nieuczciwa, gdyż jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami należy bowiem uznać działania przedsiębiorcy, polegające na przekazywaniu konsumentom informacji niejednoznacznych, a przez to wprowadzających w błąd. Konsument jako słabsza strona stosunku cywilnoprawnego działa bowiem w zaufaniu do przedsiębiorcy – profesjonalisty i nie spodziewa się, że postanowienia zamieszczone w umowie zawartej z przedsiębiorcą mogą być niezgodne z przepisami prawa. Natomiast przedsiębiorca – autor wzorca umowy,

którą przedstawia konsumentom w ich domach razem z ofertą handlową, wykorzystuje wobec konsumenta tym sposobem swoją przewagę, co świadczy o naruszeniu dobrego obyczaju. Przedmiotowa informacja zniekształca zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, poprzez zaniechanie przez konsumenta odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa wobec narażenia go na szkodę majątkową w postaci konieczności zapłaty przez konsumenta kosztów wykonanej usługi montażu. Stąd zakwestionowane działanie [REDAKTOR] wypełnia również przesłanki klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Mając na uwadze powyższe oraz wskazany wyżej zakres informacji przekazanych konsumentowi w treści „Zamówienia montażu zestawu do odbioru telewizji” oraz „Umowy o dzieło” w ocenie Prezesa Urzędu, uzasadnione jest stanowisko o nieuczciwym charakterze praktyk rynkowych stosowanych przez [REDAKTOR] które wypełniają przesłanki z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Ad. I. 1 c i I 2 b sentencji decyzji

Wskazać również należy, iż od dnia 1 lutego 2012r. do dnia 30 kwietnia 2012r. w „Zamówieniach montażu instalacji zestawu do odbioru TV” przedsiębiorca zamieścił postanowienie o treści:

8.” Przyjmuję do wiadomości, iż towar sprowadzony na specjalne zamówienie nie podlega zwrotowi” ,

zaś z tą samą datą w „Umowach o Dzieło” postanowienie o treści:

„W szczególnych przypadkach – towar sprowadzany na specjalne zamówienie – dowóz i instalację odbiornika TV (telewizora) towar ten nie podlega zwrotowi”.

Konsument na podstawie obydwu w/w postanowień otrzymuje od przedsiębiorcy informację, iż w przypadku jednoczesnego zakupu zestawu do odbioru TV oraz telewizora lub też samego tylko telewizora nie może skorzystać z uprawnienia do zwrotu telewizora.

Uprawnienie konsumenta do zwrotu telewizora jest konsekwencją opisanego wyżej ustawowego uprawnienia konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy zawartej poza siedzibą przedsiębiorstwa i jest z nim nierozdzielnie związane. Zatem informacja o braku możliwości zwrotu towaru sprowadzonego na specjalne zamówienie jest równoznaczna dla konsumenta z brakiem uprawnienia do odstąpienia od umowy zakupu telewizora w terminie 10 dni od dnia podpisania umowy.

W ocenie Prezesa Urzędu, zamieszczenie w umowach zawartych przez przedsiębiorcę z konsumentami w/w postanowień, może wprowadzać go w błąd, co do zakresu przysługujących konsumentowi uprawnień.

Jak wspomniano już wyżej, bezwzględnie obowiązujący charakter przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) daje konsumentom uprawnienie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa bez podania przyczyny, poprzez złożenie oświadczenia na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. W razie odstąpienia od umowy, umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony ze wszystkich zobowiązań. To co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.

Jak z powyższego wynika, wyłączenie tego uprawnienia w umowach zawieranych z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa, jeżeli przedmiotem zakupu jest telewizor jest zupełnie bezpodstawne. Nie ma żadnego znaczenia, dla uprawnienia konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy zapis, że telewizory objęte są „specjalnym zamówieniem”, tym bardziej że w okolicznościach sprawy nic nie wskazuje na to, aby rzeczywiście dostawy telewizorów stanowiły „zamówienia specjalne”. Podnoszona przez przedsiębiorcę okoliczność, że od 1 lutego 2012r. nie ma w sklepie w stałej sprzedaży telewizorów lecz sprowadza je dopiero po uzyskaniu zamówienia od konsumenta, w żaden sposób nie niweczy uprawnienia konsumenta do odstąpienia od umowy. Z punktu widzenia konsumenta nie ma dla niego żadnej różnicy, z jakiego źródła i w jaki sposób przedsiębiorca zakupił telewizor, skoro konsument kupuje ten telewizor od przedsiębiorcy [REDAKTURA] poza siedzibą jego przedsiębiorstwa, a zatem w rygorze w/w ustawy o ochronie praw konsumentów (...). Skoro przedsiębiorca chce w ten sposób zabezpieczyć się przed sytuacją zwrotu telewizora przez konsumenta, którego sam nie będzie mógł zwrócić dostawcy, wystarczy, że zrealizuje zamówienie konsumenta po upływie 10 dniowego terminu od dnia zawarcia z nim umowy.

Zatem w okolicznościach sprawy, jakkolwiek konsument poinformowany jest, że w przypadku zakupu od [REDAKTURA] telewizora oraz zestawu do odbioru telewizji cyfrowej lub tylko samego telewizora poza siedzibą przedsiębiorstwa może od umowy odstąpić, to jednocześnie otrzymuje informację od przedsiębiorcy (zarówno w „Zamówieniu montażu zestawu do odbioru telewizji” jak i „Umowie o dzieło”), iż pozbawiony jest prawa zwrotu telewizora i prawa żądania zwrotu ceny zapłaconej za telewizor. Stąd informacja taka niweczy uprawnienie konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy, a zatem kształtuje prawa konsumenta w sposób sprzeczny z przepisami prawa, co może wprowadzać konsumenta w błąd.

Wykazując zasadność powyższego twierdzenia odwołać się należy do modelu „przeciętnego konsumenta” jako dobrze poinformowanego, uważnego i roztropnego. Mając na uwadze taki model „przeciętnego konsumenta” w ocenie Prezesa Urzędu uzasadnione jest twierdzenie, iż również w przypadku w/w postanowień pozostawanie konsumenta w błędzie, co do jego praw i obowiązków stanowi typową reakcję przeciętnego konsumenta na stosowaną przez [REDAKTURA] nieuczciwą praktykę rynkową.

Wskazać należy, iż jak wykazano wyżej, konsument otrzymał nieprawdziwą informację o prawach i obowiązkach stron umowy, w związku z ich sprzecznością z przepisami bezwzględnie obowiązującymi. Informacja taka mogła mieć znaczący wpływ na mylne wyobrażenie konsumenta o treści ich praw i obowiązków. Wprawdzie przeciętny konsument z jednej strony, posiada pewien stopień wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony, nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Zatem przeciętny konsument ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Tym bardziej nie można wymagać od przeciętnego konsumenta, że będzie on posiadał wiedzę prawniczą, pozwalającą mu na weryfikowanie treści postanowień zamieszczonych w umowie zawartej z przedsiębiorcą, pod kątem jej zgodności z prawem. Nie można również wymagać od przeciętnego konsumenta, że powinien na „własną rękę” zdobywać wiedzę potrzebną mu do weryfikacji treści decyzji. Ciężar przekazania informacji spoczywa na przedsiębiorcy, który występując

na rynku w roli profesjonalisty powinien zadbać o to, aby jego kontrahent uzyskał pełną i jasną informację pozwalającą na podjęcie świadomej decyzji. Z tego powodu prawo do informacji uznawane jest za fundament ochrony konsumenta.

Kolejnym krokiem do ustalenia modelu „przeciętnego konsumenta” jest ustalenie, czy jest on uważny i roztropny. Oznacza to, że „przeciętny konsument” rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji. Zatem „przeciętny konsument” przede wszystkim uważnie przeczyta zaoferowaną umowę. Z wykorzystaniem swojej wiedzy ogólnej dokona oceny w jaki sposób ukształtowany jest zakres jego praw i obowiązków. Zatem przyjmując model konsumenta uważnego i roztropnego, stwierdzić należy, iż w okolicznościach niniejszej sprawy nie uniknąłby on wprowadzenia w błąd. Przedsiębiorca wykorzystał bowiem nie tyle nieuwagę czy nieostrożność konsumenta, ale po prostu brak jego profesjonalnej wiedzy. Zatem reakcja „przeciętnego konsumenta”, który pod wpływem błędu podjąłby decyzję dotyczącą umowy, byłaby uzasadniona.

Stąd uzasadnione jest stanowisko, iż zamieszczenie przez [REDAKTOWANE] w/w postanowień w treści „Zamówienia montażu instalacji zestawu do odbioru TV” oraz w „Umowie o dzieło” stanowi działanie wprowadzające w błąd przeciętnego konsumenta.

Informacja powyższa zamieszczona zarówno w umowach „Zamówienia na instalację zestawu do odbioru TV” jak i „Umowach i Dzieło” stanowi informację handlową związaną bezpośrednio z nabyciem produktu przez konsumenta, a zatem stanowi praktykę rynkową w rozumieniu art. 2 pkt 4) ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Natomiast 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 (art. 5 ust. 1).

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt.4) w/w ustawy wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć prawa konsumenta do odstąpienia od umowy.

W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka rynkowa, polegająca na zamieszczeniu w umowie zawieranej z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa postanowień, które poprzez pozbawienie go uprawnień do zwrotu zakupionego telewizora i żądania zwrotu od przedsiębiorcy kwoty równiej zapłaconej cenie telewizora, a tym samym pozbawiają konsumentów prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy, powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Okoliczność braku możliwości zwrotu telewizora zakupionego przez konsumenta, w sytuacji, gdy skutecznie odstępuje od umowy kupna zestawu do odbioru TV i jego montażu, może wpłynąć na decyzję konsumenta, co do odstąpienia od umowy. Konsument może zrezygnować z odstąpienia od umowy, gdyż jest przekonany, że nie może zwrócić telewizora. Zatem konsument pod wpływem mylnego wyobrażenia o zakresie swoich praw i obowiązków wskutek zapisu zamieszczonego w umowie zniekształca lub może zniekształcać swoje zachowania rynkowe.

Opisana wyżej praktyka rynkowa jest nieuczciwa, gdyż jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami należy bowiem uznać działania przedsiębiorcy, polegające na

przekazywaniu konsumentom informacji wprowadzających w błąd. Konsument słabsza strona stosunku cywilnoprawnego działa bowiem w zaufaniu do przedsiębiorcy – profesjonalisty i nie spodziewa się, że postanowienia zamieszczone w umowie zawartej z przedsiębiorcą mogą być niezgodne z przepisami prawa. Natomiast przedsiębiorca – autor wzorca umowy, który przedstawia konsumentom w ich domach razem z ofertą handlową wykorzystuje wobec konsumenta tym sposobem swoją przewagę, co świadczy o naruszeniu dobrego obyczaju. Przedmiotowa informacja zniekształca zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, poprzez pozbawienie konsumentów prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy tj. postanowienia przewidującego, iż towar sprowadzony na „specjalne zamówienie” nie podlega zwrotowi

Stąd zakwestionowane działanie [REDAKTORZ] [REDAKTORZ] wypełnia również przesłanki klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, również w odniesieniu do w/w działań [REDAKTORZ] uzasadnione jest stanowisko o nieuczciwym charakterze praktyk rynkowych stosowanych przez przedsiębiorcę, które wypełniają przesłanki z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Wykazanie bezprawności działania [REDAKTORZ] [REDAKTORZ] wskutek stosowania niedozwolonego postanowienia wzorca „Umowy o dzieło” tj. praktyki określonej w pkt II sentencji decyzji.

W niniejszej sprawie, wobec w/w przedsiębiorcy stwierdzono w pkt II sentencji decyzji stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, poprzez stosowanie postanowienia wzorca umowy wpisanego do rejestru niedozwolonych postanowień umownych. W przypadku stosowania postanowienia wzorca umowy wpisanego do rejestru niedozwolonych postanowień umownych o bezprawności tego działania przesądza rozszerzona skuteczność wyroku w sprawie o uznanie postanowień umownych za niedozwolone, co wynika z art. 479⁴³ k.p.c. W momencie wpisania do rejestru zapisu uznanego przez Sąd Okręgowy w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za niedozwolone postanowienie umowne, zapis staje się samodzielnie funkcjonującą zasadą, która została zakwestionowana. Ze względu na rozszerzoną skuteczność wyroku, klauzule spełniają funkcję podobną do przepisów prawa, zaś posługiwanie się nimi w kontaktach z konsumentami jest zakazane.

Wzorce umów stosowane przez przedsiębiorców w kontaktach z konsumentami podlegają szczególnej kontroli. Wzorzec umowy to doktrynalne określenie wszelkich jednostronnie przygotowanych z góry przed zawarciem umowy, gotowych klauzul umów w postaci warunków umów, ich wzorów, regulaminów, statutów itp. (*E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, C.H. Beck 2002, s. 292*).

W systemie polskiego prawa cywilnego ustawodawca przewidział instytucję abstrakcyjnej kontroli wzorców umownych, realizowanej w drodze postępowania o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone. Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Apelacyjnego w Warszawie (wyroki: z dnia 29 września 2005 r., sygn. akt: VI Aca 381/05; z dnia 16 listopada 2005 r., sygn. akt VI Aca 473/05), „celem postępowania w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone

jest tzw. abstrakcyjna kontrola wzorców, dokonana w oderwaniu od konkretnej umowy, zaś wyrok uwzględniający powództwo przez uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone i zakazanie ich stosowania ma, zgodnie z art. 479⁴³ k.p.c., od chwili wpisania do odpowiedniego rejestru, skutek także wobec osób trzecich.(...)”.

Co więcej, jak wskazał Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r., sygn. akt III SZP 3/06, „stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c. może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów”. Tak więc, dokonując oceny treści postanowień umownych wykorzystywanych przez przedsiębiorców we wzorcach umownych należy wykorzystywać reguły interpretacji wykształcone w nauce prawa i praktyce orzeczniczej. Stąd też, niedozwolone będą takie postanowienia umów, które mieszczą się w „hipotezie” klauzuli wpisanej do rejestru, której treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną jej wykładnię. Nie jest zatem konieczna dokładna, literalna identyczność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej.

W wyroku z dnia 8 kwietnia 2008r. sygn. akt XVII Ama 105/2007, Sąd Okręgowy w Warszawie, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów podjął się zdefiniowania przesłanki „stosowania”. Stwierdził zatem, że „stosowanie” postanowień wzorca umowy oznacza jego umieszczenie we wzorcu używanym w obrocie z konsumentami. Strona zawierająca umowę z wykorzystaniem wzorca jest nim związana z chwilą zawarcia umowy, co oznacza, że wzorzec (i jego poszczególne postanowienia) mają zastosowanie do stosunku obligacyjnego zawiązanego pomiędzy stronami z chwilą zawarcia umowy. Nie jest konieczne, aby przedsiębiorca powoływał się na to postanowienie tj. aby doszło do jego „użycia” w konkretnej umowie. Oznacza to, że samo wpisanie do wzorca umowy jest wystarczające, by wypełnić przesłankę „stosowania”.

Pod Nr 784 do rejestru klauzul zakazanych na mocy wyroku Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 kwietnia 2006r. sygn. akt XVII Amc 107/04 wpisane jest postanowienie o treści:” *Spory, mogące wyniknąć na tle realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Wykonawcy*”.

W ocenie Prezesa Urzędu, zakwestionowany w niniejszym postępowaniu zapis wzorca „Umowy o dzieło” o treści: § 13 „*Spory wynikłe z wykonania niniejszej umowy strony będą rozwiązywać polubownie, a jeżeli nie będzie to możliwe, spór będzie rozstrzygany przez sąd właściwy dla miejsca siedziby firmy Wykonawcy*” jest tożsamy z treścią cytowanej wyżej klauzuli wpisanej do rejestru.

Obydwa porównywane postanowienia dotyczą kwestii sądu właściwego dla rozpoznania sporu powstałego w związku z wykonaniem umowy. Zasadnicze znaczenie dla ustalenia przynależności danej sprawy do właściwości miejscowej danego sądu mają przepisy art. 27-30 kpc regulujące właściwość ogólną.

Wg art. 27 kpc określającego właściwość miejscową ogólną powództwo wytacza się przed sąd I instancji, w którego okręgu pozwany ma miejsce zamieszkania, zaś powództwo przeciwko osobie prawnej wytacza się według miejsca jej siedziby- art.

30 kpc. (właściwość ogólna).

Zgodnie z treścią art. 34 kpc powództwo o ustalenie istnienia umowy, o jej wykonanie, rozwiązanie lub unieważnienie, jak też odszkodowanie z powodu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy można wytoczyć przed sąd miejsca jej wykonania. W razie wątpliwości miejsce to powinno być stwierdzone dokumentem (właściwość przemienne).

Przepisy te umożliwiają powodowi dokonanie wyboru pomiędzy sądem właściwości ogólnej, a innym sądem oznaczonym w tych przepisach tj. wg właściwości przemiennej. Nie jest zatem dopuszczalne narzucenie właściwości przemiennej przez jedną ze stron umowy, a jedynie następczy jej wybór w chwili powstania roszczenia wynikającego z umowy.

Art. 46 kpc przewiduje możliwość zawarcia tzw. klauzuli prorogacyjnej. Zgodnie z jej treścią, strony mogą umówić się na piśmie o poddanie sądowi pierwszej instancji, który według ustawy nie jest miejscowo właściwy, sporu już wynikłego lub sporów mogących powstać w przyszłości z oznaczonego stosunku prawnego. Sąd ten, jeżeli strony nie postanowiły inaczej, będzie wówczas wyłącznie właściwy. Skuteczność takiej umowy zależy od zgodnego wyrażenia woli stron, poprzez zawarcie stosownej umowy prorogacyjnej, określonej w art. 46 kpc.

Wzorzec „Umowy o dzieło” stosowany przez [REDAKTOR] już z samej istoty wzorca umownego nie może być poczytywany za uzgodniony indywidualnie w myśl art. 46 kpc. Zawiera on bowiem zbiór gotowych i opracowanych przez tego przedsiębiorcę postanowień, na treść których konsument nie miał żadnego potencjalnego ani rzeczywistego wpływu.

Wskazanie przez [REDAKTOR] jako wyłącznie właściwego sądu do rozpoznania sprawy tj. sądu wg siedziby Wykonawcy, wyklucza właściwość ogólną z art. 27 § 1 kpc. Zgodnie z tym przepisem sądem właściwym wg właściwości ogólnej dla pozwanego jest miejsce jego zamieszkania, którym nie musi być przecież siedziba Wykonawcy. Sąd właściwy dla siedziby Wykonawcy nie musi być również właściwy do rozpoznania sporu jako np. sąd miejsca wykonania umowy (miejsca zapłaty)– określone zgodnie z art. 454 kc., wg właściwości przemiennej.

Jak wynika z powyższego, wg cyt. przepisów nie w każdym przypadku sądem właściwym będzie sąd siedziby wykonawcy. Stwierdzić zatem należy, że kwestionowany zapis narusza interes konsumentów, bowiem stosowane przez [REDAKTOR] postanowienie ogranicza konsumentom drogę do sądu, poprzez ograniczenie dyspozytywności przepisów określających właściwość miejscową. Zważyć przy tym należy, że ustawodawca nie wyłączył ze stosowania w obrocie z konsumentami właściwości przemiennej a w okolicznościach sprawy możliwość jej zastosowania przez konsumenta została ograniczona.

Zatem, oceniane postanowienie, gdyby zostało zastosowane w obrocie prawnym z konsumentami, wywołałoby jednakowo niekorzystne skutki dla konsumenta, takie same jak postanowienie wpisane do rejestru, a zatem mieści się w hipotezie klauzuli wpisanej do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone.

Zatem skoro oceniane postanowienie mieści się w hipotezie wymienionej klauzuli wpisanej do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone pod nr 784 uznać należy, że są one tożsame .

Ad C Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Aby zdefiniowane wyżej, bezprawne działania przedsiębiorcy wypełniały przesłanki praktyki z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów winny być one skierowane przeciwko zbiorowym interesom konsumentów.

Konsumentem zaś jest, zgodnie z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 22¹ kc osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Musi zatem wystąpić związek między czynem sprzecznym z prawem, a interesami konsumentów pojmowanymi nie tylko jako ich interesy ekonomiczne, ale również jako ich szeroko rozumiane prawo do informacji. Co więcej bezprawnym czynem, a więc działaniem lub zaniechaniem, naruszone muszą zostać zbiorowe interesy konsumentów, a więc nie konkretnego dokonującego transakcji z przedsiębiorcą kontrahenta, a szerszej, bliżej nieokreślonej grupy potencjalnych kontrahentów traktowanych in abstracto.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”. Jednakże punkt 2. preambuły implementowanej do ustawy o *uokik* Dyrektywy 98/27/EC Parlamentu Europejskiego i Rady brzmi: „Zbiorowe interesy oznaczają interesy, które nie stanowią skumulowanych interesów poszczególnych osób poszkodowanych z racji naruszenia”. Nie jest zatem zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów, choćby liczba pokrzywdzonych konsumentów była bardzo duża. Powyższa regulacja implementowana została w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, iż: „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, przy czym nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”.

Oceniając działanie przedsiębiorców pod kątem tej przesłanki, należy ustalić, czy ich działania mogą naruszać interesy także nieoznaczonego kręgu potencjalnych klientów. Tego typu naruszenie wystąpi wówczas, gdy działania przedsiębiorców dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta, czyli, gdy są powszechne. Zdaniem Sądu Najwyższego, nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawanie orzeczeń ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów (wyrok SN z dnia 12 września 2003r., I CKN 504/01).

W sprawie niniejszej, zarzucane [REDAKTION] nieuczciwe praktyki rynkowe, polegające na zamieszczeniu w „Zamówieniach na instalację zestawu do odbiorcy TV” oraz w „Umowach o dzieło” informacji wprowadzających konsumentów w błąd, co do zakresu praw i obowiązków stron wynikających z umowy, co powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął oraz stosowanie niedozwolonych postanowień umownych dotyczących szerokiego kręgu osób, wobec których przedsiębiorca świadczył usługi oraz wobec tych wszystkich konsumentów, którzy w przyszłości korzystać będą z jego usług. Zatem, w ocenie Prezesa Urzędu, doszło do naruszenia praw nieograniczonej liczby konsumentów. Należy zauważyć, że wszystkie zakwestionowane postanowienia zamieszczone przez [REDAKTION]

██████████ we wzorcach umownych mają standardową treść. Każdy potencjalny klient przedsiębiorcy działającego pod nazwą ██████████ może zostać narażony na negatywne skutki działań (zaniechań) w/w przedsiębiorcy. Działania ██████████ są podejmowane w stosunku do nieoznaczonego z góry i licznego kręgu podmiotów – potencjalnych nabywców zestawów do odbioru telewizji naziemnej. Naruszenie interesów konsumentów polega na naruszeniu ich praw do otrzymywania informacji prawdziwej i rzetelnej. Natomiast okoliczność, że konsumenci otrzymują informację nieprawdziwą lub niejednoznaczną przekłada się na możliwość podejmowania przez nich decyzji dotyczących ich interesów ekonomicznych, ponieważ decyzje konsumentów dotyczą ich prawa odstąpienia od umowy wzajemnej zawartej z przedsiębiorcą.

Skoro zatem wykazano naruszenie działaniami w/w przedsiębiorcy zbiorowych interesów konsumentów uzasadnione jest również twierdzenie, że w sprawie niniejszej doszło do naruszenia interesu publicznego.

Reasumując, w sprawie spełniona została również kolejna, ostatnia przesłanka w postaci godzenia zakwestionowanymi działaniami w zbiorowe interesy konsumentów.

Uznać należy zatem, że spełnione zostały w okolicznościach sprawy wszystkie przesłanki warunkujące uznanie działań ██████████ ██████████ za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust.1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...) tj. działanie bezprawne, które polega na stosowaniu w obrocie z konsumentami zapisów, które zostały uznane przez Sąd Okręgowy w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za postanowienie wzorca umowy uznane za niedozwolone i wpisane do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ kpc oraz nieuczciwych praktyk rynkowych, o których umowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4, w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Wykazano zatem stosowanie przez ██████████ ██████████ praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów opisanych w pkt I. i II. sentencji decyzji.

Podstawa prawna wydania decyzji

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

Natomiast, zgodnie z art. 27 ust. 1 w/w ustawy nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24.

W przypadku określonym w ust. 1 Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania (art. 27 ust. 2 w/w ustawy).

Skoro Prezes Urzędu w odniesieniu do działań ██████████ określonych w punkcie I.1 i 2 oraz w pkt II. sentencji decyzji stwierdził, że przedsiębiorca

zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, to wydanie decyzji na podstawie art. 27 ust.1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uzasadnione.

Zgodnie z treścią art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1 spoczywa na przedsiębiorcach. Jak wykazało przeprowadzone postępowanie w zakresie praktyk określonych w pkt I. 1 i 2 sentencji decyzji, przedsiębiorca na dowód swojego twierdzenia, iż zaprzestał stosowania zarzuconych im praktyk przedłożył kserokopię „potwierdzenia przyjęcia wniosku o zawieszenie działalności gospodarczej”. Z wydruku z systemu CEDG wynika również, że przedsiębiorca z dniem 30 kwietnia 2012r. zawiesił działalność gospodarczą. Zawieszenie działalności gospodarczej oznacza przerwanie podejmowania działań prowadzonych w jej ramach, a zatem również kierowanie ofert do konsumentów i zawieranie z nimi umów. Stąd uznać należy, iż przedsiębiorca zaniechał z dniem 30 kwietnia 2012r. stosowania w obrocie z konsumentami zarzuconych mu nieuczciwych praktyk rynkowych opisanych w pkt I. 1 i 2 sentencji decyzji oraz stosowania niedozwolonego postanowienia wzorca umowy opisanego w pkt II. sentencji decyzji.

Mając powyższe na względzie, orzeka się jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie (...), w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. od decyzji Prezesa Urzędu przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie, Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Lublinie.

Otrzymuje :

1) 

Z upoważnienia Prezesa UOKIK]
Zca Dyrektora Delegatury UOKIK w
Lublinie Ireneusz Maciąg