



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA w ŁODZI**

ul. Piotrkowska 120  
90-006 Łódź  
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12  
e'mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO-61-11/10/TD

Łódź, dnia 7 października 2010 r.

**DECYZJA Nr RŁO 26/2010**

- I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331, ze zm.), oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 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), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Sebastianowi Pawłowskiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą NOWUM Sebastian Pawłowski w Olsztynie,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**po uprawdopodobnieniu** stosowania przez tego przedsiębiorcę **praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów** o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnienie w proponowanych cenach usług wartości podatku od towarów i usług, co stanowi naruszenie art. 3 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 oraz art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), na skutek umieszczenia w treści wzorca umowy pn. „Umowa” postanowień określających wysokość wynagrodzenia poprzez podanie wyłącznie wartości netto należnej kwoty, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i przyjęciu zobowiązania** ww. przedsiębiorcy do zaniechania zarzuczanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez usunięcie wskazanych uchybień w treści kwestionowanych postanowień umownych, nakłada się na przedsiębiorcę Sebastiana Pawłowskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą NOWUM Sebastian Pawłowski w Olsztynie obowiązek wykonania tego zobowiązania w terminie dwóch miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji poprzez:

- a) wprowadzenie zmian we wzorcu pn. „Umowa” zgodnie z przyjętym zobowiązaniem i projektem zmian przedstawionym w piśmie z dnia 27 lipca 2010 r. (data wpływu do

Urzędu: 3 sierpnia 2010 r.) w zakresie objętym zarzutem określonym w niniejszej decyzji, oraz

- b) wprowadzenie zmian w treści zawartych i istniejących w obrocie prawnym umów zakresie objętym zarzutem określonym w niniejszej decyzji.

**II.** Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 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 Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

**nakłada się** na przedsiębiorcę Sebastiana Pawłowskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą NOWUM Sebastian Pawłowski w Olsztynie, obowiązek złożenia sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania oraz doręczenia dowodów na okoliczność poinformowania konsumentów będących stronami umów zawartych z ww. przedsiębiorcą według wzorca pn. „Umowa” o wynikających z przyjętego zobowiązania zmianach w obowiązujących umowach oraz na okoliczność podpisywania nowych ewentualnych umów zgodnie z nowym wzorcem umowy, w terminie 65 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

### **Uzasadnienie**

W dniu 24 lutego 2010 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej: „Prezesem Urzędu”), w związku ze zgłoszonym zawiadomieniem zawierającym 17 wzorców umów, wszczął postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia czy przedsiębiorcy prowadzący działalność na lokalnych rynkach usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych w zakresie stosowanych wzorców umów nie naruszają chronionych prawem interesów konsumentów w sposób uzasadniający podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach lub wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku ww. postępowania, na podstawie zgromadzonych informacji i dokumentów Prezes Urzędu ustalił, iż przedsiębiorca Sebastian Pawłowski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą NOWUM Sebastian Pawłowski w Olsztynie (zwany dalej: „Przedsiębiorcą”) stosuje:

- w § 2 ust. 5 wzorca umowy pn. „Umowa” zawieranej w obrocie gospodarczym z konsumentami postanowienie o treści: *„Z tytułu wykonania niniejszej umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości ...% netto od wartości uzyskanych dla Zleceniodawcy świadczeń”*,

oraz

- w ust. 6 tego wzorca postanowienie o treści: *„W przypadku, gdy przedmiotem świadczenia będzie wyłącznie renta, Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości trzykrotności przyznanego świadczenia okresowego powiększonego o podatek od towarów i usług (VAT) [...]”*,

tj. postanowienia określające wysokość wynagrodzenia poprzez podanie wyłącznie jego wartości netto.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 19 maja 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 11/04) stwierdził, iż „informacja o cenie towaru w wysokości (wartości) nieuwzględniającej podatku jest informacją nierzetelną, nieprawdziwą i niepełną, bo to na przedsiębiorcy leży obowiązek oznaczania cen towaru zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa zaś konsument ma prawo znać cenę towaru, a nie obliczać ją sam, bez względu na to, czy przy cenie umieszczono ogólnikową informację – cena netto, cena + VAT itp.” Obowiązek rzetelnego informowania konsumentów obejmuje wszystkie etapy sprzedaży, począwszy od przekazów reklamowych (ofertowych), których celem jest zainteresowanie potencjalnych nabywców ofertą handlową przedsiębiorcy, aż do momentu zawarcia umowy, której przedmiotem będzie nabycie towaru lub usługi.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż były podstawy do postawienia Przedsiębiorcy zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w związku ze stosowaniem we wzorcu umowy zawieranej z konsumentami bezprawnych postanowień i wszczął w dniu 15 czerwca 2010 r. z urzędu Postanowieniem Nr 1/61-11/10 (dowód: karta Nr 1) postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę Sebastiana Pawłowskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą NOWUM Sebastian Pawłowski w Olsztynie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnienie w proponowanych cenach usług wartości podatku od towarów i usług, co stanowi naruszenie art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), na skutek umieszczenia w treści wzorca umowy pn. „Umowa” postanowień określających wysokość wynagrodzenia poprzez podanie wyłącznie wartości netto należnej kwoty, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm. – zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”).

Przedsiębiorca ustosunkował się do przedstawionego zarzutu w ten sposób, iż w piśmie z dnia 27 lipca 2010 r. uznał stawiany zarzut za uzasadniony i zobowiązał się, iż w umowach zawieranych z konsumentami będzie stosował zapisy według następującej treści:

– „Z tytułu wykonania niniejszej umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości ....% (słownie: .....%) od wartości uzyskanych dla Zleceniodawcy świadczeń”

oraz

– „W przypadku, gdy przedmiotem świadczenia będzie wyłącznie renta, Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości trzykrotności przyznanego świadczenia okresowego, przy czym wynagrodzenie płatne będzie miesięcznie w wysokości 25% kwoty wypłacanej Zleceniodawcy tytułem renty aż do całkowitej zapłaty na rzecz zleceniobiorcy kwoty stanowiącej równowartość trzykrotności przyznanego świadczenia okresowego”.

### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

Sebastian Pawłowski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą NOWUM Sebastian Pawłowski jest przedsiębiorcą wpisanym do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Burmistrza Morąga pod numerem 2517. Zakład główny Przedsiębiorcy mieści się w Olsztynie (dowód: karty Nr 8).

Przedmiotem analizy Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu był wzorzec umowy pn. „Umowa” stosowany przez Przedsiębiorcę przy zawieraniu umów z konsumentami w zakresie świadczenia usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych (dowód: karty Nr 6 oraz 12-21). Wzorzec ten – w postaci kopii dziesięciu przykładowych umów zawartych według wzorca o jednakowej treści – został przedstawiony przez Przedsiębiorcę w toku postępowania wyjaśniającego pismem z dnia 12 marca 2010 r. (dowód: karta Nr 6).

Stosowany przez Przedsiębiorcę wzorzec umowy pn. „Umowa” zawierał w § 2 następujące postanowienia:

- w ust. 5: *„Z tytułu wykonania niniejszej umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości ...% netto od wartości uzyskanych dla Zleceniodawcy świadczeń”*,
- w ust. 6: *„W przypadku, gdy przedmiotowym świadczeniem jest renta, Zleceniodawca uiszcza na rachunek Zleceniobiorcy wynagrodzenie w wysokości 3-krotności przyznanego świadczenia miesięcznego powiększone o należną kwotę podatku od towarów i usług (VAT)”*

(dowód: karty Nr 8 i 12).

Wzorzec umowy według treści przedstawionej przez Przedsiębiorcę w piśmie z dnia 12 marca 2010 r. stosowany był w obrocie z konsumentami począwszy od 2009 r. (dowód: karta Nr 6). Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy w okresie 2009 r. zawarto według tego wzorca ok. (*tajemnica przedsiębiorcy*) umów z konsumentami (dowód: karta Nr 6).

Odpowiadając na żądanie Prezesa Urzędu o przedstawienie informacji na temat okoliczności zawierania umów i faktycznego zasięgu geograficznego świadczonych usług, Przedsiębiorca poinformował, iż nie prowadzi działalności za pośrednictwem oddziałów. Stwierdził również, iż umowy zawierane są zwykle podczas osobistego kontaktu Przedsiębiorcy z konsumentem w miejscu zamieszkania konsumenta lub – rzadziej – w drodze korespondencji pocztowej. Przedsiębiorca ocenił, iż zakres geograficzny jego działalności zawiera się co do zasady w obszarze (*tajemnica przedsiębiorcy*). (dowód: karty Nr 6-7).

W piśmie z dnia 27 lipca 2010 r. Przedsiębiorca uznał przedstawiony mu zarzut za uzasadniony i zobowiązał się do wprowadzenia stosowanych zmian w stosowanym wzorcu umowy polegających na takim oznaczeniu ceny usługi, aby uwzględniała wszystkie elementy składające się na sumę należności konsumenta względem Przedsiębiorcy (tj. również równowartość podatku od towarów i usług VAT). Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy, nowa treść kwestionowanych postanowień wzorca umowy otrzyma następujące brzmienie:

- *„Z tytułu wykonania niniejszej umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości ...% (słownie: ...%) od wartości uzyskanych dla Zleceniodawcy świadczeń”* (§ 2 ust. 5),

oraz

- *„W przypadku, gdy przedmiotem świadczenia będzie wyłącznie renta, Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości trzykrotności przyznanego świadczenia okresowego, przy czym wynagrodzenie płatne będzie miesięcznie w wysokości 25% kwoty wypłacanej Zleceniodawcy tytułem renty aż do całkowitej zapłaty na rzecz zleceniobiorcy kwoty stanowiącej równowartość trzykrotności przyznanego świadczenia okresowego”* (§ 2 ust. 6).

Przedsiębiorca osiągnął w 2009 r. przychód w wysokości (*tajemnica przedsiębiorcy*)zł. (słownie złotych: (*tajemnica przedsiębiorcy*)), z czego na usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych przypadło (*tajemnica przedsiębiorcy*)zł. (dowód: karta Nr 28).

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Wskazany przepis zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. W decyzji tej, jak wynika z art. 28 ust. 3, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

Przytoczony powyżej przepis jako przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji wskazuje: uprawdopodobnienie, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom.

W niniejszym postępowaniu wymaga zatem rozważenia, czy wskazane warunki zaistniały w odniesieniu do działań i zobowiązań Przedsiębiorcy, a ponadto, czy w przypadku ich wystąpienia uzasadnione jest przyjęcie zobowiązania strony postępowania i wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji w oparciu o ww. przepis.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest

stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Tym samym dla uprawdopodobnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest uprawdopodobnienie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

### **Ad 1)**

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095, ze zm. – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej”) jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej lub po uzyskaniu wpisu rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Sebastian Pawłowski prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą „NOWUM” Sebastian Pawłowski i jest wpisany do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Burmistrza Morąga pod numerem 2517. Siedzibą zakładu głównego Przedsiębiorcy jest Olsztyn. Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy jest m.in. działalność wspomagająca ubezpieczenia i fundusze emerytalne, a także działalność związana z oceną ryzyka i szacowaniem poniesionych strat (w tym usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych).

**Wobec powyższego Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

### **Ad. 2)**

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu

Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 maja 2002 r., sygn. akt I PKN 267/2001). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie wykazanie, czy w omawianym stanie faktycznym Przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową, a następnie, czy przedmiotowa praktyka mogła naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. 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 będzie podlegała stosownej konkretyzacji. Jednocześnie ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2).

Zgodnie z ustaleniami dokonanymi w toku niniejszego postępowania, stosowany przez Przedsiębiorcę wzorzec umowy pn. „Umowa” zawierał postanowienia, określające wysokość wynagrodzenia za wykonanie zlecenia poprzez podanie wyłącznie wartości netto należnej kwoty. W jednym z kwestionowanych postanowień wskazano odrębnie obowiązek uiszczenia kwoty odpowiadającej podatkowi od towarów i usług (VAT), jednak bez określenia stawki ani wysokości tego podatku.

W celu uprawdopodobnienia, że opisane powyżej działanie Przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest uprawdopodobnienie, że przedmiotowa praktyka jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Dobre obyczaje podlegają konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania* (tak: K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804). W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką profesjonalista – przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego).

Zgodnie z art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk

rynkowych, w tym w szczególności praktyki rynkowej polegającej na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnienie w proponowanych cenach produktów wartości podatku od towarów i usług. Praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Przywołany art. 6 ust. 4 pkt 3 ww. ustawy wskazuje przy tym, iż w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, uznaje się w szczególności cenę uwzględniającą podatki lub, w przypadku, gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji, gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informację o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów.

Na Przedsiębiorcy, jako na profesjonalistach – podobnie jak na innych przedsiębiorcach – ciążyą szczególne obowiązki informacyjne w przypadku, gdy jego kontrahentami są konsumenci. Pozbawienie konsumentów właściwej informacji dotyczącej cen oferowanych towarów może uniemożliwić podejmowanie świadomych i w pełni suwerennych decyzji w sprawie zakupu oferowanych przez Przedsiębiorcę usług.

Pojęcie „cena” zostało zdefiniowane w art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U. z 2001 r. Nr 97, poz. 1050, ze zm. – zwanej dalej „ustawą o cenach”), w świetle którego cena to wartość wyrażona w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę. W cenie powinien być uwzględniony podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług oraz podatkiem akcyzowym.

Z analizy przywołanych powyżej przepisów wynika, iż cena podawana lub uwidaczniana przez przedsiębiorcę (sprzedawcę), powinna być ceną brutto, tj. ceną zawierającą podatek od towarów i usług, który stanowi jeden z elementów składowych ceny. Obowiązek podawania cen brutto dotyczy zarówno ich uwidaczniania w miejscu sprzedaży, jak i umieszczania w jakichkolwiek przekazach pochodzących od przedsiębiorcy.

W wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 19 maja 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 11/04) stwierdzono, iż „informacja o cenie towaru w wysokości (wartości) nieuwzględniającej podatku jest informacją nierzetelną, nieprawdziwą i niepełną, bo to na przedsiębiorcy leży obowiązek oznaczania cen towaru zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa zaś konsument ma prawo znać cenę towaru, a nie obliczać ją sam, bez względu na to, czy przy cenie umieszczono ogólnikową informację – cena netto, cena + VAT itp.”

Prezes Urzędu stwierdził, że sposób oznaczenia ceny w stosowanym przez Przedsiębiorcę wzorcu umowy nie spełnia wymogów cytowanego przepisu art. 6 ust. 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Za cenę w przedmiotowym przypadku należy rozumieć określoną procentowo część przyszłej kwoty odszkodowania, która zgodnie z umową ma być uzyskana za pośrednictwem Przedsiębiorcy. Nie ma przeszkód, aby już na etapie prezentowania oferty i zawierania umowy określono jednoznacznie tak rozumianą cenę usługi na poziomie ostatecznym, tj. z uwzględnieniem wysokości obciążeń fiskalnych.



**W związku z powyższym należało uznać, iż Przedsiębiorca naruszył dobre obyczaje** w zakresie przekazywania konsumentom rzetelnej, jednoznacznej informacji o cenie usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia działanie Przedsiębiorcy powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (zgodnie z art. 2 pkt 8 tej ustawy przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny) jest wynikiem dorobku orzeczniczego Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Stopniowy rozwój orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć, jako dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych - charakterystycznych dla polskiego konsumenta. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej (prawnej) w danej dziedzinie, ale przede wszystkim rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Niemniej jednak nawet ostrożny, uważny konsument ma prawo do rzetelnej informacji, która przy założeniu dokonania z jego strony aktów staranności celem zrozumienia istoty oferty przedsiębiorcy, nie będzie wprowadzać w błąd.

W ocenianych w przedmiotowym postępowaniu okolicznościach należy uznać, iż w sytuacji przedstawiania do podpisu wzorców umowy podających cenę netto konsumentom mogli mieć wrażenie szczególnej korzyści cenowej związanej z zawarciem umowy właśnie z Przedsiębiorcą. Konsument nie musi posiadać przy tym wiedzy o wysokości obowiązującej Przedsiębiorcę stawki podatku. Pełna informacja o cenie i jej elementach jest jedną z podstawowych danych niezbędnych dla podjęcia racjonalnej decyzji dotyczącej zawarcia umowy. Brak informacji o cenie brutto (zawierającej podatek od towarów i usług) narusza prawo konsumenta do rzetelnej informacji. Wpływa na postrzeganie i ocenę oferty Przedsiębiorcy, w tym również w kontekście ofert konkurencyjnych, a tym samym w omawianych okolicznościach może dojść do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, a więc jego decyzji dotyczącej umowy.

W związku z powyższym, **w ocenie Prezesa Urzędu, zostało uprawdopodobnione**, iż stosowanie przez Przedsiębiorcę we wzorcu umowy wskazanego sposobu podawania ceny świadczenia jest bezprawne i może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową.

### Ad 3)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów* (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01).

Dla uprawdopodobnienia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie znacznej liczby konsumentów, tj. tych, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się ze stosowanym przez Przedsiębiorcę wzorcem umowy zawierającym kwestionowane postanowienia i zawarli, bądź mogli zawrzeć umowę z Przedsiębiorcą. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Przedsiębiorcy.

Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricto* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu gospodarczego konsumentów poprzez skierowanie do nich przekazu w formie wzorca umowy, którego treść – przekształcająca się w tożsamą treść zawartej umowy – nie przedstawiała pełnych informacji o cenie usługi.

Stosowanie opisanej wyżej nieuczciwej praktyki rynkowej godzi zatem w zbiorowe interesy konsumentów.

**Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

#### **Ad pkt I sentencji niniejszej decyzji.**

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 w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, 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.

Jak wykazano w niniejszej decyzji, zostało uprawdopodobnione, że Przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jednocześnie Przedsiębiorca zobowiązał się do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia wskazanym naruszeniom poprzez stosowną zmianę określonych postanowień wzorców umów.

Wprowadzenie – do stosowanego przez Przedsiębiorcę wzorca umowy – postanowień o treści:

- § 2 ust. 5 „Umowy” - *„Z tytułu wykonania niniejszej umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości ...% (słownie: ...%) od wartości uzyskanych dla Zleceniodawcy świadczeń”*,
- § 2 ust. 6 „Umowy” - *„W przypadku, gdy przedmiotem świadczenia będzie wyłącznie renta, Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości trzykrotności przyznanego świadczenia okresowego (...)”*,

w sposób jednoznaczny ustala całkowitą sumę należności konsumenta względem Przedsiębiorcy.

W ocenie Prezesa Urzędu, podjęte przez Przedsiębiorcę zobowiązanie do dokonania zmian w podlegającym ocenie wzorcu umowy w opisany powyżej sposób, wystarczająco zabezpiecza i chroni interesy konsumentów, a ponadto uwzględnia obowiązujące przepisy prawa.

Stosownie do przepisu art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek wykonania przyjętego zobowiązania w terminie dwóch miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Wobec spełnienia przesłanek wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.**

#### **Ad pkt II sentencji niniejszej decyzji.**

Jednocześnie, zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania zobowiązania, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Stosownie do ww. przepisu, Prezes Urzędu zobowiązał

Przedsiębiorcę do złożenia sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania w terminie 65 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 Łodzi.

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

Barbara Romańczak-Graca

Otrzymuje: