



RGD-61-32/11/12 AW

Gdańsk, 31.12.2012

Decyzja nr RGD. 40/2012

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), w związku z § 2 pkt 4 oraz § 5 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887) działając

- w imieniu Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I.

na podstawie art. 28 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów po uprawdopodobnieniu w toku postępowania, wszczętego, z urzędu, w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę: Ireneusza Głowackiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI w Mierzynie, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na ograniczaniu konsumentom, w przypadku niezgodności towaru z umową, praw wynikających z art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 4 ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w związku z art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a tym samym może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz po przyjęciu zobowiązania Ireneusza Głowackiego do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia stosowaniu zarzuczanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, poprzez zastosowanie się do wymogów art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego jak również poprzez, uzupełnienie dotychczasowej treści postanowienia zawartego w punkcie 9 wzorca umownego, pn. „Zgłoszenie Reklamacyjne Nr ...” o katalog alternatywnych uprawnień konsumenta upoważniających go do zastosowania w postępowaniu reklamacyjnym, w taki sposób, że przyjmie on następujące brzmienie: „Żądanie reklamującego: naprawa towaru, wymiana towaru, obniżenie ceny towaru, odstąpienie od umowy i zwrot gotówki”

nakłada się na Ireneusza Głowackiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI w Mierzynie, obowiązek wykonania tego zobowiązania w terminie jednego miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji.

II.

na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na przedsiębiorcę: Ireneusza Głowackiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI w Mierzynie, obowiązek przekazania w terminie trzech miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji, informacji potwierdzających wykonanie zobowiązania określonego w punkcie I sentencji decyzji, poprzez przekazanie:

- 1) wzorca umownego, pn. „Zgłoszenie reklamacyjne Nr ...” uwzględniającego zmianę treści w punkcie 9 wraz z określeniem dokładnej daty jego wprowadzenia do obrotu konsumenckiego,
- 2) dowodów z dokumentu, tj. potwierdzonych za zgodność kopii trzech pierwszych reklamacji konsumentów sporządzonych na podstawie nowego wzorca, a także kopii dokumentów wskazujących na sposób rozstrzygnięcia i rozpatrzenie tych reklamacji.

Uzasadnienie

Do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury UOKiK w Gdańsku (dalej także: Prezes Urzędu) wpłynęło zawiadomienie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie, z którego wynikało, że przedsiębiorca: Ireneusz Głowacki zamieszkały w Mierzynie [...] prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą FHU KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI, MAX PARTNER IRENEUSZ GŁOWACKI, BOUTIQUE MODA MŁODZIEŻOWA IRENEUSZ GŁOWACKI (dalej: Przedsiębiorca) nie uwzględnia uprawnień konsumentów w zakresie możliwości ubiegania się w postępowaniu reklamacyjnym wymiany wadliwego towaru na taki sam wolny od wad lub, w przeciwnym wypadku zwrotu pieniędzy. W związku z tym, Prezes Urzędu przeprowadził, z urzędu, postępowanie wyjaśniające pod sygn. akt RGD.405-18/11 AW, w sprawie ustalenia, czy działania przedsiębiorcy Ireneusza Głowackiego, w zakresie zasad rozpatrywania reklamacji konsumentów nie naruszają przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) lub innych ustaw chroniących konsumentów.

W toku postępowania wyjaśniającego ustalono, że ograniczenie uprawnień konsumentów polegało na tym, że Przedsiębiorca stosował indywidualną procedurę reklamacyjną, która nie uwzględniała uprawnień określonych w ustawie z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), bowiem:

- Konsument zgłaszając się do sklepu Przedsiębiorcy celem złożenia reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, otrzymywał od sprzedawcy wzorzec, pn. „Zgłoszenie reklamacyjne ...”.
- Pkt 9 „Zgłoszenia (...)” o treści: „9. Żądanie reklamującego _____” był przeznaczony na wpisanie żądania reklamacyjnego, przy czym nie zawierał on katalogu alternatywnych uprawnień konsumenta upoważniających go do zastosowania w postępowaniu reklamacyjnym.
- Przedsiębiorca przyznał, że punkt 9 wzorca był realizowany w następujący sposób: wolne pole przy pkt 9 wzorca wypełniał sam, wpisując odręcznie adnotację „wymiana na inne”, a następnie informował konsumentów osobiście, telefonicznie lub pisemnie, iż reklamacja została rozpatrzona poprzez „wymianę na towar nowy”, ale nie ten sam. Sprzedawca zapraszał konsumentów do sklepu w celu dokonania wymiany towaru (obuwia) na inny model, dostępny w kolekcji, lub w razie braku interesującej dla konsumenta oferty, proponował bon towarowy o równowartości ceny reklamowanego obuwia, ważny przez 6 miesięcy od chwili wydania. Swoje działanie uzasadniał tym, że zgodnie z wykładnią językową (a więc ze słownikowym znaczeniem) towar „nowy” nie oznacza towaru takiego samego co poprzedni.

Prezes Urzędu uznał, że zebrany w sprawie materiał dowodowy daje podstawę do wszczęcia postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, bo działanie Przedsiębiorcy powodowało odmawianie konsumentom korzystania z uprawnień wynikających z ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), tj. doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową przez:

- nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów (...) wypełnienie obowiązku zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego,
- uwzględnienie obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy – w sytuacji jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość żądaniu naprawy ani wymiany w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałyby kupującego na znaczne niedogodności.

W związku z tym, w dniu 7 września 2011 r. Prezes Urzędu postanowieniem Nr 251/2011 wszczął, z urzędu, postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę: Ireneusza Głowackiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą FHU KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI, MAX PARTNER IRENEUSZ GŁOWACKI, BOUTIQUE MODA MŁODZIEŻOWA IRENEUSZ GŁOWACKI, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na ograniczaniu konsumentom ich praw wynikających z art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 4 ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w związku z art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171,

poz. 1206), a tym samym mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania Prezes Urzędu, postanowieniem Nr 363 z dnia 23 grudnia 2011 r., zaliczył w poczet dowodów akta postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RGD-405/18/11 AW (k. 1 – 45).

W piśmie z dnia 10 marca 2012 r. (k. 75) Przedsiębiorca wskazał aktualny adres do korespondencji i zapowiedział przekazanie zeznania podatkowego za 2011 r. w terminie do dnia 5 maja 2012 r., które wpłynęło 9 maja 2012 r. (k. 79-91).

W piśmie z dnia 11 maja 2012 r. (k. 94) Przedsiębiorca, dzieląc postawione przez Prezesa Urzędu zarzuty, wyraził czynny żal i złożył, w trybie art. 28 o ochronie konkurencji i konsumentów, zobowiązanie, w którym zobligował się do podjęcia działań zmierzających do zaniechania naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez zastosowanie się do ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, w tym art. 8 tej ustawy, poprzez zastosowanie się do wymogów art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego jak również poprzez, uzupełnienie dotychczasowej treści postanowienia zawartego w punkcie 9 wzorca umownego, pn. „Zgłoszenie Reklamacyjne Nr ...” o katalog alternatywnych uprawnień konsumenta upoważniających go do zastosowania w postępowaniu reklamacyjnym, w ten sposób, że przyjmie on następujące brzmienie: „Żądanie reklamującego: naprawa towaru, wymiana towaru, obniżenie ceny towaru, odstąpienie od umowy i zwrot gotówki”.

Z uwagi, iż postawiony przedsiębiorcy Ireneuszowi Głowackiemu zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, wymagał dookreślenia kwalifikacji nieuczciwej praktyki rynkowej na podstawie przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) w związku z koniecznością uwzględnienia uprawnień konsumentów określonych w art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), jak również w związku z dokonaną zmianą w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej RP (CEIDG) nazwy przedsiębiorcy Ireneusza Głowackiego, prowadzącego od 31 lipca 2012 r. działalność gospodarczą pod nazwą F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI, Prezes Urzędu postanowił o zmianie sentencji postanowienia Nr 127 z dnia 10 maja 2012 r., które było wydane w związku ze zmianą pierwotnego postanowienia Nr 251/2011 z dnia 7 września 2011 r. o wszczęciu przeciwko ww. Przedsiębiorcy postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

- w dniu 9 czerwca 2003 r. przedsiębiorca Ireneusz Głowacki (NIP 955-112-41-97, REGON 810136729) zamieszkały w Mierzynie [...], rozpoczął swoją działalność gospodarczą pod nazwą: „FHU KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI, MAX PARTNER IRENEUSZ GŁOWACKI, BOUTIQUE MODA MŁODZIEŻOWA IRENEUSZ GŁOWACKI” - ustalono na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Wójta Gminy Dobra (nr ewidencyjny 3474/2005);
- w dniu 16 grudnia 2011 r. ww. wpis został przeniesiony z ewidencji gminnej do CEIDG;
- od dnia 31 lipca 2012 r. Ireneusz Głowacki prowadzi działalność gospodarczą pod zmienioną nazwą: „F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI” - ustalono na podstawie historii wpisu CEIDG po uwzględnieniu wniosku Przedsiębiorcy o Nr 001046864/2012:
- przedmiotem działania Przedsiębiorcy jest między innymi sprzedaż detaliczna wyrobów tekstylnych, odzieży i obuwia prowadzona na straganach i targowiskach;
- przedsiębiorca stosuje wzorzec umowny o nazwie „Zgłoszenie reklamacyjne Nr ...”, w którym zawarte są dane konsumenta, informacje nt. reklamowanego obuwia, miejsce na opinię rzeczoznawcy, a także sposób załatwienia reklamacji oraz pokwitowanie odbioru przez reklamującego (k. 50, 52, 55, 59, 63);
- do Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów wpływały skargi i wnioski konsumentów o udzielenie pomocy prawnej dotyczące procedury reklamacyjnej stosowanej przez Przedsiębiorcę (k. 49, 51, 58, 62);
- Przedsiębiorca w piśmie z dnia 10 marca 2012 r. wskazał adres, na który ma być kierowana wszelka korespondencja w przedmiotowej sprawie [...].

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

- [1] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy zagrożony został w niej interes publicznoprawny, bowiem, jeśli przesłanka ta nie występuje, Prezes Urzędu nie posiada upoważnienia do realizacji zasadniczego celu powołanej ustawy, którym, zgodnie z zapisem jej art. 1 ust. 1, jest określanie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem działania Przedsiębiorcy nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów - obecnych i przyszłych kontrahentów Przedsiębiorcy, uczestniczącego w obrocie konsumenckim jako prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI w Mierzynie - których sytuacja jest identyczna. Tymczasem, zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

W niniejszej sprawie istnieje zatem możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, bowiem dotyczy ochrony interesu szerszej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być klientami Przedsiębiorcy.

W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, Przedsiębiorcy postawiono zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stosownie do art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, natomiast stosownie do art. 24 ust. 2 przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w te interesy bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności, zgodnie z ust. 2 pkt 3, mające postać nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji. Równocześnie, stosownie do przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym., tj.:

- art. 4 ust. 2 w zw. z art. 4 ust. 1 - za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd,
- art. 5 ust. 1 - za praktykę 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. 2 pkt 1 - działaniem wprowadzającym w błąd może być, w szczególności, rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji,
- art. 5 ust. 3 pkt 4 - wprowadzające w błąd działanie może dotyczyć w szczególności praw konsumenta, w tym do odstąpienia od umowy.

- [2] Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami, niezbędne jest wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:

- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem,
- stanowią działanie bezprawne,
- naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

- [3] Ireneusz Głowacki prowadzi działalność gospodarczą od dnia 3 września 2003 r. na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej (nr ewidencyjny 3474/2005) prowadzonej przez Wójta Gminy Dobra - obecnie CEIDG, pod nazwą „F.H.U. KARINA IRENEUSZ GŁOWACKI” w Mierzynie - zatem posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, odpowiednio do którego pod pojęciem tym rozumie się m.in. przedsiębiorcę w znaczeniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, w której, stosownie do art. 4, przyjęto, iż przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Stąd też jego

działania podlegają rygorom określonym w tej ustawie, między innymi ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej nie związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Niekwestionowana przez stronę postępowania okoliczność zawierania z osobami fizycznymi umów w zakresie prowadzonej sprzedaży detalicznej towarów, które nieodzwrotnie obejmują zasady i warunki obowiązujące w procesie reklamacyjnym, nie budzi wątpliwości i w ocenie Prezesa Urzędu, jednoznacznie potwierdza fakt spełnienia pierwszej z ww. przesłanek.

- [4] Jak podnosi się w piśmiennictwie, za bezprawne należy uznać wszelkie zachowania przedsiębiorcy sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawy; dla stwierdzenia bezprawności działania wystarczy już tylko to, że pozostaje ono w sprzeczności z przepisami prawa¹.

Rozpatrując przesłankę bezprawności, rozumianej jako działanie sprzeczne z przepisami prawa, wskazać należy, iż skarżonemu Przedsiębiorcy postawiony został zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stanowiącego, iż „Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów”, przy czym, stosownie do treści ust. 2 tego przepisu, „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: (...) 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji”.

- [5] Przedsiębiorca prowadząc na straganach i targowiskach m.in. sprzedaż detaliczną towarów (wyrobów tekstylnych, odzieży i obuwia), w sytuacji zgłaszania przez konsumentów reklamacji, posługiwał się jednostronnie opracowanym wzorcem umownym pn.: „Zgłoszenie reklamacyjne Nr ...”. W ocenie Prezesa Urzędu należy stwierdzić, że ww. wzorec umowny, jako jednostronnie przygotowany z góry, przed zawarciem umowy, obejmujący zbiór gotowych klauzul umownych w postaci warunków zgłoszenia reklamacji, a następnie - na ich podstawie - zawierany z konsumentami, wyczerpuje definicję pojęcia wzorca umownego, o którym mowa w art. 384 § 1 Kodeksu cywilnego.
- [6] Skarżonemu przedsiębiorcy przedstawiony został zarzut dotyczący ograniczania konsumentom ich praw wynikających z art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 4 ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w związku z art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a tym samym może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad [6]

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, stosowana przez przedsiębiorcę praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po zawarciu. Przedmiotowy przepis stanowi klauzulę generalną, która na okoliczność stosowania danej praktyki podlega stosownej konkretyzacji; jednocześnie art. 4 ust. 2 określa, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1.

Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5) lub zaniechaniu (art. 6) wprowadzającym w błąd. Jak wskazał Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w wyroku z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. XVII Ama 118/04, istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko pojęty szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu

¹ Szwaja J. (red.), Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Warszawa 2000, s. 117-118.

uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności. Ponadto należy wskazać, że ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki określonej w art. 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd odnosi się do decyzji podejmowanych przez przeciętnego konsumenta - zatem działanie Przedsiębiorcy powinno być oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, za przeciętnego konsumenta uznaje się takiego konsumenta który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać 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 m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa.

Definicja przeciętnego konsumenta precyzuje więc pewien zespół cech mentalnych konsumenta, jego przeciętność, polegająca na tym, że z jednej strony możemy wymagać od takiego konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jest to wiedza kompletna i profesjonalna i że konsument, mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości, ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć.

Przepis art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie nakłada samodzielnie na przedsiębiorców obowiązków informacyjnych, a jedynie wskazuje, że naruszenie takich obowiązków przewidzianych w innych ustawach może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.²

Obowiązek udzielenia pełnej informacji, będący najczęściej naruszaną postacią obowiązku informacyjnego, polega na niepodaniu wszystkich tych informacji, których przekazanie konsumentom jest obowiązkowe (wyrok SOKiK XVII Ama 121/05). Przedsiębiorca może dopuścić się omawianej praktyki w tej formie (niepodanie pełnej informacji) tylko wówczas i tylko w takim zakresie, w jakim pominięte informacje, które musi podać konsumentom.³ Posiadanie bowiem tych informacji jest niezbędne konsumentowi do podjęcia prawidłowej, czyli świadomej i zarazem efektywnej decyzji rynkowej, a ich brak wpływa negatywnie lub wyłącza możliwość podjęcia przemyślanej i suwerennej decyzji rynkowej.⁴

Wskazać należy, iż potencjalna zdolność wprowadzenia w błąd ma miejsce szczególnie wtedy, gdy przedsiębiorca ukrywa istotne dla podjęcia przez konsumenta racjonalnej decyzji rynkowej informacje lub przedstawia je w niejasny, niezrozumiały lub dwuznaczny sposób. W wyniku powyższych praktyk przeciętny konsument może wyrobić sobie mylne wyobrażenie o korzyściach wynikających ze złożonej propozycji, które nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistym stanie rzeczy. Wprowadzenie w błąd polega przede wszystkim na pewnym zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą chce się zaangażować. W rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania konsument podejmuje decyzję o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej decyzji, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji by nie podjął, gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy. Owo zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega głównie na podawaniu fałszywych lub mylących informacji dotyczących produktu lub sposobu jego prezentacji albo wprowadzenia na rynek⁵. Dla prawidłowego zinterpretowania celu tej ustawy należy wskazać, iż przedsiębiorca nie tyle musi faktycznie spowodować, iż przeciętny konsument podejmie decyzję, której przy braku wprowadzenia w błąd by nie podjął, co wystarczy już samo wystąpienie takiej możliwości wprowadzenia w błąd, a co za tym idzie samej możliwości podjęcia decyzji, której inaczej konsument by nie podjął.

² D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2009, s. 970.

³ Ibidem, s. 973.

⁴ decyzja Prezesa UOKiK z dnia 6 marca 2006r. nr RGD- 5/2006;

⁵ R. Stefanicki, Interpretacja dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów na rynku wewnętrznym, Glosa 1/2000, str. 88.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się działanie wprowadzające w błąd, jeżeli w jakikolwiek sposób powoduje ono lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, a więc prowadzi taka praktyka do zniekształcenia zachowań rynkowych konsumentów.

W niniejszej sprawie wykazania wymaga, że informacje dotyczące uprawnień konsumentów odnoszących się do podnoszenia faktu niezgodności towaru konsumpcyjnego z zawartą umową są podawane przez Przedsiębiorcę nieprawidłowo i mogą wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd oraz skutkować podjęciem przez niego błędnej decyzji dotyczącej umowy. W omawianym przypadku należy przyjąć, że oferta handlowa przedsiębiorcy kierowana jest do niedookreślonej grupy osób fizycznych, konsumentów, którzy zawierają umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą, są to więc konsumenci przeciętni. Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument, oceniając zawieraną z przedsiębiorcą umowę, mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął.

Wskazać należy, że Przedsiębiorca Ireneusz Głowacki mógł uniemożliwić swoim postępowaniem podczas procedury reklamacyjnej skorzystanie przez konsumentów z przepisów prawa powszechnie obowiązującego, odnoszących się do ich praw konsumenta w zakresie odpowiedzialności sprzedawcy względem nabywcy towaru konsumpcyjnego. Jak wynika

z akt postępowania, w następstwie pozytywnie rozpatrzonej reklamacji przedsiębiorca proponuje konsumentom wymianę towaru na inny model dostępny w kolekcji, lub w razie braku interesującej dla konsumenta oferty, proponuje bon towarowy o równowartości ceny reklamowanego obuwia, ważny przez 6 miesięcy od chwili wydania.

Z art. 8 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i zmianie Kodeksu Cywilnego wynika następująco:

art. 8 ust. 1: „Jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia.”

art. 8 ust. 2: „Nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ust. 1 oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.”

art. 8 ust. 3: „Jeżeli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.”

art. 4 ust. 4: „Jeżeli kupujący, z przyczyn określonych w ust. 1, nie może żądać naprawy ani wymiany, albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna. Przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia.”

Z przepisu art. 8 ww. ustawy wynika, że w razie wystąpienia niezgodności towaru z umową realizowane są podstawowe uprawnienia nabywcy do żądania doprowadzenia towaru do stanu zgodności z umową poprzez skorzystanie z ustawowych środków przewidzianych w tym przepisie, tj. nieodpłatnej naprawy lub wymiany na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów.

Do spełnienia ustawowego warunku konieczne jest zatem, by towar wymieniony był na taki sam, co do typu i gatunku, jak ten zakupiony w momencie zawarcia umowy, bowiem wymiana towaru, która jest środkiem doprowadzenia go do zgodności towaru z umową, w rezultacie polega na wydaniu towaru nowego i nieużywanego, zgodnie z przedmiotem świadczenia sprzedawcy z chwili jego wydania.

Wymiana towaru na inny nie może być uznana za realizację obowiązku sprzedawcy, wynikającego z ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Przedsiębiorca poprzez swoje działania może wprowadzać

konsumentów w błąd, poprzez stwarzanie w nich przekonania, że obowiązujące przepisy prawa nie przewidują wymiany towaru na taki sam, ale nowy, wolny od wad. Z kolei takie działanie może skutkować podjęciem przez konsumenta decyzji o przyjęciu innej pary obuwia lub alternatywnie bonu towarowego, gdyż uzna, że jest to jedyny właściwy sposób załatwienia reklamacji.

Prezes Urzędu kwestionując treść wzorca umownego „Zgłoszenie reklamacyjne nr ...” oraz sposób załatwiania przez przedsiębiorcę reklamacji uznał, że taka praktyka istotnie może wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im – z mocy art. 8 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i zmianie Kodeksu Cywilnego – praw w razie wystąpienia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, a tym samym może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 i ust. 2 oraz art. 5 ust. 2 pkt 1 w związku z art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a w rezultacie może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, zdefiniowaną w art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Do takiego wniosku prowadzi analiza przedmiotowego działania przedsiębiorcy pod kątem spełnienia dwóch kryteriów: sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego wpływu praktyki rynkowej na zachowanie gospodarcze przeciętnego konsumenta.

Nierzetelne informowanie przez profesjonalistę konsumentów odnośnie przysługujących im uprawnień niewątpliwie może naruszać dobre obyczaje. Wskazany wyżej wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r. określa działania przedsiębiorcy zmierzające do wywołania błędnego przekonania u konsumenta jako sprzeczne z dobrymi obyczajami. Niezależnie od istniejącego orzecznictwa należy wskazać, że z obiektywnych norm postępowania, moralnych i zwyczajowych (staranność zawodowa), stosowanych w działalności gospodarczej jasno wynika powinność właściwego informowania konsumentów przez przedsiębiorcę o przysługujących uprawnieniach i rzetelnego traktowania partnerów umów. Przedsiębiorca jest profesjonalistą i tym bardziej powinien zadbać o właściwe poinformowanie swoich kontrahentów o przysługujących im uprawnieniach.

Postępowanie przedsiębiorcy w przedmiotowej sprawie można ocenić jako nieuczciwe, sprzeczne z dobrymi obyczajami, a także godzące w interes ekonomiczny konsumenta. Stworzenie przekonania, że wymiana towaru jest możliwa, ale niekoniecznie dokładnie na ten sam model towaru, może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta, a ponadto prowadzić do osłabienia zaufania do przedsiębiorców i oferowanych przez nich towarów.

Reasumując, skoro zostało uprawdopodobnione, iż działanie przedsiębiorcy jest bezprawne i może naruszać obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, zakreślony w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i zmianie Kodeksu cywilnego, to wywoływanie przekonania, że wymiana towaru jest możliwa, ale nie na ten sam model towaru, może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta, a ponadto prowadzić do osłabienia zaufania do przedsiębiorców i oferowanych przez nich towarów, co mogłoby zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Za uprawdopodobnioną należy także uznać trzecią przesłankę dotyczącą naruszenia przez Przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów. Nie ulega wątpliwości, że w przedmiotowej sprawie nie mamy do czynienia z sumą indywidualnych interesów wyodrębnionej grupy konsumentów, ale ze zbiorowym interesem konsumentów, szerszego nieograniczonego liczbowo kręgu osób, które potencjalnie mogą być narażone na skutki postępowania reklamacyjnego przyjętego przez Przedsiębiorcę. Procedury reklamacyjne Przedsiębiorca oparł na tych samych zasadach do wszystkich obecnych i przyszłych klientów przedsiębiorcy, stanowiących pewną zbiorowość, której interes, poprzez podejmowanie przez przedsiębiorcę działań bezprawnych, został naruszony.

W tym stanie rzeczy stwierdza się, iż wszystkie, wskazane wcześniej, przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zostały spełnione łącznie. Prezes Urzędu w okolicznościach sprawy za uprawdopodobnione uznaje możliwość stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk polegających, na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów poprzez godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy przejawiającej się w postaci ograniczenia konsumentom ich praw wynikających z art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) w przypadku

wystąpienia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i pkt 2 w związku z art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. nr 171, poz. 1206), a tym samym stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stąd też Prezes Urzędu uznał, że w odniesieniu do postawionych Przedsiębiorcy zarzutów wszystkie ustawowe przesłanki art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 1 i pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały uprawdopodobnione.

Przyjęcie zobowiązania

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione, na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych we wniosku lub będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 ww. ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań, a stosownie do art. 28 ust. 2 tejże ustawy może też określić termin ich wykonania.

Jak stanowi art. 28 ust. 3 ww. ustawy, w decyzji, o której mowa wyżej, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę lub związek przedsiębiorców, obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji przyjętych zobowiązań. Jak wykazano wcześniej, w okolicznościach przedmiotowej sprawy zostało prawdopodobnione, że przedsiębiorca Ireneusz Głowacki stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jednocześnie zobowiązał się do podjęcia działań zmierzających do zaniechania stosowania zarzucanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, poprzez zastosowanie się do wymogów art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego jak również poprzez, uzupełnienie dotychczasowej treści postanowienia zawartego w punkcie 9 wzorca umownego, pn. „Zgłoszenie Reklamacyjne Nr ...” o katalog alternatywnych uprawnień konsumenta upoważniających go do zastosowania w postępowaniu reklamacyjnym, w taki sposób, że przyjmie on następujące brzmienie: „Żądanie reklamującego: naprawa towaru, wymiana towaru, obniżenie ceny towaru, odstąpienie od umowy i zwrot gotówki”

Prezes Urzędu uznał, że podjęte zobowiązanie w sposób wystarczający zabezpiecza i chroni interesy konsumentów i nałożył obowiązek wykonania tego zobowiązania w terminie jednego miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji.

Biorąc pod uwagę wymienione okoliczności orzeczono, jak w pkt I sentencji.

Ponadto Prezes Urzędu, w oparciu o przepis art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wyznaczył termin trzech miesięcy na przekazanie informacji o wykonaniu zobowiązania, liczony od daty uprawomocnienia się decyzji.

Mając to na uwadze orzeczono, jak w pkt II sentencji.

Pouczenie: Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), w związku z art. 479²⁸ § 1 i § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie 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 - Delegatury UOKiK w Gdańsku.

Otrzymuje:

1) Ireneusz Głowacki

2) a/a

