



**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 61-23/2013/WS

Wrocław, 28 października 2014 r.

**DECYZJA RWR 30 /2014**

I. Na podstawie art. 27 ust.1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 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 Ingenio Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której nowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie przedsiębiorcy polegające na wprowadzaniu w błąd konsumentów, na skutek umieszczenia w treści wzorca umowy „Umowa Zlecenia” postanowień określających:

– cenę usługi w wartości netto, tj. cenę, do której nie doliczono wartości podatku od towarów i usług,

– sposób obliczenia ceny usługi, w którym nie zawarto informacji o wysokości stawki podatku od towarów i usług,

co mogło powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął a jednocześnie stanowi naruszenie art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3, w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – a w konsekwencji praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

**oraz stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 5 grudnia 2013 r.**

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 oraz art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 powołanego wyżej rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r., po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Ingenio Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów:

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

nakłada się na Ingenio Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku doprowadzenia, w terminie dwóch miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji, do zgodności z prawem treści zawartych i obowiązujących umów zlecenia w obrocie z konsumentami poprzez przedstawienie konsumentom propozycji aneksowania umów, w zakresie naruszeń określonych w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

1. Do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu wpłynęło zawiadomienie Polskiej Izby Doradców i Pośredników Odszkodowawczych z dnia 10 kwietnia 2013 r.. Zawiadomienie zawierało zarzut zawarcia we wzorcach umów, stosowanych przez Ingenio Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi, zwaną dalej również „Spółką” lub „Przedsiębiorcą” postanowień, mogących naruszać zbiorowe interesy konsumentów. Do Zawiadomienia dołączono kopie stosowanych przez Przedsiębiorcę umów. W związku z uzyskanymi od Zawiadamiającego informacjami oraz wstępną analizą treści dołączonych do Zawiadomienia umów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatura we Wrocławiu, wszczął w dniu 4 lipca 2013 r. postanowieniem nr RWR 135/2013 postępowanie wyjaśniające.

Dowód – Zawiadomienie k. 1-3 akt postępowania wyjaśniającego sygn. RWR 403-26/2013/WS;

1.1. W wyniku przeprowadzonego postępowania wyjaśniającego ustalono, iż Spółka stosowała kolejne wzorce umowy pn. „Umowa Zlecenia”, które zawierały postanowienie, iż *„Za czynności stanowiące przedmiot umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie wyłącznie w formie prowizji (...).”* Wzorce te stanowiły również, iż *„Do kwoty wynagrodzenia dolicza się podatek VAT według stawki obowiązującej w chwili uzyskania wynagrodzenia.”* Działanie to zostało zakwalifikowane przez Prezesa UOKiK jako mogące naruszać art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zgodnie z tymi przepisami zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych, za które uznaje się w szczególności praktykę rynkową polegającą na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnienie w proponowanych cenach produktów wartości podatku od towarów i usług.

1.2. Mając na względzie wyniki postępowania wyjaśniającego, Prezes Urzędu postanowieniem RWR 244/2013 wszczął w dniu 22 listopada 2013 r. z urzędu przeciwko Ingenio Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi **postępowanie** w sprawie podejrzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd konsumentów, na skutek umieszczenia w treści wzorca umowy „Umowa Zlecenia” postanowień określających:

– cenę usługi w wartości netto, tj. cenę, do której nie doliczono wartości podatku od towarów i usług,

– sposób obliczenia ceny usługi, w których nie zawarto informacji o wysokości stawki podatku od towarów i usług,

co może powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął a jednocześnie stanowi naruszenie art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3, w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – a w konsekwencji praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zwanej dalej również „ustawą o ochronie (...)”.

W pkt II. postanowienia Prezes Urzędu działając na podstawie art. 123 k.p.a. w zw. z art. 83 ustawy o ochronie (...) oraz art. 73 ust. 1 i 2 pkt 2 i ust. 6 tej ustawy, zaliczył w poczet dowodów całość informacji zebranych w toku postępowania wyjaśniającego prowadzonego pod sygn. akt RWR 403-26/2013/WS.

1.3. Ustosunkowując się do postawionego zarzutu Przedsiębiorca pismem z dnia 26 grudnia 2013 r. (data wpływu pisma) przedłożył nowy wzorzec umowy zawierający podaną kwotowo

wysokość podatku VAT oraz kwotę wynagrodzenia z wliczoną wysokością tego podatku oświadczając, iż zawiera umowy zlecenia w oparciu o ten zmieniony wzorzec począwszy od dnia 5 grudnia 2013 r. Spółka ponadto wyjaśniła, iż „*Stawka podatku VAT nie została we wcześniejszej wersji umowy wskazana z uwagi na fakt, iż jest ona zmienna w czasie, a pomiędzy zawarciem umowy, a naliczeniem prowizji mija niejednokrotnie znaczny okres czasu. W obecnej wersji umowy ujęto wysokość aktualnej stawki podatku VAT*”.

## **2. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

2.1. Ingenio Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością jest spółką kapitałową wpisaną przez Sąd Rejonowy dla Łodzi – Śródmieścia w Łodzi, XX Wydział Krajowego Rejestru Handlowego, do Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000395662. Jej zasadniczym przedmiotem działania jest działalność w zakresie reprezentowania osób poszkodowanych we wszelkiego rodzaju wypadkach wobec podmiotów odpowiedzialnych za te wypadki, zwłaszcza wobec zakładów ubezpieczeń.

Wg oświadczenia Przedsiębiorcy zawartego w piśmie do Urzędu z dnia 23 lipca 2013 r. w toku postępowania wyjaśniającego prowadzonego pod sygn. RWR 403-26/2013/WS, Spółka „*prowadzi działalność w zakresie reprezentowania osób poszkodowanych we wszelkiego rodzaju wypadkach wobec podmiotów odpowiedzialnych za te wypadki, w szczególności wobec zakładów ubezpieczeń. W zakresie swojej działalności Spółka zapewnia klientom pomoc organizacyjną, prawną, a w razie potrzeby także pomoc w dostępie do świadczeń medycznych*”.

Dowód – pismo Przedsiębiorcy k. 9, odpis z KRS k. 14 - 16 akt postępowania wyjaśniającego sygn. RWR 403-26/2013/WS;

2.2. W ramach swojej działalności Spółka stosowała trzy rodzaje wzorców umów pn. „Umowa Zlecenia”, tj.

- 1) pierwszy z nich był stosowany do grudnia 2012 r.,
- 2) drugi – od stycznia 2013 r. do 4 grudnia 2013 r.,
- 3) trzeci – od 5 grudnia 2013 r. do chwili obecnej.

Ad. 1) Przedmiotem umów zawieranych w oparciu o pierwszy ze wzorców (obowiązujący do końca grudnia 2012 r.) było dokonanie przez Zleceniobiorcę (tj. Spółkę) „*czynności zmierzających do określenia i uzyskania dla Zleceniodawcy odpowiedniego świadczenia z zakładu ubezpieczeń lub innego podmiotu zobowiązanego do jego wypłaty w związku ze szkodą.*”

Wzorzec ten zawierał w pkt 3.1. postanowienie, zgodnie z którym, „*Za czynności stanowiące przedmiot umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości...% kwoty należnej Zleceniodawcy.*” Z kolei zgodnie z pkt 3.4. „*Do kwoty wynagrodzenia dolicza się podatek VAT.*”

Ad. 2) Przedmiot drugiego ze wzorców (obowiązującego od stycznia 2013 r.) był sformułowany podobnie, tj. jako dokonanie przez Zleceniobiorcę „*czynności zmierzających do określenia i uzyskania dla Zleceniodawcy odpowiedniego świadczenia z zakładu ubezpieczeń lub innego podmiotu zobowiązanego do jego wypłaty w związku ze zdarzeniem opisanym w pkt. I umowy*”. Pkt I umowy, do którego odwoływało się postanowienie pkt 1.1. stanowił, iż „*Zleceniodawca zleca a Zleceniobiorca przyjmuje do prowadzenia sprawę o odszkodowanie i zadośćuczynienie w związku z wypadkiem, polegającym na...*”

Wzorzec ten zawierał w pkt 4.1. postanowienie, zgodnie z którym, „*Za czynności stanowiące przedmiot umowy Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie wyłącznie w formie prowizji (...).*”

Z kolei zgodnie z pkt 4.3. „*Do kwoty wynagrodzenia dolicza się podatek VAT według stawki obowiązującej w chwili uzyskania wynagrodzenia.*”

Ad 3) Przedmiotem umowy określonym w trzecim ze wzorców (obowiązującym od 5 grudnia 2013 r. do chwili obecnej) było przyjęcie „*do prowadzenia sprawy o odszkodowanie i zadośćuczynienie w związku z wypadkiem polegającym na...*” (pkt I). Wzorzec ten zawierał w pkt II zapis, zgodnie z którym „*Wysokość prowizji brutto Strony określają na ...% (słownie...procent) w tym VAT 23%.*” Wzorzec ten zawiera w pkt 4.3. postanowienie, zgodnie z którym „*Kwota wynagrodzenia zawiera podatek VAT w wysokości 23%*”.

Dowód – wzorce umów k. 10-11 akt postępowania wyjaśniającego RWR 403-26/2013/WS, k. 19, 20 akt postępowania RWR 61-23/2013/WS, zwanych dalej również „aktami głównymi”;

2.3. Spółka w oparciu o pierwszy ze wzorców zawarła 337 umów z konsumentami, w oparciu o drugi ze wzorców – 133 umów. Do dnia 17 kwietnia 2014 r. Spółka nadal realizowała ok. 340 umów zawartych w oparciu o wzorce obowiązujące przed 5 grudnia 2013 r.

Dowód – pisma Spółki k. 9 akt postępowania wyjaśniającego RWR 403-26/2013/WS i k. 7 oraz 24 akt głównych;

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

### **3. 1. Zagrożenie interesu publicznoprawnego**

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 zasady podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub potencjalnie mogli być 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.

### **3. 2. Oznaczenie przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...), pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Natomiast art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (j.t. Dz. U. z 2013 poz. 672 ze zm.), definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatacja zasobów naturalnych, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 tej ustawy przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia

wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Ponieważ nie ulega wątpliwości, iż Spółka uzyskała wpis w KRS (nr KRS 0000395662) należy ją uznać za przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...). Oznacza to, iż przepisy tej ustawy odnoszą się do ww. przedsiębiorcy wprost.

### **3. 3. Przesłanki zastosowania art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...)**

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż „*Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.*”, natomiast zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 przedmiotowej ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, a w szczególności m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe.

Do stwierdzenia zatem praktyki z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...) konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

1. określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych,
2. godzić w interes konsumentów;
3. działanie to musi naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Analizując istnienie ww. przesłanek do stwierdzenia naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić :

#### **Ad. 1) Bezprawność działań Przedsiębiorcy**

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym, ten zaś obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). Ponieważ bezprawność jest kategorią obiektywną, rozważenia przy jej ocenie wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. 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. Odnośnie omawianego zarzutu Prezes Urzędu pojęcie bezprawności wiąże z faktem naruszenia przez Przedsiębiorcę art. 3 w zw. z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 i w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), zwanej dalej „UPNPR”.

Ustawa o UPNPR zawiera w art. 3 zakaz stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. *Naruszenie zakazu wynikającego z art. 3 UPNPR skutkuje bezprawnością zachowania przedsiębiorcy.* (T. Skoczny. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2009, s. 996). Wynika stąd wniosek, iż Prezes UOKiK musi wykazać, że oceniane zachowanie przedsiębiorcy odpowiada jednej z praktyk wymienionych w UPNPR bądź spełnia przesłanki klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 oraz że zachowanie to narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów 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

dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Kwalifikacja praktyki rynkowej jako nieuczciwej na podstawie ww. przepisu wymaga zatem wykazania dwóch przesłanek, tj.: sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego zniekształcenia zachowań przeciętnego konsumenta na rynku m.in. przed zawarciem umowy.

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 tej ustawy).

### Sprzeczność z dobrymi obyczajami

Dobre obyczaje podlegają konkretyzacji w okolicznościach danego stanu faktycznego. Pojęcie to nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak „zasady współżycia społecznego”, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych (np. wyrok SA we Wrocławiu z 13.11.1991r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4) oraz opracowań doktryny, nie tylko prawniczej (zob. np. J. Szwaja w: *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz*, Warszawa 2000, str. 122-133, R. Stefanicki, *Dobre obyczaje w prawie polskim*, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5). Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym.

W zakresie określenia istoty poszanowania dobrych obyczajów orzecznictwo odwołuje się m.in. do istoty dobrego obyczaju jako szeroko rozumianego szacunku dla drugiego człowieka. Przy takim założeniu sprzeczne z dobrym obyczajem jest m.in. niedoinformowanie konsumenta (vide : wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 marca 2005 r. sygn. akt VI ACa 774/2004). Obowiązek informowania partnera o istotnych (z jego punktu widzenia) okolicznościach dotyczących m.in. przedmiotu świadczenia, a także powinność czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny – jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania (Ewa Łętowska. *Prawo umów konsumenckich*. Wydanie 2. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2002, strona 215-216).

Zgodnie z ustaleniami dokonanymi przez Prezesa Urzędu w toku niniejszego postępowania, do dnia 4 grudnia 2013 r. Spółka zawierała z konsumentami umowy w oparciu o wzorce umowy pn. „Umowa Zlecenia”. Zawierały one postanowienie, określające wysokość wynagrodzenia za wykonanie zlecenia poprzez podanie wyłącznie wysokości netto należnej kwoty (wyrażonej jako procentowa prowizja od uzyskanego odszkodowania), przy czym wskazano również odrębnie obowiązek uiszczenia kwoty odpowiadającej podatkowi od towarów i usług (VAT), jednak bez określenia stawki ani wysokości tego podatku. Dopiero od dnia 5 grudnia 2013 r. wzorzec ten uległ zmianie.

A zatem 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, za które uznaje się w szczególności praktykę rynkową polegającą 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.

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. Podobnie pojęcie „ceny” zostało zdefiniowane w art. 3 ust. 1 pkt 1 i ust. 2 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2014 r., poz. 915), uchylającej poprzednio obowiązującą ustawę o cenach.

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 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.” Należy również przywołać stanowisko Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyrażone w wyroku z dnia 17 czerwca 2009 r. (sygn. akt XVII AmC 324/08), w którym uznano za niedozwolone następujące postanowienie: „Zamawiający za wykonanie czynności objętych niniejszą umową zobowiązuje się zapłacić wynagrodzenie w wysokości 3% (słownie: trzech procent) + 22% VAT ostatecznej ceny nieruchomości”. W uzasadnieniu Sąd wskazał: „Cena za usługę pośrednictwa wyrażona w wielu składnikach określonych procentowo jest ceną ustaloną z naruszeniem obowiązujących przepisów, nie jest jednoznaczna, wymaga podjęcia przez konsumentów dodatkowych czynności do jej ustalenia, jest niekorzystnie ukształtowana dla konsumenta, nie zachowana również została równowaga stron. W ocenie Sądu takie określenie ceny stanowi rażące naruszenie interesów konsumenta i jest sprzeczne z dobrymi obyczajami”.

SOKiK jeszcze wielokrotnie uznawał tego rodzaju zapisy za niezgodne z prawem. Przykładowo :

- wyrokiem z 11 maja 2011 r. sygn. akt XVII AmC 162/10 Sąd uznał za niezgodne z prawem postanowienie we wzorcu umowy : „Za wykonanie czynności o których mowa z § 1 i 2, Klient zobowiązuje się do zapłaty Pośrednikowi na zasadach określonych w § 4 wynagrodzenia w wysokości 2,9 % ceny sprzedaży Nieruchomości brutto wyrażonej w umowie sprzedaży, powiększonego o 22 % podatek od towarów i usług VAT.”

- wyrokiem z 31 maja 2013 r. sygn. akt XVII AmC 2688/12 Sąd uznał za niezgodne z prawem postanowienie we wzorcu umowy : „Wysokość Wynagrodzenia należnego Pośrednikowi wynosi 3% ceny brutto (którą Nabywca jest zobowiązany zapłacić za nabywaną Nieruchomość) + obowiązujący podatek VAT 22%.”

- wyrokiem z 22 maja 2012 r. sygn. akt XVII AmC 2718/12Sąd uznał za niezgodne z prawem postanowienie we wzorcu umowy : „Zamawiający zobowiązuje się do zapłaty Pośrednikowi wynagrodzenia w wysokości 2% ceny sprzedaży (słownie: dwa procent) + 23% VAT.,,

- wyrokiem z 28 stycznia 2013 r. sygn. akt XVII AmC 667/12Sąd uznał za niezgodne z prawem postanowienie we wzorcu umowy : „Za wykonanie czynności o których mowa w § 1 i 2, Klient zobowiązuje się do zapłaty Pośrednikowi na zasadach określonych w § 4 wynagrodzenia w wysokości 2,7 % ceny sprzedaży nieruchomości wyrażonej w umowie sprzedaży, powiększonego o 23 % podatek od towarów i usług VAT.”

Podlegająca ocenie w niniejszym postępowaniu praktyka charakteryzuje się tym, iż w odróżnieniu od ww. postanowień Przedsiębiorca nie podawał do dnia 4 grudnia 2013 r. nawet wysokości stawki podatku VAT.

Prezes Urzędu stwierdził, że stosowany przez Przedsiębiorcę w obrocie z konsumentami sposób oznaczania ceny nie spełnia wymogów cytowanego przepisu art. 6 ust. 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Za cenę w przedmiotowym przypadku należy rozumieć zarówno wartość wyrażoną w złotych, jak i określoną procentowo część przyszłej kwoty odszkodowania, która zgodnie z umową ma być uzyskana za pośrednictwem Spółki. 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.

Wypada podkreślić, iż prezentowana wyżej linia orzecznicza zbieżna jest również z orzecznictwem Prezesa UOKiK w zakresie oceny jako niezgodnej z prawem kwestionowanych w niniejszym postępowaniu działań przedsiębiorców (np. decyzja Nr RŁO-33/2011 z dnia 3 listopada 2011 r.).

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż Przedsiębiorca naruszył dobre obyczaje, w zakresie obowiązku przekazywania konsumentom rzetelnej, jednoznacznej informacji o cenie usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych.

#### Istotne zniekształcenie zachowań przeciętnego konsumenta na rynku m.in. przed zawarciem umowy

UPNPR nie zawiera definicji „istotnego zniekształcenia zachowań”, zatem pomocne dla określenia zakresu przedmiotowego ww. pojęcia może być odwołanie się do art. 2 lit. e) dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach rynkowych. *W świetle art. 2 lit. e) dyrektywy (...) „istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów” oznacza wykorzystanie praktyki rynkowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji (...) której inaczej by nie podjął* (Małgorzata Sieradzka. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz. Oficyna a Wolters Kluwer business. Warszawa 2008, s. 82).

Nieuczciwa praktyka rynkowa może co do zasady przybierać postać działania lub zaniechania (co wynika z definicji tej praktyki zawartej w art. 2 pkt 4 UPNPR). Celem rozważenia tej przesłanki należy odnieść się do pojęcia „przeciętnego konsumenta”, gdyż to w odniesieniu do takiego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia działanie Spółki powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Zarzucane Spółce praktyki dotyczą „przeciętnych konsumentów” w rozumieniu UPNPR. Zgodnie z art. 2 pkt 8 ww ustawy za przeciętnego konsumenta uważa się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z



uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów. Przyjęty w ustawie model przeciętnego konsumenta w pełni odzwierciedla stanowisko przyjęte w orzeczeniach Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, zgodnie z którym jest to osoba dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna. Taki konsument posiada określony zasób informacji o otaczającej go rzeczywistości i potrafi go wykorzystać dokonując analizy przekazów rynkowych. Jest to konsument sceptyczny wobec kierowanych do niego praktyk rynkowych, który umiejętnie korzysta ze stworzonych możliwości wyboru. Wskazać jednocześnie należy, iż orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej wskazuje na konieczność odniesienia powyższych cech przeciętnego konsumenta do produktu, do którego odnosi się dana praktyka rynkowa (wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 22 czerwca 1999r., C-342/97, wyrok Trybunału Sprawiedliwości w sprawie Gurt Springenheide i Tusky C-210/96). Trybunał Sprawiedliwości wskazał m.in., iż charakter odróżniający znak towarowy należy oceniać w odniesieniu do przypuszczalnego sposobu postrzegania go przez właściwie poinformowanego oraz dostatecznie uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta danej kategorii towarów i usług ( wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 7 lipca 2005 r., C-353/03). Podobny pogląd prezentowany jest również w orzecznictwie polskich sądów. Tak np. Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 3 grudnia 2003 roku wskazał, iż sama wysokość ceny nabywanego samochodu wyklucza potraktowanie nabywcy jako nieostrożnego konsumenta bezkrytycznie odnoszącego się do haseł reklamowych i nie posiadającego podstawowych informacji, gdyż polski odbiorca reklamy w tym segmencie rynku samochodowego posiadał już umiejętność odczytywania informacji reklamowych (wyrok z dnia 3 grudnia 2003r. sygn. akt I CK 358/02). Podobnie, w wyroku z dnia 6 grudnia 2007 roku Sąd Apelacyjny w Warszawie stwierdził, iż do kręgu adresatów reklamy „tanich linii” lotniczych należy zaliczyć osoby wykształcone, posiadające zasób wiedzy i doświadczenia życiowego w zakresie funkcjonowania takiego rodzaju przedsiębiorców w tym zakupu biletów online, co odróżnia ich od osób należących do kręgu przeciętnych konsumentów (sygn. akt VI ACa 842/07). 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.

Charakter podejmowanych przez Spółkę działań wskazuje na fakt, iż w sytuacji przedstawiania do podpisu wzorców umowy podających wyłącznie cenę netto lub przedstawiających sposób obliczenia ceny usługi, w którym nie zawarto informacji o wysokości stawki podatku VAT, konsumenci mogli mieć wrażenie szczególnej korzyści cenowej związanej z zawarciem umowy właśnie ze Spółką, tym bardziej, iż informacja o podatku od towarów i usług nie precyzowała ani jego stawki ani wartości. 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.

Przedsiębiorca wyraził stanowisko, iż wskazywanie wysokości stawki podatku VAT nie jest celowe ze względu na fakt, iż wysokość ta może ulec zmianie. W ocenie Prezesa Urzędu nie można przyjąć, iż ww. okoliczności uzasadniają stosowanie kwestionowanej praktyki Spółki. Uzasadnieniem stosowania praktyki nie może być chęć zniwelowania skutków zmian obowiązujących wysokości stawek podatku VAT, występujących po zawarciu umowy, a

przed jej zrealizowaniem i rozliczeniem. W ocenie Prezesa UOKiK Przedsiębiorca nie może obciążać ryzykiem podniesienia ceny usługi w związku ze wzrostem stawki podatku wyłącznie konsumenta. Należy zauważyć, iż wzrost stawki VAT stanowi zdarzenie niezależne od stron, jednak wartość tego podatku jest elementem ceny. Ryzyka jej wzrostu nie może ponosić wyłącznie konsument, stanowiłoby to naruszenie równowagi stron.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie przez Spółkę we wzorcu umowy wskazanego sposobu podawania ceny świadczenia jest bezprawne jako nieuczciwa praktyka rynkowa. Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż praktyka Przedsiębiorcy jest bezprawna.

Tym samym **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w **pkt I sentencji niniejszej decyzji została spełniona.**

## **Ad. 2) Godzenie w interes konsumentów**

Opisane wyżej działania godzą jednocześnie w interes konsumentów, gdyż na skutek nieuczciwych praktyk rynkowych Spółki i w konsekwencji braku informacji o faktycznej cenie jej usług, mogą oni podejmować decyzje odnośnie zawarcia umowy, której to decyzji by nie podjęli przy dysponowaniu pełną informacją odnośnie faktycznej ceny usługi, tj. ceny uwzględniającej podatek VAT określony liczbowo.

## **Ad . 3) Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów**

Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa o ochronie (...) nie podaje jego definicji, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, 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 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 SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01).

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z prawami licznej grupy konsumentów, tj. wszystkich konsumentów, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się ze stosowanym przez Spółkę wzorcami umów zlecenia, zawierającymi kwestionowane postanowienia i zawarli, bądź mogli zawrzeć umowę z Przedsiębiorcą. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Spółki 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.

Podsumowując powyższe uznać należało, iż spełnione zostały wszystkie przesłanki uznania wyżej opisanego działania Przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

## **3.4. Zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.**

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której

mowa w art. 24, w takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Jednocześnie, w myśl art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie (...) ciężar udowodnienia okoliczności, iż przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie (...) spoczywa na tymże przedsiębiorcy. Stanowi to konsekwencję tego, iż to przedsiębiorca wywodzi korzystne dla siebie skutki prawne z udowodnienia okoliczności, o której mowa w przedmiotowym przepisie.

Jak już wskazywano powyżej w pkt. 2.2. niniejszej Decyzji, począwszy od dnia 5 grudnia 2013 r. Spółka zaprzestała stosowania zarzucanej jej praktyki, podając w umowach z konsumentami pełną cenę, tj. uwzględniającą podatek VAT.

W tym stanie rzeczy należało uznać, iż spełnione zostały warunki do wydania Decyzji w oparciu o przepisy art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...).

### **3.5. Rozstrzygnięcie o obowiązku usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

Zgodnie z art. 26 ust. 2 oraz art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie (...) w przypadku wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania lub odpowiednio stwierdzającej zaniechanie jej stosowania, Prezes Urzędu może w decyzji określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W niniejszej sprawie, Prezes Urzędu uznał za zasadne nałożyć na Przedsiębiorcę środek usunięcia – w terminie dwóch miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku doprowadzenia do zgodności z prawem treści obowiązujących umów zlecenia w obrocie z konsumentami poprzez przedstawienie konsumentom propozycji aneksowania umów, w zakresie naruszeń określonych w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Należy wskazać, że zaniechanie stosowania bezprawnych praktyk Spółki wskazanych w niniejszej decyzji w postaci zawierania umów w oparciu o nowy, niezawierający bezprawnych postanowień wzorzec umowy nie eliminuje ryzyka nierównoprawnego traktowania konsumentów, z którymi zawarto umowy na nowych i starych zasadach. Pozostawienie tym konsumentom, z którymi wcześniej Przedsiębiorca zawarł umowy na starych zasadach, a które nie zostały aneksowane, jako jedynej możliwości, dochodzenia swych praw na drodze cywilnoprawnej, czyniłoby ochronę, jaką zapewnia ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów iluzoryczną. Prowadziłoby to do zniweczenia funkcji, jaką mają do spełnienia zawarte w tej ustawie uregulowania. Nie uszło uwadze Prezesa UOKiK także to, iż Spółka po dniu 4 grudnia 2013 r. posiadała jeszcze „aktywnych” ponad 300 umów zawartych z konsumentami przed tą datą, a zatem posiadających zapisy zakwestionowane w niniejszym postępowaniu.

Mając na uwadze konieczność zapewnienia realizacji celu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest m.in. podejmowanie w interesie publicznym ochrony interesów konsumentów oraz celem zapobieżenia nierównoprawnego traktowania konsumentów, Prezes Urzędu uznał za zasadne nakazanie Przedsiębiorcy zrealizowanie określonego w pkt II sentencji decyzji obowiązku.

**Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.**

**Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie (...), w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej**

**doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -  
Delegatura we Wrocławiu.**

Otrzymuje :  
Ingenio Sp. z o.o.  
ul. Piotrkowska 182  
90 – 368 Łódź