



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR-61-47/05/ZR/

Wrocław, 2 marca 2006 r.

DECYZJA RWR 9/2005

I. Na podstawie art. 23c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. Dz. U. z 2005 r. Nr 244 poz. 2080) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy 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 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, wskazane w art. 23a ust.1 i 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*, działania przedsiębiorcy prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą PPH „AE Woman” Żukowscy Spółka Jawna z siedzibą we Wrocławiu, polegające na bezprawnym ograniczeniu obowiązków sprzedawcy i uprawnień kupującego wynikających z art.4 ust.1 i art. 8 ust.1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz.U. Nr 141, poz.1176 ze zm.), a także na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentowi rzetelnej, pełnej i prawdziwej informacji, poprzez umieszczanie na odwrocie paragonów wręczanym klientom informacji o treści: „Towar przeceniony nie podlega reklamacji” oraz umieszczenie w sklepie firmowym przy kasie tablicy z informacją dla klientów, że: „Końcówki kolekcji oznaczone są specjalną metką; Mogą posiadać wady; Nie podlegają: reklamacji, zwrotowi, wymianie”,
i nakazuje się zaniechanie ich stosowania.

UZASADNIENIE

1. Dnia 18 listopada 2005 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zw. dalej Prezesem Urzędu), wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą PPH „AE Woman” Żukowscy Spółka Jawna z siedzibą we Wrocławiu (zw. dalej „AE Woman” lub Spółką) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o których stanowi art.23a ust.1 i 2 wymienionej ustawy polegających na bezprawnym ograniczeniu obowiązków sprzedawcy i uprawnień kupującego wynikających z art.4 ust.1 i art. 8 ust.1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego*

(Dz.U. Nr 141, poz.1176 ze zm.), a także na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentowi rzetelnej, pełnej i prawdziwej informacji.
(dowód: karta 1).

Przedmiotowe postępowanie wszczęto w związku z ustaleniami wynikającymi z przeprowadzonego wcześniej postępowania wyjaśniającego, w trakcie którego dokonano czynności kontrolnych w sklepie „AE Woman” przy ul. Oławskiej 27/29 we Wrocławiu. należącym do Spółki i ustalono, że w wymienionym sklepie podczas transakcji klient otrzymuje paragon fiskalny na odwrocie którego przybijany jest napis „Towar przeceniony nie podlega reklamacji”. Ponadto, informacja na temat braku możliwości reklamacji towarów oznaczonych metką „Końcówka kolekcji” jest umieszczona również na tablicy bezpośrednio przy stanowisku kasowym.

(dowód: karta 3, 4)

2. W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania, Spółka w piśmie z dnia 12 grudnia 2005 r. poinformowała, że wyprzedaż w której stosowane są kwestionowane przez Prezesa Urzędu oznakowania i tablice informacyjne dotyczy tylko Salonu AE WOMAN we Wrocławiu poziomu – 1, który jest specjalnie przeznaczony do prowadzenia wyprzedaży a sama procedura reklamacji jest „zgodna z wytycznymi Federacji Konsumenta”. Spółka wskazała, iż reklamacji podlega każdy zgłaszany towar, chyba „że przecena dotyczyła konkretnej wady wskazanej klientowi przed zakupem. „AE Woman zaznaczyła także, iż nie otrzymywała żadnych skarg konsumentów na brak możliwości reklamacji towaru, ponieważ mimo wszelkich oznaczeń zawsze przyjmowano reklamacje.

(dowód: karta 5)

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Uczestnik postępowania – PPH „AE Woman” Żukowscy Spółka Jawna z siedzibą we Wrocławiu jest przedsiębiorcą zarejestrowanym w Sądzie Rejonowym dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000183600. Spółka prowadzi działalność gospodarczą, której przedmiotem jest m.in. handel detaliczny z wyjątkiem sprzedaży pojazdów mechanicznych i motocykli oraz produkcja ubrań wierzchnich dla kobiet i dziewcząt. Sprzedaż detaliczna odzieży jest prowadzona w sklepach firmowych „AE Woman” we Wrocławiu przy ul. Oławskiej 27-29 oraz w Warszawie, w Centrum Handlowym „Wileńska” przy ul. Targowej 72 (wraz z filią w Nadarzynie w Centrum Handlowym „Maximus”).

(dowód: karta 5, 10-15)

2. Począwszy od roku 2003 r., w związku z prowadzonymi wyprzedażami towarów, w sklepie firmowym we Wrocławiu umieszczono tabliczki informacyjne z napisem „Końcówki kolekcji oznaczone są specjalną metką; Mogą posiadać wady; Nie podlegają: reklamacji, zwrotowi, wymianie” umieszczono w sklepie. Jednocześnie wprowadzono specjalną pieczętkę przybijaną przez pracownika sklepu na odwrotną stronę paragonu o treści „Towar przeceniony nie podlega reklamacji”.

(dowód: karta 3-5)

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył:

Art. 23a ust. 1 zd. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* wskazuje, że „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”, natomiast art. 23a ust. 2 tej ustawy stanowi, iż „za

praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentowi rzetelnej, pełnej i prawdziwej informacji”

Do stwierdzenia praktyki z art. 23a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów,

Ad 1)

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

Aktem prawnym, który ma zastosowanie do oceny przedmiotowej sprawy jest ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz.U. Nr 141, poz.1176 ze zm.). Stosownie do art.1 ust.1 tej ustawy, jej przepisy „stosuje się do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą (towar konsumpcyjny)”. W przepisach tej ustawy określono m.in. prawa i obowiązki oraz zasady odpowiedzialności przedsiębiorców, którzy zawierają z konsumentami umowy sprzedaży towarów konsumpcyjnych.

Zgodnie z art. 4 ust.1 tej ustawy „sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania”. Z kolei art.8 ust.1 wymienionej ustawy stanowi, iż „jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów (...)”. Ponadto, zgodnie z art.11 tej ustawy, powyższych uprawnień nie można ograniczyć „w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru z umową”.

Mając na uwadze powyższe przepisy należy stwierdzić, że kwestionowana przez Prezesa Urzędu treść pieczęci przybijanej na odwrocie paragonów wręczanym klientom „Towar przeceniony nie podlega reklamacji” oraz treść umieszczonej w sklepie firmowym przy kasie tablicy informacyjnej dla klientów, że: „Końcówki kolekcji oznaczone są specjalną metką; Mogą posiadać wady; Nie podlegają: reklamacji, zwrotowi, wymianie” - w sposób istotny ogranicza:

- a) obowiązki sprzedawcy wynikające z przytoczonego art.4 ust.1 ustawy *o szczególnych warunkach (...)*, ponieważ wyłącza jego odpowiedzialność z tytułu niezgodności towaru z umową wobec konsumenta na oznakowane specjalną metką towary;
- b) prawa kupującego wynikające z przytoczonego art.8 ust.1, ustawy *o szczególnych warunkach (...)*, ponieważ wyklucza możliwość dochodzenia przez konsumenta od sprzedawcy doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową;

W opinii Prezesa Urzędu sformułowania „**nie podlega reklamacji**” i „**Nie podlegają: reklamacji, zwrotowi, wymianie**” są jednoznaczne i na ich podstawie każdy konsument miał podstawy do uznania, iż wszelkie dochodzenie ewentualnych praw - w razie wystąpienia wad w zakupionym przez niego towarze pochodzącym z wyprzedaży - nie jest możliwe. Okoliczność podniesiona przez Spółkę, iż w praktyce reklamacje klientów były realizowane i w związku z tym nie odnotowano skarg konsumenckich na brak możliwości wniesienia reklamacji - jest bez znaczenia dla oceny zachowania przedsiębiorcy. W opinii Prezesa Urzędu każde działanie racjonalnie działającego przedsiębiorcy zakłada konkretny cel zmierzający do osiągnięcia określonych korzyści. Decyzja Spółki o rozpowszechnianiu informacji o braku możliwości składania reklamacji miała na celu osiągnięcie konkretnego,

korzystnego dla „AE Woman” celu, tj. ograniczenia ilości konsumentów mogących ewentualnie wystąpić z reklamacją towaru pochodzącego z wyprzedaży. Wobec powyższego nie można wykluczyć, iż część konsumentów zasugerowanych informacją o braku możliwości reklamacji towaru w ogóle zaniechała jej wniesienia.

Treść pieczęci przybijanej na odwrocie paragonów oraz treść umieszczonej w sklepie firmowym przy kasie tablicy informacyjnej należy uznać także za naruszenie obowiązku udzielania konsumentowi rzetelnej, pełnej i prawdziwej informacji co – w świetle art.23a ust.2 jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Sformułowania „Towar przeceniony nie podlega reklamacji” oraz „Końcówki kolekcji oznaczone są specjalną metką; Mogą posiadać wady; Nie podlegają: reklamacji, zwrotowi, wymianie” są informacjami nierzetelnymi i nieprawdziwymi, ponieważ wprowadzają kupujących w błąd co do możliwości realizacji swoich uprawnień w razie stwierdzenia niezgodności towaru z umową. Należy w tym miejscu zaznaczyć, iż co prawda zgodnie z art.7 zd. 1 ustawy *o szczególnych warunkach (...)* „Sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć”, niemniej jednak przepis ten nie uprawnia sprzedawcy do generalnego wyłączenia się od odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową przy sprzedaży towarów przecenionych, czy pochodzących z tzw. końcówek produkcyjnych”, co Spółka uczyniła poprzez ww. działania. Ponadto, jak już wspomniano wyżej, art.11 ustawy *o szczególnych warunkach (...)* w sposób jednoznaczny zakazuje wszelkich ograniczeń uprawnień wynikających z przepisów tej ustawy.

Reasumując, w rozpatrywanej sprawie bezprawność działania „AE Woman” w świetle art.23a ust.1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* polega na naruszeniu art.4 ust.1 i art.8 ust.1 ustawy *o szczególnych warunkach (...)* poprzez ograniczenie własnych obowiązków – jako sprzedawcy i ograniczenie praw kupujących wynikających z ww. przepisów. W świetle powyższego, treść pieczęci przybijanej na odwrocie paragonów oraz treść tablicy informacyjnej stanowią także informacje nierzetelne i nieprawdziwe w rozumieniu art.23a ust.2 ustawy *o ochronie interesów i konsumentów*, ponieważ wprowadzają konsumentów w błąd co do możliwości realizacji przez nich uprawnień w razie wystąpienia niezgodności towaru z umową.

Tak więc należy uznać, że została spełniona pierwsza z wymienionych wyżej przesłanek stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy.

Ad 2)

Analizując drugą przesłankę należy wyjaśnić, w jaki sposób opisane wyżej bezprawne działania Przedsiębiorcy godzą w zbiorowy interes konsumentów.

Niewątpliwie naruszenie interesu konsumentów występuje wtedy, gdy przedsiębiorca działa sprzecznie z przepisem prawa, regulującego prawa konsumentów, a także, gdy nie otrzymują oni od przedsiębiorcy pełnej informacji o swoich prawach i obowiązkach.

W rozpatrywanym stanie faktycznym działanie Przedsiębiorcy bezpośrednio godzi w interesy konsumentów w chwili, gdy zostaje ujawniona niezgodność towaru z umową.

Treść pieczęci zamieszczonej na odwrocie paragonu: „Towar przeceniony nie podlega reklamacji”, jak również treść tablicy zamieszczonej przy kasie informującej, że: „Końcówki kolekcji oznaczone są specjalną metką; Mogą posiadać wady; Nie podlegają: reklamacji, zwrotowi, wymianie”, niewątpliwie ma na celu odwieść konsumenta od skorzystania z praw przysługujących mu w razie wystąpienia niezgodności z umową, poprzez wywołanie w nim przeświadczenia, iż kupując towar z wyprzedaży ponosi ryzyko związane z ewentualnym ujawnieniem się w tym towarze określonych wad. Spółka uniemożliwia przez to części konsumentom skorzystanie z przysługujących im uprawnień, czyli możliwości wniesienia

reklamacji towaru. Tak więc w rozpatrywanej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z ograniczaniem konsumentowi praw, które na mocy przepisów ustawy mu przysługują, co już samo w sobie jest godzeniem w interes konsumenta

W rozpatrywanym stanie faktycznym, istotne jest też to, że „AE Woman” poprzez informacje rozpowszechniane za pomocą pieczęci i tablicy informacyjnej, przerzuciła na konsumenta ryzyko prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej związanego z koniecznością ponoszenia kosztów uwzględniania zasadnych reklamacji. Jednocześnie konsument jest zmuszony do nieuzasadnionego poniesienia kosztu zakupu towaru niezgodnego z umową. Tak więc przedmiotowe działania godzące w interes konsumenta mają także wymiar ekonomiczny – negatywny dla konsumenta zaś korzystny z punktu widzenia Spółki.

Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa *o ochronie konkurencji i konsumentów* nie podaje jego definicji, wskazując jednak w art. 23a ust. 1 zd. 2, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw bliżej nieokreślonej liczby konsumentów, zarówno tych, którzy nabyli już określone towary w sklepie przy ul. Oławskiej we Wrocławiu należącym do Spółki jak i jego potencjalnych klientów. Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu kupujących, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Spółki. Okoliczność, którą podniosła „AE Woman”, iż mimo przedmiotowych oznaczeń zawsze przyjmowano reklamacje, nie zasługuje na uwzględnienie, ponieważ ograniczenie praw nie dotyczyło tylko osób które faktycznie skorzystały z prawa do reklamacji, ale wszystkich osób, które dokonały zakupu towaru z wyprzedaży w sklepie „AE Woman” i przez to były one poddane warunkom wynikającym z informacji zamieszczonej na paragonie i tablicy informacyjnej.

Mając powyższe na względzie, należy uznać, iż opisane działania Spółki godzą w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym została spełniona druga z wymienionych wyżej przesłanek do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W związku ze spełnieniem obu przesłanek należało zachowanie Spółki uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* i nakazać zaniechanie jej stosowania.

Podstawą do rozstrzygnięcia danej 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 publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

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*.

Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust 1 ustawy *o ochronie...* w związku z art. 479²⁸ k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

Z up. Prezesa UOKiK
Dyrektor Delegatury UOKiK we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk

Otrzymuje:

PPH „AE Woman” Żukowscy Spółka Jawna
ul. Mikołowska 117
51-515 Wrocław