

# **DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH**

Katowice, dn. 30.11.2006r.

RKT-61-36/06/SB

## **DECYZJA Nr RKT- 85/2006**

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 z zm.) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 z późn. zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Andrzejowi Januszowi W. prowadzącemu działalność gospodarczą jako F. H. „OSMOSIS” w Krakowie - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów**, działania w/w przedsiębiorcy polegające na:

1 naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez informowanie konsumentów w trakcie rozmowy telefonicznej poprzedzającej wizytę przedstawiciela przedsiębiorcy w domu konsumenta, a także w jej trakcie, że celem wizyty jest bezpłatne badanie jakości wody użytkowanej przez konsumentów, podczas gdy faktycznym celem wizyty, jest sprzedaż urządzenia filtrującego,

2 nałożeniu na konsumentów obowiązku uiszczenia opłat z tytułu odstąpienia od umów sprzedaży zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa pomimo, iż konsumenci odstąpili od umów w terminie 10 dni od ich zawarcia, co jest sprzeczne z art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 z zm.),

3 naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nie umieszczenie w dokumentach gwarancyjnych podstawowych danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń z gwarancji, o nazwie gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, co jest sprzeczne z art. 13 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 z zm.),

4. stosowaniu w umowach sprzedaży urządzenia filtrującego postanowienia wzorców umów, które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego: § 9 umowy sprzedaży „*Spory mogące wyniknąć na tle niniejszej umowy rozstrzygał będzie Sąd miejscowo właściwy dla Sprzedającego.*”

**i nakazuje się zaniechanie ich stosowania.**

II. Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 w związku z art. 23a ust. 1 i 2 w/w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów**, działania w/w przedsiębiorcy polegające na

1. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nie umieszczenie w dokumentach gwarancyjnych podstawowych danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń z gwarancji, tj.: o terytorialnym zasięgu ochrony

gwarancyjnej oraz informacji, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową, co jest sprzeczne z art. 13 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego,

**i stwierdza się jej zaniechanie z dniem 8.11.2005r.,**

2. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

a) nieinformowanie konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy (firmie osoby fizycznej) w dokumentach potwierdzających dokonanie sprzedaży konsumentom, w fakturach VAT i umowach sprzedaży,

b) nieinformowanie konsumentów o swoim imieniu i nazwisku (nazwie) w oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, co jest sprzeczne z art. 3 ust. 1 ustawy 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 z zm.)

**i stwierdza się jej zaniechanie z dniem 24.10.2006r.,**

III. Na podstawie art. 23 d w/w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **stwierdza się że** stosowana przez ww. przedsiębiorców praktyka, polegająca na podawaniu informacji w oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa o adresie zamieszkania (siedzibie), nie narusza obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o której mowa w art. 3 ust. 1 ustawy 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 z zm.), a tym samym **nie narusza zbiorowych interesów konsumentów**, o których mowa w art. 23a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

IV. Na podstawie art. 100e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów mając na uwadze ważny interes konsumentów nadaje się decyzji w zakresie punktu I **rygor natychmiastowej wykonalności.**

V. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się zobowiązać Andrzeja Janusza W. prowadzącego działalność gospodarczą jako F. H. „OSMOSIS”, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 95 zł (słownie złotych: dziewięćdziesiąt pięć).

### **Uzasadnienie**

W dniu 29.12.2005r. wszczęte zostało w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej organem antymonopolowym postępowanie, w związku z podejrzeniem podejmowania przez Andrzeja Janusza W. prowadzącego działalność gospodarczą jako F. H. „OSMOSIS” w Krakowie – zwanego dalej OSMOSIS bezprawnych działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, co może stanowić naruszenie art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów - zwanej dalej ustawą antymonopolową (Karta nr 2).

Przedmiotowe postępowanie zostało wszczęte w związku z ustaleniami dokonanymi w postępowaniu wyjaśniającym oraz na podstawie skarg konsumentów.

W piśmie z dnia 09.01.2006r. ustosunkowującym się do wszczęcia postępowania OSMOSIS wyjaśnił co następuje (Karty nr 45-46).

Zarzut nie udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w trakcie rozmowy telefonicznej i podczas prezentacji systemu filtracyjnego jest chybiony. Oczywiście i prawdziwe dla przedsiębiorcy jest proponowanie podczas rozmowy telefonicznej bezpłatnego badania jakości wody użytkowanej przez konsumenta. Taką samą propozycję przedstawia osoba, która bada jakość wody. System filtrujący umożliwia pozabawienie wody zanieczyszczeń takich jak: trujące i rakotwórcze związki chemiczne, metale ciężkie, bakterie i

wirusy. W sytuacji, gdy osoby biorące udział w prezentacji są zainteresowane możliwością jej oczyszczenia i uzdatniania o związki mineralne i energetyzujące, zainstalowane zostają urządzenia: wkład mineralizujący AIMRO i wkład energetyzujący AIFIR, oraz system filtrujący. Zaznaczono, że propozycję sprzedaży systemu przedstawia się wyłącznie w sytuacji zainteresowania osób biorących udział w prezentacji, zakupem i montażem urządzenia. W przeciwnym przypadku przedstawiciel poprzestaje jedynie na stwierdzeniu, że woda używana przez konsumenta nie posiada parametrów, które może zapewnić prezentowany system filtracyjny.

Przedsiębiorca nie uznał słuszności zarzutu postawionego w punkcie drugim. Przedsiębiorca stwierdził, że organ antymonopolowy zaakceptował w 2002r. treść umowy wykorzystywanej przy zawieraniu umów z konsumentami.

W sprawie zarzutu dotyczącego braku pełnych informacji w dokumencie gwarancyjnym, przedsiębiorca poinformował, że z dniem 05.11.2005r. dokument ten został uzupełniony o wymagane informacje. Na potwierdzenie przedmiotowego twierdzenia został dostarczony przykładowy wzór karty gwarancyjnej (Karta nr 47-49, 88).

Przedsiębiorca nie zgodził się z postawionym zarzutem stosowania postanowienia wpisanego do rejestru niedozwolonych postanowień umownych, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> § 2 k.p.c., gdyż w jego opinii określenie sądu miejscowo właściwego dla sprzedawcy jest dopuszczalne przez przepisy k.p.c. (art. 43 § 1 k.p.c. w zw. z art. 31 i 34 k.p.c.).

W dniu 11.10.2006r. postanowieniem nr 4 został zmieniony zakres postanowienia o wszczęciu postępowania w pkt 4 (Karta nr 164). Otrzymał on brzmienie: „naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w:

- a) fakturach VAT: o danych podatnika - sprzedawcy, co może być sprzeczne z art. 106 ust. 1 ustawy z dnia 11 marca 2004r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. Nr 54, poz. 535 z zm.),
- b) umowach sprzedaży: o firmie przedsiębiorcy, co może być sprzeczne z art. 43<sup>2</sup> § 1 ustawy z dnia z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny (Dz.U. z 1964r. Nr 16, poz. 93 z zm.),
- c) oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa: o swoim imieniu i nazwisku (nazwie) oraz adresie zamieszkania (siedzibie), co może być sprzeczne z art. 3 ust. 1 ustawy 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 z zm.)”.

### **Organ antymonopolowy ustalił, co następuje:**

W trakcie postępowania prowadzonego przeciwko OSMOSIS w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów na podstawie art. 23a ustawy antymonopolowej, organ antymonopolowy ustalił, że przedsiębiorca prowadzi działalność polegającą na sprzedaży urządzeń filtrujących wodę, (...) (Karta nr 16-verte).

Sprzedaż urządzeń filtrujących odbywa się w trakcie spotkań z konsumentami w ich domach. Terminy przedmiotowych wizyt są uzgadniane podczas wcześniejszych rozmów telefonicznych, w trakcie których przedstawiciele przedsiębiorcy oferują konsumentom przeprowadzenie nieodpłatnych badań wody (Karty nr 27, 40, 45). Na początku wizyty przedstawiciel dokonuje badania próbek wody spożywanej przez konsumentów oraz przywiezionej przez niego. Badanie to polega na porównaniu parametrów próbek wody poddanych wcześniej reakcjom chemicznym. Dopiero po przeprowadzeniu przedmiotowych zabiegów, konsumentom oferowana jest możliwość zakupu urządzenia filtrującego (Karta nr 36).

Dodatkowo, w trakcie prezentacji urządzeń, konsumentom oferowana jest możliwość finansowania zakupu kredytem konsumenckim (Karta nr 37-verte).

Podczas spotkania konsumenci zawierają umowy sprzedaży w oparciu o przedstawiony wzorzec umowy. Natomiast dokument gwarancyjny jest im wręczany dopiero po zainstalowaniu urządzenia (Karta nr 86).

Zawierane z konsumentami umowy posiadają następujące zapisy. § 5 pkt 2 stanowi, że „W przypadku odstąpienia od Umowy Sprzedaży i Umowy o kredyt w terminie 10 dni od ich

zawarcia gdy system filtrujący zostaje zamontowany na życzenie Kupującego, Kupujący wyraża zgodę do poniesienia kosztów montażu, demontażu, doboru testowania, transportu oraz użytych materiałów w terminie do 14 dni”. § 5 pkt 3 umowy podaje, że „Wyżej wymienione koszty określi Sprzedawca, nie mogą one jednak być mniejsze niż 30%, a większe niż 40% ceny detalicznej ustalonej przez strony w § 6 niniejszej umowy” (Karta nr 52).

W sytuacji, gdy konsumenci złożyli oświadczenia o odstąpieniu od umów, przedsiębiorca dodatkowo stosuje dwa niezależne wzory pism, które oni podpisują (Karta nr 22). W pierwszym wzorze oświadczenia przedstawianego konsumentom zamieszczone są postanowienia „W nawiązaniu do odstąpienia od umowy z dnia ..., system zostaje zdemontowany dnia ... godz. ... Zgodnie z § 5, p. 2,3 umowy sprzedaży, koszty ustalono na kwotę ... zł (płatne w dniu demontażu, tj. ...). Klient zgadza się na pokrycie w/w kosztów. Strony oświadczają, że nie będą miały do siebie żadnych roszczeń a wszelkie wcześniejsze zobowiązania uważa się za nieaktualne.” (Karta nr 22). Drugi wzór wykorzystywany przez OSMOSIS w przypadku odstąpienia konsumentów od umów stanowi, że „W nawiązaniu do odstąpienia od umowy z dnia ..., system zostaje zdemontowany dnia ... godz... Klient nie zgadza się na pokrycie kosztów odstąpienia wg. umowy sprzedaży § 5 pkt 2,3. Strony oświadczają, że nie będą miały do siebie żadnych roszczeń a wszelkie wcześniejsze zobowiązania uważa się za nieaktualne.” (Karta nr 22-verte).

Karty gwarancyjne mające zastosowanie do nabywanych przez konsumentów produktów określają gwaranta w następujący sposób: „F.H. „Osmosis” ...” (Karta nr 19).

W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca oświadczył, że od 05.11.2005r. zmianie uległa treść karty gwarancyjnej (Karta nr 105). W celu potwierdzenia przedmiotowych informacji, dostarczył umowę sprzedaży urządzenia typu ROS, zawartą w dniu 08.11.2005r. Urządzenie to posiadało kartę gwarancyjną zawierającą określenie terenu na którym jest ważna, tj. Rzeczpospolita Polska oraz zapis, że „Niniejsza gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza, ani nie zawiesza uprawnień wynikających z niezgodności towaru z umową” (Karty nr 52, 53, 54).

W trakcie prowadzenia przedmiotowego postępowania przedsiębiorca zadeklarował wprowadzenie z dniem 13.01.2006r. do wykorzystywania przy zawieraniu umów z konsumentami wzorca umownego, który w swej treści posiada numer NIP (Karta nr 105). W celu udokumentowania powyższego twierdzenia przedsiębiorca dostarczył faktycznie zawartą w dniu 17.01.2006r. umowę uzupełnioną o tę informację (Karta nr 110).

Przedsiębiorca w dokumentach potwierdzających zawarcie umowy, tj. umowie oraz fakturze VAT, był oznaczany odpowiednio jako „Osmosis” oraz „F.H. „OSMOSIS” (Karta nr 110, 107). Natomiast w drukach oświadczenia o odstąpieniu od umowy jako „F.H. OSMOSIS” (Karta nr 106-verte). Jednak w trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca oświadczył, że od 23.10.2006r. zmianie uległa treść faktury VAT, umowy sprzedaży oraz oświadczenia o odstąpieniu od umowy (Karta nr 165). W nowych wzorcach przedsiębiorca został określony jako Andrzej Janusz W. F.H. „OSMOSIS”. Na potwierdzenie powyższych informacji przedstawiona została pierwsza faktycznie zawarta umowa sprzedaży z dnia 24.10.2006r. wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy oraz fakturą VAT (Karty nr 177, 178).

### **W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy antymonopolowej za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Ustawa antymonopolowa w art. 23 a ust. 2 stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub

wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy na mocy art. 23c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. /Por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwaji, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/

Wobec powyższego, aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- bezprawne działanie przedsiębiorcy,
- działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów.

### **I. 1.**

W zakresie punktu I.1 sentencji decyzji oceniana praktyka OSMOSIS dotyczy naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez informowanie konsumentów w trakcie rozmowy telefonicznej poprzedzającej wizytę przedstawiciela przedsiębiorcy w domu konsumenta, a także w jej trakcie, że celem wizyty jest bezpłatne badanie jakości wody użytkowanej przez konsumentów, podczas gdy faktycznym celem wizyty, jest sprzedaż urządzenia filtrującego

Ustawa z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny – zwana dalej ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów nakłada szereg obowiązków informacyjnych na profesjonalistę oferującego konsumentom nabycie urządzeń poza jego lokalem. Wynika to z faktu, że technika zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa zagraża ekonomicznym interesom konsumentów, a także stwarza niebezpieczeństwo dla ich prywatności. Agresywność oferty uwidacznia się na skutek występowania z nią w miejscach, gdzie konsument nie liczy się z jej pojawieniem, nietypowych dla prowadzenia działalności gospodarczej: spotkania promocyjne, objazdy, publiczne prezentacje, wizyty w domu, u znajomych i miejscu pracy konsumenta, nagabywanie na ulicy. Powoduje to dezorientację konsumenta i jego nieumiejętność rzetelnej oceny warunków umowy i jej przedmiotu. Umożliwia to sprzedawcy manipulowanie procesem nabywczym konsumenta, nienastawionego na kontakt handlowy, ograniczenie ukształtowania jego woli i wyrażenia, co jest zagrożeniem dla jego świadomego uczestnictwa na rynku, a także zagrożeniem jego prywatności. Kontakt z przedsiębiorcą poza jego lokalem jest utrudniony na wypadek konieczności kontaktów post- kontraktowych.<sup>1</sup> Bardzo często konsument podejmując decyzje nabywcze poza lokalem przedsiębiorcy nie ma możliwości faktycznej oceny towaru, gdyż sprzedawca dysponuje jedynie jego zdjęciem. W sytuacji, gdy umowa jest zawierana podczas wizyty przedstawiciela w domu konsumenta, nie może on także zweryfikować ceny oferowanego urządzenia, z cenami innych dostępnych urządzeń spełniających te same funkcje użytkowe.

---

<sup>1</sup> E. Łętowska: Zarys Prawa, Prawo umów konsumenckich, CH Beck 2002, s.261

W analizowanej sprawie wizyta przedstawiciela poprzedzana jest rozmową telefoniczną, w trakcie której ustalany jest jej termin. Przedmiotem rozmowy jest możliwość przeprowadzenia w domu konsumenta nieodpłatnego badania jakości wody (Karta nr 43). Telefoniczna oferta przeprowadzenia nieodpłatnego badania wody, jest przez konsumenta odbierana jako sygnał, iż spożywana przez niego woda może stanowić zagrożenie dla jego zdrowia. Wywołane poczucie niepewności, a nawet zagrożenia jest podtrzymywane przez przedstawiciela, który rozpoczyna wizytę w domu konsumenta od przeprowadzenia doświadczenia chemicznego w wyniku, którego próbka wody zmienia zabarwienie oraz wytrąca się osad. Następnie dokonywana jest analiza, na podstawie, której woda została sklasyfikowana do grupy „ścieków” nie nadających się do spożycia (Karta nr 27). Przedmiotowe sformułowanie sugeruje, że woda nie nadaje się do spożycia. Fakt, że wyniki analizy są otrzymywane w obecności konsumentów zwiększa ich wiarygodność.

W hierarchii potrzeb Maslow-a, potrzeba bezpieczeństwa jest drugą z potrzeb umieszczoną bezpośrednio po potrzebach fizjologicznych. Kolejnymi to przynależności, uznania, szacunku i samorealizacji. Przedmiotowa teoria zakłada, że dopiero po zaspokojeniu potrzeb niższego rzędu, konsument będzie dążył do zaspokojenia kolejnych. Wywołanie u konsumenta poczucia zagrożenia, jest bodźcem do działania, które zapewni mu bezpieczeństwo. W przedmiotowym przypadku przedsiębiorca wykorzystuje różne techniki, mające wywołać odczucie potrzeb oraz motywów, które ukierunkują postępowania konsumentów.<sup>2</sup> Ponieważ rozbudzone pod wpływem wyników analiz chemicznych poczucie zagrożenia jest silnym motywem wpływającym na procesy decyzyjne konsumentów, odczuwają oni potrzebę nabycia urządzenia, które zapewni im zdrowie (Karta nr 27). Tym samym decyzje o nabyciu produktu, którego zastosowanie gwarantuje spożywanie czystej, zdrowej wody o odpowiednich parametrach, są podejmowane pod silną presją.

Przedsiębiorca potwierdził, że dopiero w sytuacji, gdy spożywana przez konsumentów woda posiada inne parametry niż woda, jaką uzyskuje się przy wykorzystaniu urządzenia filtrującego, konsumentom proponowany jest zakup tego urządzenia (Karty nr 45). Praktyka jest potwierdzona w skargach konsumenckich. Kupujący byli informowani przez sprzedawców, że jakość wody może zostać poprawiona dzięki urządzeniu, które można od nich nabyć (Karty nr 37, 40).

Jednak badanie przeprowadzone przez przedsiębiorstwo wodociągowe wykazało, że, woda, która zgodnie z analizą przedstawiciela przedsiębiorcy była „poza klasą”, była bardzo dobrej jakości (Karty nr 35-verte, 36). Dodatkowo w jednym z pism kierowanych do Rzecznika Konsumentów przedsiębiorca poinformował, że w trakcie wizyty nie są przeprowadzane badania wody, a jedynie próby organoleptyczne (Karta nr 30). Tak więc dokonywana jest tylko ocena, która może być przeprowadzona samodzielnie przez każdego konsumenta, natomiast nie jest to badanie umożliwiające ustalenie, czy woda zawiera trujące i rakotwórcze związki chemiczne, metale ciężkie, bakterie i wirusy. Badanie organoleptyczne charakteryzuje się badaniem substancji, produktów przy pomocy zmysłów, tj. wzrok, węch, smak, dotyk. Dlatego też powyżej opisane okoliczności poprzedzające prezentację urządzenia filtrującego zostały uznane przez organ antymonopolowy za działania marketingowe, mające na celu aktywizację sprzedaży, a nie dostarczające konsumentom rzetelnych informacji o jakości spożywanej przez nich wody.

„Informacja handlowa (w każdej postaci: jako oferta, zbiór informacji o neutralnym charakterze, zaproszenie do rokowań, reklama zachęcająca do zawarcia transakcji, a więc eksponująca jej korzyści i przemilczająca negatywy itd) zawsze jest emanacją swobody wypowiedzi, rozumianej jako jedno z podstawowych praw człowieka (art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka). Prawo do emitowania i otrzymywania informacji obejmuje bowiem także, bez żadnych wątpliwości, tzw. commercial speech.”<sup>3</sup> „Czego nie wolno w ramach commercial speech (informacji) ze względu na prywatność konsumenta? Przede

<sup>2</sup> L. Garbarski: Zrozumieć nabywcę, PWE, Warszawa 1994r., s. 47, 48, Ph. Kotler Marketing, Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Felberg SJA, Warszawa 1999r., s. 171

<sup>3</sup> E. Łętowska: Zarys Prawa, Europejskie prawo umów konsumenckich”, Wydawnictwo CH Beck, Warszawa 2004r., s. 147

wszystkim nie wolno narzucać mu uczestnictwa „do wystąpienia w roli biernego uczestnika rynku”. Sprzeciw w tej mierze, skierowany do przedsiębiorcy w taki sposób, aby mógł się z nim zapoznać, jest tu wystarczający. Niezbędna staje się konieczność wprowadzenia reguł przejrzystości w zakresie komunikacji komercyjnej, tak aby była ona identyfikowalna jako *commercial speech* (ze względu na ochronę prywatności). To skłania do wprowadzenia nakazu, aby emitent informacji już na samym wstępie określał jej charakter (proponując handlową), umożliwiając zarazem odbiorcy akceptację lub odrzucenie kontaktu komunikacyjnego.”<sup>4</sup> Z treści skarg wynika, że konsumenci w trakcie rozmowy telefonicznej wyrażali zgodę na bezpłatne badania wody, natomiast nie pytano ich o wyrażenie zgody na przeprowadzanie prezentacji systemu filtrującego wraz z możliwością jego nabycia (Karty nr 38, 43).

W przedmiotowym przypadku praktyka polegała na nie poinformowaniu konsumentów o celu wizyty, którym jest sprzedaż urządzenia filtrującego, aby mogli podjąć decyzję o wyrażeniu zgody na spotkania, lub też niezgodzić się na nie. Tym samym konsumenci przyjmowali we własnych domach sprzedawców nie zdając sobie sprawy, że po zakończeniu prezentacji „badania jakości wody” będzie im oferowane zawarcie umowy zakupu urządzenia filtrującego. Dlatego też organ antymonopolowy uznał, że przedsiębiorca nie zapewnia konsumentom świadomego uczestnictwa w obrocie handlowym.

Biorąc pod uwagę powyższą analizę okoliczności, w których konsumenci podejmują decyzje nabywcze, organ antymonopolowy stwierdził, że nie otrzymują oni rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji o celu wizyt przedstawicieli przedsiębiorcy.

Nie można uznać otrzymanych wyników badania wody za główny cel wizyty sprzedawcy w domach konsumentów. Podejmowane działania są jedynie czynnościami marketingowymi mającymi skłonić konsumentów do zakupu urządzeń filtrujących. Dlatego też, organ antymonopolowy uznał, że głównym celem wizyt sprzedawcy jest zaoferowanie sprzedaży urządzeń filtrujących, o czym konsumenci nie są informowani zarówno w trakcie rozmowy telefonicznej, jak i na początku wizyty. Okoliczności zawarcia umów świadczą o tym, że w trakcie rozmów telefonicznych oraz podczas wizyt, sprzedawcy udzielają nierzetelnych i nieprawdziwych informacji o przeprowadzeniu w domach konsumentów badania jakości wody. Przemilczenie w powyższych okolicznościach, że w trakcie spotkania będzie istniała możliwość zakupu urządzenia filtrującego zostało przez organ antymonopolowy uznane za naruszenie obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Praktyka polegająca na selektywnym podawaniu informacji, które mają skłonić konsumentów do wyrażenia zgody na wizyty przedstawicieli przedsiębiorcy w ich domach zostało uznane za praktykę naruszającą obowiązek podania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a której mowa w art. 23a ust. 2.

## **I 2.**

W zakresie punktu I.2 sentencji decyzji oceniana praktyka OSMOSIS dotyczy nałożenia na konsumentów obowiązku uiszczenia opłat z tytułu odstąpienia od umów sprzedaży zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa pomimo faktu, iż konsumenci odstąpili od umów w terminie 10 dni od ich zawarcia.

Zgodnie z art. 2 ust. 1, 2 i 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne). W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich 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 czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki

---

<sup>4</sup> Ibid s. 151-152

ustawowe od daty dokonania przedpłaty. Według art. 17 ww. ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e, także w razie dokonania wyboru prawa obcego.

„Uprawnienie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni ma charakter bezwarunkowy. W celu uniknięcia wątpliwości wprowadzono wyraźny zakaz odstępnego. Tego rodzaju klauzula bywała i bywa często spotykana, jako praktyka abuzywna narzucana konsumentowi (np. w umowach timesharingu realizowanych przez spółkę Holimark działającą do niedawna w Polsce takie odstępnego wynosiło 50% wpłaty). Zakaz tego rodzaju klauzuli wynika ze znowelizowanego art. 385(3) pkt 16 k.c. Przepis art. 2 ust. 2 jest więc w gruncie rzeczy superfluum, podyktowanym względami instruktażowymi, w celu walki z częstą, błędną praktyką. Nie można wnioskować a contrario o dopuszczalności innych klauzul ograniczających uprawnienie konsumenta, o podobnym celu co odstępnego, ponieważ komentowany przepis nie jest wyjątkiem, lecz egzemplifikacją, a przepisy mają charakter jednokierunkowo dyspozytywny (art. 17).<sup>5</sup>

Konsument ma prawo użytkować zakupiony towar, jednak użytkowanie nie powinno wykraczać poza zwykły zarząd. „Konsument musi się liczyć z możliwością wykonania prawa odstąpienia i to ogranicza jego możliwości czynienia zmian w zakresie przedmiotu świadczenia do czynności zwykłego zarządu. Nie ma obowiązku zapłaty za normalną eksploatację rzeczy. Nie uchybia to jednak konieczności zapłaty za np. rozmowy przeprowadzone z telefonu, który został zwrócony w wyniku wykonania prawa odstąpienia. Jest to bowiem zupełnie inna umowa”.<sup>6</sup> W przedmiotowym przypadku w pojęciu zwykłego zarządu mieści się używanie urządzenia do filtrowania wody.

Organ antymonopolowy ustalił, że faktycznie stosowana praktyka przedsiębiorcy, w zakresie żądania pokrycia kosztów z tytułu odstąpienia od umów jest zróżnicowana. Przedsiębiorca wykorzystuje dwa typy druków oświadczeń w stosunku do konsumentów, którzy dostarczyli oświadczenia o odstąpieniu od umów. Przez podpisanie tych druków konsumenci godzą się na pokrycie kosztów odstąpienia bądź nie zgadzają się na to (Karty nr 145-146, 148-149, 152, 64-65). W sytuacji, gdy konsument wpłacił 1000 zł, przy zawarciu umowy sprzedaży, i odstąpił od umowy w w/w terminie, przedsiębiorca poinformował go, że zgodnie z § 5 pkt 2, 3 umowy sprzedaży koszty zostają ustalone na kwotę 500 zł. Wpłacona przez klienta kwota 1000 zł została pomniejszona o 500 zł (Karta nr 65). W przedmiotowym przypadku konsument w treści oświadczenia o odstąpieniu od umowy żądał zwrotu kwoty 1000 zł. W innych przypadkach, gdy przy zawarciu umów konsumenci nie dokonali wpłat żadnych kwot, przedsiębiorca zażądał zapłaty kwot określonych przez niego po odstąpieniu od umów (Karty nr 64, 145-146). Natomiast w niektórych przypadkach przedsiębiorca wykorzystywał oświadczenia, w których odstępuje od żądania od konsumentów pokrycia kosztów z tytułu odstąpienia od umów (Karty nr 143, 154-155, 53). Na podstawie powyższych danych oraz analizy treści umów oraz oświadczeń w sprawie rozwiązania umów sprzedaży, organ antymonopolowy stwierdził, że brak jest zależności pomiędzy okolicznościami żądania od konsumentów zapłat z tytułu odstąpienia lub też zaniechań takiego żądania, a warunkami na jakich konsumenci zawierali umowy sprzedaży, a także, czy odstępując od umów żądali nie pobierania od nich opłat z tytułu odstąpienia od umów, lub żądali zwrotu całości dokonanych wpłat.

Treść art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, stanowi, że nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e. Natomiast w przedmiotowym przypadku przedsiębiorca w treści umowy umieścił postanowienie, które umożliwia mu żądanie od konsumentów zapłaty odstępnego. Ustawa jednoznacznie zakazuje uzależnienia możliwości odstąpienia przez konsumentów od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia za zapłatą oznaczonej sumy (odstępnego). Dlatego też

<sup>5</sup> E. Łętowska: Ochrona niektórych praw konsumentów, Komentarz 3 wydanie, C.H. Beck, Warszawa 2001r. s. 37

<sup>6</sup> Ibid s. 38



biorąc pod uwagę treść umowy, organ antymonopolowy uznał, że przedsiębiorca stosuje bezprawną praktykę polegającą na nałożeniu na konsumentów obowiązku uiszczenia opłat, z tytułu odstąpienia od umów sprzedaży zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa pomimo faktu, iż konsumenci odstąpili od umów w terminie 10 dni od ich zawarcia.

### I.3

Kolejną praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jest naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nie umieszczenie w dokumentach gwarancyjnych podstawowych danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w tym nazwy gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, co jest sprzeczne z art. 13 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego - zwanej dalej ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży.

Zgodnie z art. 13 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży, w dokumencie gwarancyjnym należy zamieścić podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w tym w szczególności nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej. Ponadto powinno być w nim zawarte stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

Jak ustalono w trakcie trwania niniejszego postępowania w listopadzie 2005r. zmianie uległa treść karty gwarancyjnej. Do jej treści dodane zostały informacje, których brak było we wcześniejszym dokumencie, o terytorialnym zasięgu ochrony gwarancyjnej oraz informacje, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową. Pomimo tego stosowany nowy dokument nadal nie spełnia wymogów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży co do danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń w zakresie nazwy gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej (Karty nr 54, 88).

Zgodnie z art. 43<sup>1</sup> k.c. przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33<sup>1</sup> § 1, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową. Art. 43<sup>2</sup> § 1 k.c. stanowi, że przedsiębiorca działa pod firmą. „Przez działanie pod firmą należy rozumieć prowadzenie działalności gospodarczej i zawodowej, a więc dokonywanie czynności nie tyle faktycznych, którym ustawodawca nie przypisuje większego znaczenia, ale przede wszystkim czynności prawnych.”<sup>7</sup> Art. 43<sup>4</sup> k.c. stanowi, że firmą osoby fizycznej jest jej imię i nazwisko. Nie wyklucza to włączenia do firmy pseudonimu lub określeń wskazujących na przedmiot działalności przedsiębiorcy, miejsce jej prowadzenia oraz innych określeń dowolnie obranych.

Właściwe zdefiniowanie przedsiębiorcy jest ważne przy dochodzeniu roszczeń z tytułu udzielonej gwarancji. Nazwa może zostać zmieniona, może być wykorzystywana przez innego przedsiębiorcę, natomiast firma, a więc imię i nazwisko przedsiębiorcy są danymi identyfikującymi konkretnego przedsiębiorcę. Odpowiedzialność z tytułu prowadzonej działalności ciąży na osobie fizycznej. Zgodnie z w/w ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży firma musi być uzupełniona o jego dane adresowe. Dlatego też niewystarczające, a także bezprawne jest posługiwanie się przez przedsiębiorcę tylko nazwą zgodnie z wpisem do ewidencji działalności gospodarczej F.H. „OSMOSIS”, bez firmy przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną, a więc jego imienia i nazwiska (Karta nr 19).

Nie otrzymanie wszystkich informacji o firmie narusza prawo konsumentów do otrzymania pełnych, rzetelnych i prawdziwych informacji, uprawniających do dochodzenia roszczeń. Tym samym naruszone są ekonomiczne interesy konsumentów.

### I.4

Kolejną zarzucaną praktyką określoną w punkcie I.4 sentencji decyzji naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jest stosowanie postanowienia wzorca umownego, które

<sup>7</sup> komentarz Stanisława Dmowskiego do art. 43<sup>2</sup> k.c., Lex Polonica Maxima

zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> § 2 Kodeksu postępowania cywilnego. Wzorce umowne wykorzystywane przy zawieraniu umów z konsumentami mogą być poddane kontroli abstrakcyjnej. Kontroli abstrakcyjnej wzorca jako takiego (art. 479<sup>36</sup> – 479<sup>45</sup> K.p.c.) dokonuje się niezależnie od tego, czy wzorzec był, czy też nie był zastosowany w konkretnej umowie. Kontrola taka obejmuje klauzule pojedyncze lub zbiorowe (cały wzorzec lub jego fragment). Oceny postanowień w wypadku kontroli abstrakcyjnej dokonuje Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wyłącznie do kompetencji tego Sądu należy uznanie postanowień wzorców umownych za niedozwolone. Art. 479<sup>43</sup> K.p.c. rozszerza prawomocność wyroku wydanego w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone na osoby trzecie. Skutek tzw. prawomocności rozszerzonej następuje od chwili wpisania wzorca umowy do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> § 2 k.p.c. Konsekwencją umieszczenia postanowienia umownego w w/w rejestrze, jest to, że posłużenie się nim będzie miało skutek wprowadzenia do umowy elementu bezwzględnie przez prawo zakazanego. Wpis do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oznacza, że od tego momentu stosowanie takiej klauzuli jest zakazane we wszystkich wzorcach umownych.

Zarzucaną praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jest stosowanie w umowach sprzedaży urządzenia filtrującego postanowienia wzorców umów, które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego: § 9 umowy sprzedaży „*Spory mogące wyniknąć na tle niniejszej umowy rozstrzygał będzie Sąd miejscowo właściwy dla Sprzedającego.*” (Karta nr 106).

Postanowienia o zbliżonej treści zostały uznane za niedozwolone przez Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a następnie wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

*„Strony niniejszej umowy zobowiązują się do dołożenia wszelkich starań w celu polubownego rozstrzygnięcia ewentualnych sporów. Sądem właściwym do rozstrzygania będzie sąd miejsca siedziby EFB.”*

Postanowienie powyższe zostało uznane za niedozwolone wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 czerwca 2003r. sygn. akt XVII Amc 60/02, a do rejestru niedozwolonych postanowień umownych wpisane w dniu 14 sierpnia 2003r. pod numerem 77, w sprawie z powództwa Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bartoszycach przeciwko Europejskiemu Funduszowi Budowlanemu Sp. z o.o. we Wrocławiu.

*„Strony wykorzystają wszelkie możliwości do polubownego rozwiązania ewentualnych spraw wynikających z niniejszej umowy. Sprawy wymagające rozstrzygnięcia sądowego będą prowadzone przed Sądem Rejonowym w Tychach lub przed Sądem Okręgowym w Katowicach.”*

Postanowienie przytoczone powyżej zostało uznane za niedozwolone wyrokiem z dnia 27 czerwca 2003r. sygn. akt XVII Amc 50/01 przez Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a następnie wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych w dniu 14 sierpnia 2003r. pod numerem 76, w sprawie z powództwa Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeciwko Międzynarodowej Korporacji Gospodarczej „InCo” Sp. z o.o. w Tychach.

*„Wszystkie spory wynikłe z umowy-zgłoszenia zawartej z Uczestnikiem podlegają rozpatrzeniu przez sąd właściwy dla organizatora”*

Postanowienie powyższe zostało uznane za niedozwolone wyrokiem z dnia 2 lutego 2005 r. sygn. akt XVII Amc 104/04 przez Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a następnie wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych w dniu 5 maja 2005r. pod numerem 418, w sprawie z powództwa Prezesa Urzędu Ochrony

Konkurencji i Konsumentów przeciwko Robertowi Ochwat – Biuro Podróży „Olimp” – Centrum Promocji i Last Minute w Krakowie.

*„Wszystkie spory wynikające z umowy ubezpieczenia będą rozstrzygane przez Sąd Powszechny właściwy ze względu na siedzibę Towarzystwa”*

Postanowienie przytoczone powyżej zostało uznane za niedozwolone wyrokiem z dnia 24 listopada 2004 r. sygn. akt XVII Amc 8/04 przez Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a następnie wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych w dniu 11 lipca 2005 pod numerem 488, w sprawie z powództwa Renaty Szymborskiej przeciwko SAMPO Towarzystwu Ubezpieczeń na Życie SA w Warszawie.

Pomimo faktu, iż porównywane postanowienia nie brzmią literalnie tak samo, jednak w taki sam sposób określają właściwość sądu, który jest według umowy właściwy do rozstrzygnięcia sporów. Postanowienia: kwestionowane oraz wpisane do rejestru ograniczają możliwość rozstrzygnięcia sporów do sądu właściwego ze względu na siedzibę sprzedającego, świadczącego usługę. Takie narzucenie Sądu, który ma rozstrzygnąć o sporze jest sprzeczne z Kodeksem cywilnym. Treść zapisu wykorzystywanego przez OSMOSIS mieści się w całości w hipotezach klauzul wpisanych do rejestru.

Biorąc pod uwagę powyższą wykładnię, można przyjąć, iż zacytowane postanowienia w swej treści są tożsame i wyczerpują treść niedozwolonego postanowienia umownego zdefiniowanego w art. 385<sup>3</sup> pkt 23 k.c., za które uważa się postanowienie narzucające rozpoznanie sprawy przez sąd, który wedle ustawy nie jest miejscowo właściwy. Zapisy te wyłączają rozpoznanie sprawy przez sąd właściwy według właściwości przemiennej, w świetle art. 33, 34, 35 i 36 k.p.c.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów dokonując oceny postanowienia umownego ocenia określony zapis, i w momencie jego wpisania do rejestru klauzula przestaje być postanowieniem konkretnego wzorca umownego, a staje się samodzielnie funkcjonującą zasadą, która została zakwestionowana. Ze względu na rozszerzoną skuteczność klauzul (art. 479<sup>43</sup> K.p.c.), spełnia ona funkcję podobną do przepisów prawa. Tak więc, dokonując oceny treści postanowień umownych wykorzystywanych przez przedsiębiorców we wzorcach umownych należy wykorzystywać reguły interpretacji wykształcone w nauce prawa i praktyce orzeczniczej (wykładnia językowa, systemowa, funkcjonalna i inna). 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.

Zgodnie z art. 365 § 1 k.p.c. orzeczenie prawomocne wiąże nie tylko strony i sąd, który je wydał, lecz również inne sądy i organy państwowe, a w wypadkach w ustawie przewidzianych także inne osoby. Sąd orzekając co do postanowienia, iż jest to niedozwolone postanowienie umowne stwierdza, iż kształtuje ono prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, równocześnie rażąco naruszając jego interesy. Zgodnie z art. 385<sup>1</sup> § 1 k.c. przez niedozwolone postanowienie umowne uważa się, postanowienie umowy zawieranej z konsumentem nie uzgodnione indywidualnie, które kształtuje jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Biorąc pod uwagę powyższą wykładnię, można stwierdzić, iż praktyki polegające na zamieszczaniu w zawieranych umowach, postanowień, które zostały wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych jest bezprawne i narusza zbiorowe interesy konsumentów. Powyższe zostało potwierdzone w uchwale Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006r. sygn. akt III SZP 3/06.

Oferta przedsiębiorcy zakupu urządzeń filtrujących jest skierowana do nieograniczonej grupy odbiorców. Jest ona kierowana w systemie sprzedaży poza lokalem przedsiębiorcy. Konsumentom, którym proponowany jest zakup stanowią nieograniczoną grupę osób. Terminy spotkań w trakcie których prowadzona jest sprzedaż urządzeń filtrujących

wodę są uzgadniane z konsumentami w trakcie rozmów telefonicznych zainicjowanych przez przedsiębiorcę. Z możliwości zakupu urządzenia, może skorzystać każda osoba, która bierze udział w spotkaniu. Przedmiotowe praktyki dotyczą okoliczności zawarcia umów sprzedaży, a także warunków ich realizacji. Tak więc dotyczą one osób, które już zawarły umowy, i chcą korzystać ze swoich praw, jak i tych, które są potencjalnymi klientami. Dlatego też zakwestionowane praktyki naruszają interesy konsumentów, którzy zakupili produkt, a także przyszłych potencjalnych klientów.

Biorąc pod uwagę przesłanki podane w uzasadnieniach stosowania poszczególnych praktyk, organ antymonopolowy stwierdził, że praktyki o których mowa w pkt I sentencji decyzji są bezprawne, oraz naruszają interesy konsumentów.

W związku z faktem, że zaistniały łącznie obie przesłanki, tj. bezprawność działań oraz naruszenie interesów nieograniczonej grupy konsumentów, organ antymonopolowy uznał oceniane praktyki za naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec powyższego orzeka się jak w pkt I sentencji decyzji.

## **II.**

Zgodnie z art. 23e ust. 1, 2 i 3 ustawy antymonopolowej nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23a. W takim przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania, natomiast ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, spoczywa na przedsiębiorcy.

### **II.1**

Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że przedsiębiorca mógł stosować praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 1, tj. polegającą na nie zamieszczeniu w warunkach gwarancji podstawowych danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń z gwarancji, tj. danych o terytorialnym zasięgu ochrony gwarancyjnej oraz informacji, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową, co jest sprzeczne z art. 13 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.

W przedmiotowym przypadku konsument, po zamontowaniu urządzenia filtrującego otrzymuje warunki gwarancji. Dokument ten określa typ użytkowanego urządzenia oraz prawa i obowiązki konsumenta określone przez gwaranta. Zgodnie z art. 13 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży udzielenie kupującemu gwarancji następuje bez odrębnej opłaty przez oświadczenie gwaranta, zamieszczone w dokumencie gwarancyjnym lub reklamie, odnoszące się do towaru konsumpcyjnego (...).

Oceniane warunki gwarancji określają obowiązki gwaranta w zakresie naprawy uszkodzonych elementów, ale także obowiązki konsumenta w zakresie terminów ich zgłaszania. Dodatkowo gwarant deklaruje parametry wody oczyszczonej sprzedawanym urządzeniem (Karty nr 13, 14).

Oprócz ww. informacji, gwarancja zgodnie z przepisami prawa musi zawierać ściśle określone informacje. Analiza treści stosowanych kart wykazała, że naruszony został wymóg art. 13 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży, z którego wynika obowiązek podawania w warunkach gwarancji podstawowych danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w tym w szczególności, terytorialnego zasięgu ochrony gwarancyjnej. Ponadto brak było w nich stwierdzenia, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

Informacja określająca terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej ma zapewnić konsumentom wiedzę, na jakim obszarze produkt może być zainstalowany, aby zapewniona była ochrona gwarancyjna określona w warunkach gwarancji.

Brak zapisu, że konsument może dochodzić roszczeń nie tylko na podstawie gwarancji, ale również innych przepisów wynikających z niezgodności towaru z umową, może wywołać u konsumenta przeświadczenie, że jedyne prawa jakie mu przysługują wynikają z oświadczenia gwarancyjnego. Jednak nie jest to pełna informacja, gdyż prawa konsumenta w sytuacji, gdy towar okaże się niezgodny z umową określa ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży. Stanowi ona o roszczeniach z jakimi może wystąpić konsument, np. o możliwości odstąpienia od umowy.

Nie otrzymanie wszystkich informacji o przysługujących konsumentom prawach, oraz o terenie, na którym zapewniona jest ochrona warunków gwarancyjnych, jest bezprawne oraz narusza prawo konsumentów do otrzymania pełnych, rzetelnych i prawdziwych informacji, uprawniających do dochodzenia roszczeń.

Przedmiotowa praktyka dotykała interesy tej samej nieograniczonej grupy konsumentów, którą zdefiniowano w uzasadnieniu pkt I sentencji decyzji. Tym samym organ antymonopolowy uznał, że zaistnienie łącznie obu koniecznych przesłanek tj. bezprawności działania oraz naruszenie interesów nieograniczonej grupy konsumentów, dało podstawy do stwierdzenia, że przedsiębiorca naruszał zbiorowe interesy konsumentów w przedmiotowym zakresie.

W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca oświadczył, że od 05.11.2005r. zmianie uległa treść karty gwarancyjnej (Karta nr 86). W celu potwierdzenia przedmiotowych informacji, przedsiębiorca dostarczył umowę sprzedaży urządzenia typu ROS, zawartą w dniu 08.11.2005r. Konsument zakupił urządzenie które posiadało kartę gwarancyjną zawierającą określenie terenu na którym jest ważna, tj. Rzeczpospolita Polska oraz zapis, że „Niniejsza gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza, ani nie zawiesza uprawnień wynikających z niezgodności towaru z umową” (Karty nr 52, 53, 54).

Zamieszczenie w Warunkach gwarancji informacji o terytorialnym zasięgu ochrony gwarancyjnej oraz informacji, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową, spowodowało, że treść dokumentu zawiera informacje wymagane przez ustawę o szczególnych warunkach sprzedaży w powyższym zakresie.

Z uwagi na fakt, iż przedstawiona została faktycznie zawarta umowa sprzedaży urządzenia typu ROS, do którego dołączane są warunki gwarancji określające powyższe informacje, organ antymonopolowy stwierdził, iż przedsiębiorca podjął działania, które pozwoliły uznać zaniechanie stosowania ocenianej praktyki. Biorąc pod uwagę powyższe, organ antymonopolowy stwierdził, iż istnieją przesłanki wystarczające do uznania, iż OSMOSIS w powyżej opisanym zakresie zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23a ustawy antymonopolowej, poprzez uzupełnienie stosowanych warunków gwarancji o wymagane informacje. W związku z powyższym za uzasadnione stało się uznanie na podstawie art. 23e ust. 2 ustawy antymonopolowej, praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzenie zaniechania jej stosowania z dniem 08.11.2005r.

## **II.2**

Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że przedsiębiorca mógł stosować praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 1, tj. polegającą na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

a) nieinformowanie konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy (firmie osoby fizycznej) w dokumentach potwierdzających dokonanie sprzedaży konsumentom, w fakturach VAT i umowach sprzedaży,

b) nieinformowanie konsumentów o swoim imieniu i nazwisku (nazwie) w oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, co jest sprzeczne z art. 3 ust. 1 ustawy 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 z zm.).

W przedmiotowym postępowaniu ocenie poddane zostały treści umów sprzedaży zawieranych z konsumentami, a także inne dokumenty związane z tymi transakcjami, tj. wzorzec umowy, druk oświadczenia o odstąpieniu od umowy, faktury VAT. W dokumentach tych przedsiębiorca został określony jako „OSMOSIS” (Karty nr 106-109, 110).

## II.2a

Praktyka określona w pkt II.2.a dotyczy naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy (firmie osoby fizycznej) w dokumentach potwierdzających dokonanie sprzedaży konsumentom, w umowach sprzedaży i fakturach VAT.

W trakcie spotkania konsumentów, którzy decydują się na zakup urządzenia filtrującego zawierają umowy sprzedaży. Zawierają one dane dotyczące warunków sprzedaży, tym samym mają one służyć konsumentom do udokumentowania prawa do dochodzenia roszczeń od przedsiębiorcy, gdy nie wywiąże się on z zobowiązań z nich wynikających. Jednak, aby mogły być tak wykorzystane, przedsiębiorca musi w nich być właściwie oznaczony. Właściwy sposób oznaczenia przedsiębiorcy wynika z art. 43<sup>2</sup> § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964r. Nr 16, poz. 93 z zm.), który stanowi, że przedsiębiorca działa pod firmą. „Przez działanie pod firmą należy rozumieć prowadzenie działalności gospodarczej i zawodowej, a więc dokonywanie czynności nie tyle faktycznych, którym ustawodawca nie przypisuje większego znaczenia, ale przede wszystkim czynności prawnych.”<sup>8</sup> Zgodnie z art. 43<sup>1</sup> k.c. przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33<sup>1</sup> § 1, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową. Art. 43<sup>4</sup> k.c. stanowi, że firmą osoby fizycznej jest jej imię i nazwisko. Biorąc pod uwagę powyższe przepisy prawa, przedsiębiorca dokonując czynności prawnej, którą jest w przedmiotowym przypadku zawarcie umowy, jest zobowiązany do podania w niej swoich danych, tj. imienia i nazwiska. Dopiero podanie w umowie firmy można uznać za działanie zgodne z wymogami kodeksu cywilnego w przedmiotowym zakresie.

Jak stwierdzono powyżej, przedsiębiorca dokonujący czynności prawnych zobowiązany jest do posługiwania się pełną firmą. Natomiast umowy zawierają określenie „Umowa sprzedaży zawarta w ... pomiędzy: Firmą „Osmosis” (Karta nr 18).

Również pieczęć, którą są opatrywane umowy będące w posiadaniu konsumentów nie zawiera danych identyfikujących przedsiębiorcę. Zawierają one informacje „Osmosis System Filter” (Karty nr 28, 52, 110).

Dodatkowym dokumentem potwierdzającym dokonanie sprzedaży, jest faktura VAT. Jest to dokument, który może posłużyć konsumentowi do udokumentowania ceny zakupionego towaru, w sytuacji, gdy np. na podstawie art. 8 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży będzie domagać się obniżenia ceny lub będzie chciał odstąpić od umowy. Treści, które musi zawierać przedmiotowy dokument zostały szczegółowo określone w ustawie z dnia 11 marca 2004r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. Nr 54, poz. 535 z zm.). Zgodnie z art. 106 ust. 1 ww. ustawy o podatku od towarów i usług, podatnicy, o których mowa w art. 15, są obowiązani wystawić fakturę stwierdzającą w szczególności dokonanie sprzedaży, datę dokonania sprzedaży, cenę jednostkową bez podatku, podstawę opodatkowania, stawkę i kwotę podatku, kwotę należności oraz dane dotyczące podatnika i nabywcy, z zastrzeżeniem ust. 2, 4 i 5 oraz art. 119 ust. 10 i art. 120 ust. 16. Art. 15 ust. 1 tejże ustawy stanowi, że podatnikami są osoby prawne, jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej oraz osoby fizyczne, wykonujące samodzielnie działalność gospodarczą, o której mowa w ust. 2, bez względu na cel lub rezultat takiej działalności.

---

<sup>8</sup> komentarz Stanisława Dmowskiego do art. 43<sup>2</sup> k.c., Lex Polonica Maxima

Biorąc pod uwagę powyższe przepisy w przedmiotowym przypadku podatnikiem – sprzedawcą jest osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą. Zgodnie z regulacjami kodeksu cywilnego, o których mowa powyżej osoba fizyczna dokonująca czynności prawnych jest zobowiązana do posługiwania się firmą, przez, którą należy rozumieć: imię i nazwisko przedsiębiorcy.

Z uwagi na fakt, że oceniane dokumenty mają służyć udokumentowaniu prawa konsumenta do dochodzenia roszczeń, a także strony przeciwko, której mają one być skierowane, niezbędne jest, aby była w nich zawarta informacja identyfikująca przedsiębiorę w sposób zgodny z wymogami przepisów prawa.

Użycie w umowie oraz na fakturze określenia wyłącznie „Osmosis” wpisanego do ewidencji działalności gospodarczej nie wyczerpuje danych objętych przez firmę zgodnie z k.c. oraz ustawy o podatku od towarów i usług. Dopiero imię i nazwisko przedsiębiorcy są danymi identyfikującymi konkretnego przedsiębiorcę. Wynika to również z faktu, że odpowiedzialność z tytułu prowadzonej działalności ciąży na przedsiębiorcy, który jest w tym przypadku osobą fizyczną. Dlatego też niewystarczający, a także bezprawny jest przyjęty w ocenianej praktyce sposób jego określenia (Karty nr 28, 52, 107, 110).

Dlatego też przedmiotowa praktyka niepodawania konsumentom pełnych informacji określających przedsiębiorcę, który dokonał sprzedaży urządzenia narusza interesy konsumentów. Określenie przedsiębiorcy w sposób inny, niż nakazują to przepisy prawa, należy uznać za bezprawne.

## **II.2.b**

Naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa: o swoim imieniu i nazwisku (nazwie), narusza art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz zostało uznane za naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, kto zawiera z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie, o którym mowa w art. 2 ust. 1, i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby).

Konsumenci otrzymują przy zawarciu umowy treść druku oświadczenia o odstąpieniu od umów sprzedaży. Określa on przedsiębiorcę w następujący sposób „F.H. OSMOSIS (...)” (Karta nr 106-verte).

W przedmiotowym przypadku ustawa w sposób jednoznaczny nakazuje umieszczenie w druku odstąpienia od umowy danych przedsiębiorcy, tj. imienia i nazwiska, gdy jest to osoba fizyczna. Natomiast nie jest wystarczające podanie w takim przypadku wyłącznie nazwy „FH. OSMOSIS”. Konieczność podania tych informacji jest niezależna od danych, jakie są umieszczane w zawieranych umowach, czy też w innych dokumentach związanych z nimi. Tak więc nawet w sytuacji właściwego, zgodnego z przepisem prawa określenia przedsiębiorcy w umowie, dane te muszą być powtórzone w oświadczeniu o odstąpieniu od umowy.

Ponieważ umowy w przedmiotowym przypadku są zawierane w domach konsumentów, mają oni utrudnioną możliwość identyfikacji przedsiębiorcy, co wpływa na deficyt informacji po ich stronie. Ustawa nakazuje przedsiębiorcy przygotowanie druku w taki sposób, aby bez podejmowania jakichkolwiek czynności w zakresie ustalenia danych przedsiębiorcy, mógł on zostać wysłany do właściwie określonego przedsiębiorcy. Brak właściwego oznaczenia przedsiębiorcy może utrudnić konsumentom skorzystania z praw do odstąpienia od umów w terminie 10 dni. Biorąc pod uwagę wymagania ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a także powyższe wyjaśnienia, przedmiotową praktykę należało ocenić jako bezprawną oraz naruszającą interesy konsumentów.

Powyżej opisane obowiązki informacyjne dotyczące poszczególnych dokumentów wynikają wprost z przepisów prawa. Jakikolwiek niezgodności w oznaczaniu przedsiębiorcy z wymogami szczegółowo określonymi w ustawach, są bezprawne. Jak opisano powyżej braki informacji w dokumentach o danych personalnych przedsiębiorcy mogą utrudniać konsumentom korzystanie z ich praw przewidzianych przez przepisy, gdyż faktycznie nie będą oni mogli właściwie określić przedsiębiorcy, z którym zawarli umowy i od, którego dochodzą roszczeń. Z uwagi na powyższe praktyka nie zamieszczenia w dokumentach informacji o danych personalnych przedsiębiorcy, została uznana za naruszającą obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Przedmiotowa praktyka dotyczyła interesów tej samej nieograniczonej grupy konsumentów, którą zdefiniowano w uzasadnieniu pkt I sentencji decyzji. Tym samym organ antymonopolowy uznał, że ponieważ zaistniały łącznie obie niezbędne przesłanki, tj. bezprawność oraz naruszenie interesów nieograniczonej grupy konsumentów, przedsiębiorca naruszył zbiorowe interesy konsumentów w powyższym zakresie.

W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca oświadczył, że od 23.10.2006r. zmianie uległa treść faktury VAT, umowy sprzedaży oraz oświadczenia o odstąpieniu od umowy (Karta nr 165). W celu potwierdzenia przedmiotowych informacji, przedsiębiorca dostarczył nowe wzorce powyższych dokumentów. W dokumentach tych przedsiębiorca został określony jako Andrzej Janusz W. F.H. „OSMOSIS”. Tym samym należało stwierdzić, że w przedmiotowych dokumentach przedsiębiorca jest określany właściwie zgodnie z wpisem do ewidencji działalności gospodarczej.

Zamieszczenie w fakturze VAT, umowie sprzedaży oraz oświadczeniu o odstąpieniu od umowy danych identyfikujących sprzedawcę, spowodowało, że treść dokumentu zawiera informacje wymagane przez poszczególne przepisy prawa w powyższych zakresach.

Z uwagi na fakt, iż przedstawiona została faktycznie zawarta umowa sprzedaży z dnia 24.10.2006r. wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy oraz fakturą VAT, organ antymonopolowy stwierdził, iż przedsiębiorca podjął działania, które pozwoliły uznać zaniechanie stosowania ocenianej praktyki (Karty nr 177, 178). Biorąc pod uwagę powyższe, organ antymonopolowy stwierdził, iż istnieją przesłanki wystarczające do uznania, iż OSMOSIS w powyżej opisanym zakresie zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23a ustawy antymonopolowej, poprzez uzupełnienie stosowanych wzorców o wymagane informacje. W związku z powyższym za uzasadnione stało się uznanie na podstawie art. 23e ust. 2 ustawy antymonopolowej, praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzenie zaniechania jej stosowania z dniem 24.10.2006r.

Wobec powyższego orzeka się jak w pkt II sentencji.

### III.

Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że przedsiębiorca mógł stosować praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej, tj. polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa o adresie zamieszkania (siedzibie), co mogło być sprzeczne z art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

Jednak zgodnie z art. 23d ustawy antymonopolowej, jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23a, Prezes Urzędu wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

W celu uznania, że określone zachowanie jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- bezprawne działanie przedsiębiorcy,
- działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, kto zawiera z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie, o którym



mowa w art. 2 ust. 1, i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby).

W przedmiotowym przypadku konsumenci otrzymują przy zawarciu umowy druk oświadczenia o odstąpieniu od umowy sprzedaży. Określa on przedsiębiorcę w następujący sposób „F.H. OSMOSIS (...)” (Karty nr 89-verte, 135-verte). Ustawa w sposób jednoznaczny nakazuje umieszczenie w druku odstąpienia od umowy danych dotyczących przedsiębiorcy, tj. adresu zamieszkania (siedziby).

Jak wynika ze zgromadzonych dokumentów wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, decyzji NIP, zaświadczenia o numerze REGON przedsiębiorca prowadzi działalność w Krakowie (karty nr 16-verte, 17).

Podanie szczegółowych informacji określających adres do doręczenia, umożliwia skuteczne skierowanie przedmiotowego oświadczenia na właściwy adres przedsiębiorcy. Jest to dodatkowo istotne, gdyż umowy nie są zawierane w lokalu, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność, ale w domach konsumentów, co dodatkowo utrudnia identyfikację adresu przedsiębiorcy.

Biorąc pod uwagę fakt, że przedsiębiorca wykazał, że w drukach oświadczeń o odstąpieniu od umów zamieszczone są dane adresowe przedsiębiorcy, co potwierdza kontrola przeprowadzona przez WIIH (Karta 135-verte), nie można postawić zarzutu naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w oświadczeniach o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa o adresie zamieszkania (siedzibie), o czym stanowi art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. Ze względu na udokumentowanie zawarcia niezbędnych informacji w druku oświadczenia o odstąpieniu od umowy z konsumentem, stosowana praktyka nie może zostać uznana za bezprawną.

W świetle powyższych ustaleń oraz zgromadzonego materiału w opinii organu antymonopolowego, opisane działanie przedsiębiorcy nie nosi znamion bezprawności, w podanym powyżej zakresie i w tym przedmiocie nie posiada cech praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z art. 23a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Wobec powyższego orzeka się jak w pkt III sentencji decyzji.

#### IV.

Art. 100e) ustawy antymonopolowej, umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. Przepisy prawa ze swego założenia mają za zadanie regulować stosunki uczestników obrotu handlowego, ale również mają zabezpieczać interesy słabszych jego uczestników przed bezprawnymi, nieuczciwymi praktykami. W przedmiotowym przypadku mamy do czynienia z relacją profesjonalisty – przedsiębiorcy z konsumentem. Zgodnie z założeniami ustawy antymonopolowej, przedsiębiorca ma zapewnić dostarczenie konsumentom rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji o warunkach transakcji, a także nieograniczać praw konsumentów wynikających z przepisów prawa.

Ponieważ zakwestionowane praktyki dotyczą podawania konsumentom niepełnych, nierzetelnych i nieprawdziwych informacji doprowadzając do zawarcia umów, nakładania na konsumentów obowiązków zapłaty kar finansowych, których pobieranie jest sprzeczne z przepisami prawa, utrudniania konsumentom dochodzenia roszczeń oraz nie dostarczania podstawowych danych potrzebnych do dochodzenia roszczeń z gwarancji, a także wykorzystywania w treści umowy postanowienia, które zostało uznane za niedozwolone i wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych, naruszone zostały ekonomiczne interesy konsumentów, konieczne jest nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności w punkcie I decyzji.

Stąd należało orzec jak w punkcie IV sentencji decyzji.

## V.

Na podstawie art. 72 ustawy antymonopolowej, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 75 ustawy antymonopolowej, organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

Postępowanie przeciwko OSMOSIS w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zostało wszczęte z urzędu. Na podstawie ustaleń dokonanych w trakcie postępowania organ antymonopolowy w punkcie I decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy antymonopolowej. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki w wysokości 95 zł związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Andrzeja Janusza W. prowadzącego działalność gospodarczą jako F. H. „OSMOSIS” kosztami postępowania w wysokości 95 zł (słownie złotych: dziewięćdziesiąt pięć).

Wobec powyższego orzeka się jak w punkcie V sentencji decyzji.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 10101010 00 7878 22 31 000000 w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Na postanowienie zawarte w punkcie V niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479<sup>28</sup> § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji 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 - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

Dyrektor Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach  
Alicja Kral