



**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-61-10/11/TD

Łódź, dnia 3 listopada 2011 r.

DECYZJA Nr RŁO 33/2011

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 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, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów:

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Korporacji Prawno Finansowej FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie, polegające na niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni od jej zawarcia wraz ze wskazaniem, iż prawo to nie przysługuje konsumentowi w wypadkach wskazanych w art. 10 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, ze zm.), co stanowi naruszenie art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

- II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 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, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów:

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Korporacji Prawno Finansowej FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz

z siedzibą w Lublinie, polegające na stosowaniu we wzorcu umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ” postanowienia wpisanego do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, ze zm.), o treści: „*Strony niniejszej umowy zgodnie ustalają, iż wyłącznie właściwym sądem do rozstrzygnięcia sporów wynikłych w realizacji postanowień niniejszej umowy jest sąd właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy*” **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 22 grudnia 2010 r.**

III. Na podstawie art. 26 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 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, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów:

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Korporacji Prawno Finansowej FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie, polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez wprowadzające w błąd zaniechanie na skutek umieszczenia w treści wzorca umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ” 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) **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

IV. 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, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów:

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

nakłada się na Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie **środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów** w postaci obowiązku doprowadzenia, w terminie jednego miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji, do zgodności z prawem treści zawartych i obowiązujących umów o świadczenie usług pośrednictwa w dochodzeniu odszkodowań w obrocie z konsumentami poprzez przedstawienie konsumentom propozycji aneksowania umów, w zakresie naruszeń określonych w pkt II i III sentencji niniejszej decyzji.

- V. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U z 2000 r., Nr 98, poz. 1071, ze zm.) w związku z art. 83 wyżej wymienionej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy,

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

postanawia się **obciążyć** Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie, **kosztami niniejszego** postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów **w kwocie 27,75 zł** (słownie: dwadzieścia siedem złotych 75/100) oraz **zobowiązuje się** Korporację Prawno Finansową FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 7 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 Prezes Urzędu ustalił, iż Korporacja Prawno Finansowa FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie – zwana dalej: „Przedsiębiorcą” – posiada sieć współpracowników na terenie całej Polski, którzy współpracują z Przedsiębiorcą w ramach umów agencyjnych lub zlecenia. Umowy z konsumentami zawierane są na odległość. Miejscem zawierania umów jest siedziba Przedsiębiorcy, do której przesyłane są przez współpracowników wypełnione przez konsumentów druki umów. Osobami właściwymi do zawierania umów są komplementariusze Przedsiębiorcy lub upoważnieni przez nich pracownicy Przedsiębiorcy.

Na podstawie informacji i dokumentów zgromadzonych w toku postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu ustalił, iż są podstawy do postawienia Przedsiębiorcy zarzutu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, w dniu 8 kwietnia 2011 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- 1) niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów” – najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,

2) stosowaniu we wzorcu umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ” postanowienia wpisanego do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, ze zm.) – zwanego dalej „Rejestrem” – o treści: *„Strony niniejszej umowy zgodnie ustalają, iż wyłącznie właściwym sądem do rozstrzygania sporów wynikłych w realizacji postanowień niniejszej umowy jest sąd właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy”*,

3) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzającym w błąd zaniechaniu na skutek umieszczenia w treści wzorca umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ” postanowień określających:

- cenę usługi w wartości netto, tj. cenę, do której nie doliczono wartości podatku od towarów i usług oraz
- 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, co może stanowić naruszenie art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 oraz 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) – zwanej dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”,

co może stanowić naruszenie odpowiednio art. 24 ust. 1 i 2, art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”.

Ustosunkowując się do pierwszego z przedstawionych zarzutów, Przedsiębiorca zwrócił uwagę, iż w obecnie stosowanych przez niego wzorcach umów w § 4 ust. 2 wprowadzono zapis o treści: *„Zarówno Zleceniodawca, jak i Zleceniobiorca mogą rozwiązać niniejszą umowę w ciągu 10 dni od jej zawarcia, nie ponosząc przy tym żadnych konsekwencji finansowych. Rozwiązanie umowy może nastąpić wyłącznie w formie pisemnej”*. Na dowód powyższego Przedsiębiorca przedstawił kopie pięciu zawartych umów z konsumentami, które w § 4 ust. 2 zawierały zacytowaną wyżej treść. Najwcześniej zawarta umowa oznaczona jest datą 22 grudnia 2010 r.

W odniesieniu do drugiego z zarzutów Przedsiębiorca stwierdził, iż jego zamiarem nie było niezgodne z przepisami dokonanie zmiany właściwości sądu, lecz przyznał, że kwestionowany zapis rzeczywiście został niefortunnie sformułowany. Przedsiębiorca dodał również, iż zapis ten został usunięty w momencie dostrzeżenia błędu.

Wobec trzeciego zarzutu Przedsiębiorca wskazał, iż w funkcjonującym do grudnia 2010 r. wzorcu „Umowy o dochodzenie roszczeń” zawarto postanowienie, w którym umieszczono informację o cenie usługi ze wskazaniem potrzeby doliczenia podatku od towarów i usług (VAT). Jak stwierdził Przedsiębiorca, nawet brak wyrazu „netto” w kontekście informacji o podatku VAT wyraźnie wskazuje na cenę netto i nie wprowadza potencjalnego klienta w błąd. Zdaniem Przedsiębiorcy jest to zatem zapis jasny, nieskomplikowany i nie budzący wątpliwości. Przedsiębiorca zaznaczył ponadto, iż wskazywanie wysokości stawki podatku VAT nie jest celowe ze względu na fakt, iż wysokość ta może ulec zmianie (w szczególności w okresie pomiędzy zawarciem a zrealizowaniem

i rozliczeniem umowy). Uściślenie zapisu do liczby mogłoby spowodować w momencie zakończenia umowy sytuację, w której nastąpi rozliczenie usługi zgodnie z zapisami umownymi, lecz w sprzeczności z obowiązującymi przepisami podatkowymi lub odwrotnie –

w zgodzie z przepisami podatkowymi, lecz w sprzeczności z zapisami umowy. Taką sytuację Przedsiębiorca uznał za niedopuszczalną.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Korporacja Prawno Finansowa FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000289851 (dowód: odpis z rejestru przedsiębiorców KRS, karta Nr 9). Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy jest między innymi działalność prawnicza oraz pozostała działalność wspomagająca ubezpieczenia i fundusze emerytalne (dowód: odpis z rejestru przedsiębiorców KRS, karta Nr 10). W ramach tej działalności Przedsiębiorca świadczy usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych (w tym w związku z wystąpieniem szkód majątkowych), (dowód: kopie wzorców umów oraz umów zawartych na podstawie wzorców umów, karty Nr 13-64 oraz 70-84).

Przedmiotem analizy Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu był wzorzec umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ” stosowany przez Przedsiębiorcę przy zawieraniu umów z konsumentami w zakresie świadczenia usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych.

Przedsiębiorca stwierdził, iż treści opracowywanych przez komplementariuszy umów są kształtowane na bieżąco w zgodzie z oczekiwaniami i sugestiami potencjalnych klientów, które to uwagi i spostrzeżenia są na bieżąco przekazywane komplementariuszom przez współpracujące z Przedsiębiorcą osoby. Do umów nie są odrębnie opracowywane regulaminy świadczenia usług, tabele opłat i prowizji oraz ogólne warunki umów. Powyższe kwestie regulowane są przez aktualnie obowiązujące umowy, o których treści decydują komplementariusze. Współpracownicy Przedsiębiorcy zapoznają potencjalnych klientów z treścią proponowanej umowy przed jej zawarciem z klientem i negocjują wysokość wynagrodzenia za zrealizowanie usługi. Druki umów są dostępne tylko dla współpracowników Przedsiębiorcy, którzy pobierają je z zabezpieczonej zakładki na stronie internetowej Przedsiębiorcy lub są wysyłane współpracownikom drogą elektroniczną (e-mail), (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 15 kwietnia 2010 r., karty Nr 7-8).

Przedsiębiorca wskazał, iż posiada sieć współpracowników na terenie całego kraju, którzy współpracują z Przedsiębiorcą w ramach umów agencyjnych lub umów zlecenia. Umowy z klientami zawierane są na odległość. Miejscem zawierania umów jest zawsze siedziba Przedsiębiorcy, do której przesyłane są przez współpracowników wypełnione przez klienta druki umów wraz z pozostałą dokumentacją. Po dokonaniu analizy przesłanych w sprawie dokumentów podejmowana jest decyzja o zawarciu z klientem umowy lub o odmowie jej zawarcia (jeżeli przesłana dokumentacja nie daje podstaw do dochodzenia roszczeń na rzecz klienta). Osobami właściwymi do zawarcia umów z klientami są dwaj komplementariusze Przedsiębiorcy lub upoważnieni etatowi pracownicy (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 15 kwietnia 2010 r., karta Nr 8).

W piśmie z dnia 10 czerwca 2010 r. Przedsiębiorca przedstawił kopie pięciu ostatnio zawartych umów o dochodzenie roszczeń odszkodowawczych. Umowy te zawierane były na podstawie wzorca stosowanego od grudnia 2010 r. (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, karta Nr 67).

Stosownie do art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów w przypadku składania propozycji zawarcia umowy na odległość, z czym mamy do czynienia w niniejszym przypadku, konsument powinien być poinformowany – najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy – m. in. o prawie odstąpienia od umowy w terminie

dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa. Art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nakłada na przedsiębiorcę obowiązek potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 tej ustawy najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. W treści dokumentów przedstawionych przez Przedsiębiorcę w związku z wezwaniem Prezesa Urzędu dotyczącym formularzy, druków i pism stosowanych w obrocie (w tym w korespondencji) z konsumentami przy zawieraniu umów o świadczenie usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych, jak również w treści przykładowych zawartych już umów (wraz z załącznikami) z konsumentami brak jest informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, tj. informacji o prawie odstąpienia w terminie dziesięciu dni od umowy zawartej na odległość. Powyższe informacje nie były na piśmie przekazywane konsumentom co najmniej od grudnia 2009 r. (dowód: kopia umowy zawartej z konsumentem w dniu 21 grudnia 2009 r., karta Nr 33).

Pismem z dnia 10 czerwca 2011 r. Przedsiębiorca przedstawił kopie pięciu ostatnio zawartych z konsumentami umów o odchodzenie roszczeń odszkodowawczych. Wszystkie przedstawione umowy w § 4 ust. 2 zawierały postanowienie o następującej treści: „*Zarówno Zleceniodawca, jak i Zleceniobiorca mogą rozwiązać niniejszą umowę w ciągu 10 dni od jej zawarcia, nie ponosząc przy tym żadnych konsekwencji finansowych. Rozwiązanie umowy może nastąpić wyłącznie w formie pisemnej.*” Najwcześniej zawarta umowa, która zawiera tego rodzaju zapis, oznaczona została datą 22 grudnia 2010 r.

Postanowienie zawarte w § 7 wzorca pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ”, o treści: „*Strony niniejszej umowy zgodnie ustalają, iż wyłącznie właściwym sądem do rozstrzygnięcia sporów wynikłych w realizacji postanowień niniejszej umowy jest sąd właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy*” jest tożsame z postanowieniem umownym wpisanym do Rejestru w dniu 3 stycznia 2007 r. pod numerem 969, na mocy wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej: Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów” – z dnia 23 października 2006 roku w sprawie o sygnaturze akt XVII AmC 158/05, o treści: „*W przypadku rozstrzygnięć sądowych – przez sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy*”. W uzasadnieniu tego wyroku Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wskazał, iż w umowach z konsumentami zasada swobody umów ulega ograniczeniu ze względu na treść art. 385¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93, ze zm.) – zwanej dalej: „k.c.”. Dopuszczalne jest zawarcie we wzorcu umownym klauzuli prorogacyjnej, ale tylko takiej, która nie narzuca sądu, który wedle ustawy nie jest miejscowo właściwy (a więc w praktyce wskazanie sądu właściwości ogólnej lub przemiennej). Postanowienie o ww. treści stosowane jest we wzorcach umów co najmniej od grudnia 2009 r. (dowód: kopia umowy zawartej z konsumentem w dniu 21 grudnia 2009 r., karta Nr 33).

Pismem z dnia 10 czerwca 2011 r. Przedsiębiorca przedstawił kopie pięciu ostatnich umów z konsumentami o odchodzenie roszczeń odszkodowawczych, zawartych według zmienionego wzorca umowy. Żadna z przedstawionych umów nie zawierała postanowienia odnoszącego się do właściwości sądów w przypadku wystąpienia sporów pomiędzy stronami umowy (postanowienie odnoszące się do właściwości sądów wykreślono). Najwcześniej zawarta umowa tego rodzaju oznaczona została datą 22 grudnia 2010 r.

Postanowienia zawarte we wzorcu umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ”, o treści:

- w § 1 ust. 2 o treści: „*(...) Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy kwotę 100 złotych (słownie: sto) powiększoną o aktualnie obowiązującą stawkę podatku VAT tytułem wynagrodzenia za wykonane czynności związane z weryfikacją dokumentów*” –

postanowienie stosowane co najmniej od grudnia 2009 r. (dowód: kopia umowy zawartej z konsumentem w dniu 21 grudnia 2009 r., karta Nr 33). Przedsiębiorca nie wykazał zaprzestania stosowania określonej wyżej formuły cenowej.

- w § 2 ust. 10 o treści: „*W przypadku nieuzasadnionego wycofania się Zleceniodawcy w ciągu trzech pierwszych miesięcy z umowy o dochodzenie roszczeń, będzie on zobowiązany do zapłaty kwoty 1000 zł powiększonej o aktualnie obowiązującą stawkę podatku VAT tytułem porady prawnej (...)*” – postanowienie stosowane co najmniej od grudnia 2009 r. (dowód: kopia umowy zawartej z konsumentem w dniu 21 grudnia 2009 r., karta Nr 33), do lutego 2010 r. (dowód: kopia umowy zawartej z konsumentem w dniu 10 lutego 2010 r., karty Nr 61-64); umowy zawierane z konsumentami od marca 2010 r. nie zawierały ww. postanowienia (dowód: kopie umów zawartych z konsumentami w dniu 4 marca 2010 r. oraz w dniu 22 lutego 2011 r., karty Nr 57 i 73).
- § 3, ust. 2 o treści: „*Zleceniodawca i Zleceniobiorca zgodnie oświadczają, iż Zleceniobiorcy przysługuje wynagrodzenie w wysokości % (słownie: %) wszystkich świadczeń przyznanych Zleceniodawcy z tytułu realizacji niniejszej umowy powiększone o aktualnie obowiązującą stawkę podatku VAT nie mniej jednak niż 250 zł netto*” lub „*Zleceniodawca i Zleceniobiorca zgodnie postanawiają, iż z tytułu realizacji niniejszej umowy Zleceniobiorca otrzyma wynagrodzenie w wysokości % prowizji netto (słownie: %) liczoną od wartości wszystkich świadczeń przyznanych Zleceniodawcy w wyniku działań Zleceniobiorcy powiększone o aktualnie obowiązującą stawkę podatku VAT, nie mniej jednak niż 250 zł netto powiększoną o aktualnie obowiązującą stawkę podatku VAT*” – postanowienia stosowane we wzorcach umów co najmniej od grudnia 2009 r. (dowód: kopia umowy zawartej z konsumentem w dniu 21 grudnia 2009 r. oraz 22 lutego 2011 r., karty Nr 33 i 73); Przedsiębiorca nie wykazał zaprzestania stosowania określonej wyżej formuły cenowej.

Cytowane wyżej postanowienia określają ceny lub sposób ich obliczenia podając wyłącznie wartość netto zobowiązania oraz informując o obowiązku doliczenia podatku VAT, nie podając jednak ani wartości podatku od towarów i usług ani nawet wysokości jego stawki. Przedstawienie przez Przedsiębiorcę sposobu określenia ceny jako sumy prowizji netto od kwoty wyegzekwowanego odszkodowania (lub odpowiednio opłaty netto wyrażonej w złotych) oraz nieokreślonej wysokości podatku od towarów i usług, bez wskazania nawet obowiązującej stawki tego podatku, sprawia, iż konsument w momencie propozycji nabycia usługi nie ma optymalnych dla danych warunków informacji o wysokości ceny (sposobie obliczenia wysokości ceny). Zdaniem Przedsiębiorcy cytowane zapisy są jasne, nieskomplikowane i nie budzą wątpliwości, a wskazywanie wysokości stawki podatku VAT nie jest celowe ze względu na fakt, iż wysokość ta może ulec zmianie (w szczególności w okresie pomiędzy zawarciem a zrealizowaniem i rozliczeniem umowy). Uściślenie zapisu do liczby mogłoby zdaniem Przedsiębiorcy spowodować w momencie zakończenia umowy sytuację, w której nastąpi rozliczenie usługi zgodnie z zapisami umownymi, lecz w sprzeczności z obowiązującymi przepisami podatkowymi lub odwrotnie – w zgodzie z przepisami podatkowymi, lecz w sprzeczności z zapisami umowy. Taką sytuację Przedsiębiorca uznał za niedopuszczalną.

Przedsiębiorca nie przedłożył dowodów na wprowadzenie w życie zmian w zakresie sformułowań dotyczących ceny lub zasad jej obliczania.

Przedsiębiorca osiągnął w 2010 r. przychód w wysokości (*tajemnica przedsiębiorcy*) zł (słownie: (*tajemnica przedsiębiorcy*)) (dowód: karta Nr 93), w tym przychody ze sprzedaży usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych w wysokości (*tajemnica przedsiębiorcy*) zł.

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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, 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 tej ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do Rejestru,
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Wskazany przepis zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym, dla uznania działania Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów niezbędne jest wykazanie, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

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

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 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1447, 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 Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do 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.

Korporacja Prawno Finansowa FENIKS spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz z siedzibą w Lublinie, stosownie do art. 1 § 2 w związku z art. 4 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. z 2000 r., Nr 94, poz. 1037 ze zm.) – zwanej dalej: „kodeksem spółek handlowych”, jest osobową spółką handlową, wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000289851. Przedsiębiorca wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą, tj. działalność usługową i w ramach tej działalności świadczy usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych.

Zgodnie z art. 8 § 1 kodeksu spółek handlowych spółka osobowa może we własnym imieniu nabywać prawa, w tym własność nieruchomości, inne prawa rzeczowe, zaciągać zobowiązania, pozywać i być pozywana. Stosownie do art. 33¹ § 1 k.c. spółka komandytowo-akcyjna będąc spółką osobową jest zatem jednostką organizacyjną nie będącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną. Zgodnie z art. 134 § 1 kodeksu spółek handlowych spółka komandytowo-akcyjna powstaje z chwilą wpisania do rejestru.

W związku z powyższym, **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka niezbędna dla uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w zakresie pkt I, II i III sentencji niniejszej decyzji została spełniona.**

Ustalenie przesłanki bezprawności praktyki

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 – Sadu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej: „Sądem Ochrony Konkurencji Konsumentów” – z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. 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 SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. 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. W przedmiotowym postępowaniu przesłankę bezprawności należy wykazać dla każdej z trzech praktyk wskazanych: w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad pkt I. sentencji niniejszej decyzji w zakresie ustalenia przesłanki bezprawności praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki.

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił Przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 3 tej ustawy.

Stosownie do art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, w związku z art. 10 ust. 1 tej ustawy, konsument, który zawarł na odległość umowę o świadczenie usług, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia zawarcia umowy.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów odnoszącym się do obowiązków przedsiębiorcy zawierającego z konsumentami umowy na odległość, konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy m.in. o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ww. ustawy.

Zgodnie zaś art. 9 ust. 3 ww. ustawy przedsiębiorca obowiązany jest do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, przy czym obowiązek ten nie dotyczy jedynie jednorazowych świadczeń, które spełniają jednak określone warunki wskazane w art. 9 ust. 4 ustawy m.in. są same spełniane przy pomocy środków porozumiewania się na odległość.

Stosownie do brzmienia art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach:

- 1) świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu, o którym mowa w art. 7 ust. 1 ustawy (tj. terminu dziesięciodniowego liczonego od dnia wydania rzeczy lub – w przypadku świadczenia usługi – od dnia zawarcia umowy),
- 2) dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania,
- 3) umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,
- 4) świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,
- 5) świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,
- 6) dostarczania prasy,
- 7) usług w zakresie gier hazardowych.

Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów określa w art. 6 ust. 1 umowy zawierane na odległość jako umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności drukowanego lub elektronicznego formularza zamówienia niezadresowanego lub zaadresowanego, listu seryjnego w postaci drukowanej lub elektronicznej, reklamy prasowej z wydrukowanym formularzem zamówienia, reklamy w postaci elektronicznej, katalogu, telefonu, telefaksu, radia, telewizji, automatycznego urządzenia wywołującego, wizjofonu, wideotekstu, poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej – w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204, ze zm.), jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

Jak ustalono, zawieranie przez Przedsiębiorcę umów z konsumentami odbywa się bez jednoczesnej obecności obu stron. Złożenie podpisu przez konsumenta odbywa się w obecności współpracownika Przedsiębiorcy, który przedstawia konsumentowi ofertę zawarcia umowy. Współpracownik Przedsiębiorcy w żadnym wypadku nie jest uprawniony do zawierania z konsumentami umów w imieniu Przedsiębiorcy. Osoba upoważniona do składania oświadczeń woli w imieniu Przedsiębiorcy składa swój podpis na egzemplarzach

umowy po podpisaniu ich przez konsumenta i przesłaniu za pośrednictwem poczty do siedziby Przedsiębiorcy. Podpisany przez osobę upoważnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Przedsiębiorcy egzemplarz umowy przesyłany jest następnie pocztą z powrotem do konsumenta. Procedura ta wypełnia przesłanki definicji umowy zawieranej na odległość, określonej w przywołanym wyżej art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

Przedmiotem ustaleń Prezesa Urzędu były w tym kontekście okoliczności zawierania umów i świadczenia usług przez Przedsiębiorcę. W treści dokumentów przedstawionych przez Przedsiębiorcę w związku z wezwaniem Prezesa Urzędu dotyczącym formularzy, druków i pism stosowanych w obrocie (w tym w korespondencji) z konsumentami przy zawieraniu umów o świadczenie usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych, jak również w treści przykładowych zawartych już umów (wraz z załącznikami) z konsumentami brak jest informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, tj. informacji o prawie odstąpienia w terminie dziesięciu dni od umowy zawartej na odległość, wraz z wyjątkami przewidzianymi w art. 10 ust. 3 tej ustawy. Powyższe informacje nie były na piśmie przekazywane konsumentom co najmniej od grudnia 2009 r. (dzień najwcześniej zawartej umowy, ze zbioru kopii umów przekazanych przez Przedsiębiorcę, oznaczony został datą 21 grudnia 2009 r.). W wezwaniu z dnia 10 kwietnia 2011 r. (ponowionym w dniu 16 maja 2011 r. w związku z brakiem odpowiedzi Przedsiębiorcy) Prezes Urzędu zadał Przedsiębiorcy m.in. pytanie o to, czy i w jaki sposób Przedsiębiorca przekazuje konsumentowi na piśmie informacje o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Odpowiadając na ww. wezwania oraz ustosunkowując się do przedstawionych zarzutów, w piśmie z dnia 10 czerwca 2011 r., Przedsiębiorca zwrócił uwagę, iż zarzut, o którym mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji nie znajduje uzasadnienia, bowiem zawarta pomiędzy stronami umowa jest dokumentem nie wymagającym dodatkowego potwierdzenia. Przedsiębiorca stwierdził jednocześnie, iż umowy według wzoru obowiązującego aktualnie zawierane są od grudnia 2010 r. Przedstawione kopie umów zawierają postanowienie o następującej treści: *„Zarówno Zleceniodawca, jak i Zleceniobiorca mogą rozwiązać niniejszą umowę w ciągu 10 dni od jej zawarcia, nie ponosząc przy tym żadnych konsekwencji finansowych. Rozwiązanie umowy może nastąpić wyłącznie w formie pisemnej.”*

Należy zatem stwierdzić, iż Przedsiębiorca w okresie co najmniej od 21 grudnia 2009 r. (data najwcześniej zawartej umowy spośród przedstawionych umów nie zawierających informacji o prawie odstąpienia od umowy) nie wypełniał obowiązku pisemnego poinformowania konsumenta – najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia – o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od zawarcia umowy.

Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż określona w pkt I sentencji niniejszej decyzji 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 pkt II. sentencji niniejszej decyzji w zakresie ustalenia przesłanki bezprawności praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jak zostało wskazane powyżej, przepis art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera przykładowy katalog praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 1 za praktykę naruszającą zbiorowe interesy

konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do Rejestru.

Na mocy art. 479⁴⁵ § 1 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, ze zm.) – zwanej dalej „k.p.c.” – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest obowiązany przysyłać Prezesowi Urzędu odpis każdego prawomocnego wyroku uwzględniającego powództwo o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone. Na podstawie tych wyroków, Prezes Urzędu jest zobowiązany do prowadzenia Rejestru. Przepis art. 479⁴⁵ § 3 k.p.c. ustanawia zasadę tzw. formalnej jawności Rejestru, stanowiąc, że Rejestr jest jawny. Jawność Rejestru oznacza, że Rejestr jest dostępny dla każdego zainteresowanego, czyli każdy ma do niego prawo wglądu. Skutkiem formalnej jawności Rejestru jest niemożność zasłaniania się nieznaną w nim wpisów. W Rejestrze tym przytacza się treść postanowień wzorców umowy uznanych przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za niedozwolone.

W ocenie Prezesa Urzędu, wpisanie takich postanowień do Rejestru, oznacza, że od tej chwili postanowienia te są zakazane we wszystkich wzorcach umów. Zakaz stosowania postanowień wpisanych do Rejestru dotyczy nie tylko tego przedsiębiorcy, przeciwko któremu zapadł wyrok w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, lecz również innych przedsiębiorców z danej branży. Za takim ujęciem przemawia podstawowy cel postępowania w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, jakim jest usunięcie z obrotu postanowień, które Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za niedozwolone. Chodzi bowiem o to, by konsumenci nie byli narażeni na te postanowienia w przyszłości w umowach zawieranych z innymi przedsiębiorcami. Ponadto, zdaniem Prezesa Urzędu, zakaz stosowania niedozwolonych postanowień wpisanych do Rejestru dotyczy także postanowień tożsamy. W związku z tym, zakazane jest też stosowanie postanowienia, którego zakres jest tożsamy z zakresem postanowienia wpisanego do Rejestru. Nie jest przy tym konieczna dokładna, literalna identyczność tych postanowień.

Stanowisko Prezesa Urzędu znajduje uzasadnienie w orzecznictwie. Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. (Sygn. akt III SZP 3/06) wskazał, iż stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do Rejestru może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Sąd Najwyższy uznał również, iż jeżeli Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uzna określone postanowienie za niedozwolone w wyniku przeprowadzonej kontroli abstrakcyjnej i zostanie ono wpisane do Rejestru to praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów¹ dopuszcza się każdy z przedsiębiorców, który wprowadza do stosowanych postanowień zmiany o charakterze kosmetycznym, polegające np. na przestawieniu szyku wyrazów lub zmianie użytych wyrazów, jeżeli zmiany te nie prowadzą do zmiany istoty postanowienia.

Zgodnie z powyższym istotne jest w niniejszej sprawie stwierdzenie, iż Przedsiębiorca posługuje się w obrocie gospodarczym z konsumentami wzorcem umowy. Przedmiotem postępowania nie są wobec tego postanowienia konkretnej umowy, które były negocjowane z konsumentem, lecz postanowienia wzorca, który Przedsiębiorca przedstawia konsumentom

¹ W dniu 21 kwietnia 2007 r. weszła w życie ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na podstawie art. 137 ww. ustawy straciła moc ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Obecnie praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów została uregulowana w przepisie art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

i o ile nie zostaną one zmienione w drodze uzgodnień stron, stają się obowiązujące w stosunkach między nimi kształtując w ten sposób ich wzajemne prawa i obowiązki. Sam fakt, iż postanowienia wzorca mogą być przedmiotem uzgodnień nie przesądza, że stosowany formularz umowy nie ma charakteru wzorca. Jest to bowiem standardowy tekst przedstawiany konsumentowi przez prowadzącego profesjonalną działalność przedsiębiorcę do oceny i akceptacji, który po podpisaniu reguluje stosunki stron. Nawet, jeżeli w pewnym zakresie tekst taki był przedmiotem uzgodnień, to jednak w części nie uzgodnionej indywidualnie nadal pozostaje wzorcem umownym, ponieważ jego niezmienione postanowienia zostały przyjęte ze wzorca. Dochodzi więc w tej części do inkorporowania niektórych postanowień wzorca do tej treści umowy. Jeśli jednocześnie postanowienia te kształtują prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami rażąco naruszając jego interesy, należy uznać je za niedozwolone postanowienia umowne (por.: wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 listopada 2004 r., sygn. akt XVII Amc 71/03).

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu ustalił, iż sam Przedsiębiorca w korespondencji kierowanej do Prezesa Urzędu używa sformułowania „wzór umowy”. Ponadto, z przedstawionych przez Przedsiębiorcę informacji dotyczących okoliczności zawierania umów wynika, iż jedynym aspektem umowy mogącym podlegać co do zasady każdorazowym ustaleniom jest wysokość głównego wynagrodzenia Przedsiębiorcy (współpracownicy pośredniczący w zawieraniu umów są uprawnieni do kształtowania umowy jedynie w zakresie ceny). Wskazuje na to również niewypełniony obszar w zakresie § 3 ust. 2 wzorca pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEN”. W związku z powyższym, w ocenie Prezesa Urzędu w przedmiotowym przypadku należało przyjąć, iż stosowane przez Przedsiębiorcę formularze umów są wzorcami umów w rozumieniu art. 384 § 1 k.c.

W ocenie Prezesa Urzędu, stosowane przez Przedsiębiorcę we wzorcu umowy postanowienie, o treści: „*Strony niniejszej umowy zgodnie ustalają, iż wyłącznie właściwym sądem do rozstrzygnięcia sporów wynikłych w realizacji postanowień niniejszej umowy jest sąd właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy*” jest tożsame z postanowieniem wpisanym do Rejestru pod numerem 969 (w dniu 3 stycznia 2007 r. na mocy wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 października 2006 r., sygn. akt XVII AmC 158/05, o treści: „*W przypadku rozstrzygnięć sądowych – przez sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy*”). Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał, iż postanowienie to narusza art. 385¹ § 1 k.c., gdyż wyłącza zasadę właściwości ogólnej i przemiennej sądu, a to może stanowić dodatkową dolegliwość dla kupującego, a także ograniczać realizację przysługujących mu uprawnień. Postanowienie uznane przez sąd za niedozwolone stanowi tzw. klauzulę prorogacyjną i ustala wyłączną właściwość sądu do rozpoznania ewentualnych sporów z umowy na podstawie siedziby przedsiębiorcy. Postanowienie kwestionowane przez Prezesa Urzędu oraz postanowienia wpisane do Rejestru pod numerem 969 mogą zostać uznane za tożsame. Każde z wyżej wymienionych postanowień dotyczy wskazania sądu właściwego dla rozpoznania sporu wynikłego na gruncie umów z konsumentami i każde z nich ustala wyłączną właściwość sądu (wedle siedziby przedsiębiorcy). Stosowanie postanowienia wpisanego do Rejestru oraz postanowienia stosowanego przez Przedsiębiorcę wywołuje tożsame skutki, bowiem w przypadku powstania sporu na tle wykonywania umowy, postanowienia te bezprawnie narzucają konsumentom właściwość miejscową sądu i ograniczają ich prawa do wytoczenia powództwa, wynikające z przepisów k.p.c.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami, mówiąc o właściwości miejscowej sądu, można wyróżnić właściwość: ogólną, przemiennej i wyłączną. Podstawowa zasada dotycząca właściwości ogólnej została wyrażona w art. 27 § 1 k.p.c., zgodnie z którym, powództwo wytacza się przed sąd pierwszej instancji, w którego okręgu pozwany ma miejsce zamieszkania. W przypadku, gdy powodem jest Przedsiębiorca, to sądem właściwym jest sąd,

w którego okręgu konsument ma miejsce zamieszkania. Nie w każdym zatem przypadku sądem właściwym będzie sąd w Lublinie. Z kolei istota właściwości przemiennej polega na tym, że obok sądu właściwości ogólnej zostaje wskazany inny jeszcze sąd, przed który można wytoczyć powództwo. Wybór sądu należy w takich wypadkach do podmiotu wnoszącego pozew. W zakresie roszczeń z umów, przepisy k.p.c. przewidują możliwość wytoczenia powództwa o ustalenie istnienia umowy, o jej wykonanie, rozwiązanie lub unieważnienie, jak też o odszkodowanie z powodu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, przed sądem miejsca jej wykonania. Jednakże powód może, według swego uznania, wytoczyć powództwo bądź według przepisów o właściwości ogólnej, bądź przed sądem miejsca wykonania umowy (art. 31 w związku z art. 34 k.p.c.). Nie jest zatem dopuszczalne narzucenie właściwości przemiennej przez jedną ze stron stosunku prawnego, a jedynie następczy jej wybór w chwili powstania roszczenia wynikającego z umowy. Przepis art. 46 k.p.c. przewiduje wprawdzie możliwość zawarcia tzw. umowy prorogacyjnej – strony mogą umówić się na piśmie o poddanie sądowi pierwszej instancji, który według ustawy nie jest miejscowo właściwy, sporu już wynikłego lub sporów mogących w przyszłości wyniknąć z oznaczonego stosunku prawnego. Sąd ten będzie wówczas wyłącznie właściwy, jeżeli strony nie postanowiły inaczej lub jeżeli powód nie złożył pozwu w elektronicznym postępowaniu upominawczym. W świetle przytoczonego przepisu możliwe jest odejście od zasady właściwości ogólnej, jednakże tylko wtedy, gdy jest to przedmiotem indywidualnego uzgodnienia umownego. Wzorec umowy stosowany przez Przedsiębiorcę już z samej istoty wzorca umowy zgodnie z art. 384 k.c. jest ustalony przez jedną ze stron i nie może być poczytywany za uzgodniony przez strony indywidualnie, bowiem zawiera zbiór gotowych i opracowanych przez Przedsiębiorcę postanowień, na których brzmienie konsument nie ma wpływu. Sąd wskazany jako właściwy w postanowieniu wzorca umowy, stosowanym przez Przedsiębiorcę, jest w zakresie jego obowiązywania sądem wyłącznie właściwym, tzn. że treść wzorca umowy wyłącza skuteczne stosowanie przepisów o właściwości ogólnej i przemiennej. Z tego właśnie powodu, postanowienie wpisane do rejestru pod numerem 969 zostało uznane za niedozwolone postanowienia umowne.

Konsekwencją stosowania przez Przedsiębiorcę postanowienia wpisanego do Rejestru jest wprowadzenie do wzorca umowy postanowień bezwzględnie zakazanych. Stosownie bowiem do art. 479⁴² § 1 k.p.c., Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów orzekając o uznaniu postanowień wzorca umowy za niedozwolone, jednocześnie zakazuje ich wykorzystywania. Sąd Najwyższy w cytowanej powyżej uchwale zaakceptował stanowisko, zgodnie z którym wpis postanowienia wzorca do Rejestru skutkuje tym, że zakazane jest posługiwanie się wpisanym postanowieniem we wszystkich wzorcach umów, pod rygorem sankcji z art. 58 k.c.

Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż określona w pkt II sentencji niniejszej decyzji praktyka Przedsiębiorcy jest bezprawna.

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

Ad pkt III sentencji niniejszej decyzji w zakresie ustalenia przesłanki bezprawności praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje również nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r.

o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej: „ustawa 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.

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. 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).

Zgodnie z ustaleniami dokonanymi przez Prezesa Urzędu w toku niniejszego postępowania, stosowany przez Przedsiębiorcę wzorzec umowy pn. „UMOWA O DOCHODZENIE ROSZCZEŃ” zawiera postanowienie, określające wysokość wynagrodzenia za wykonanie zlecenia poprzez podanie wyłącznie wysokości netto należnej kwoty (wyrażonej wartościowo w złotych lub 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.

W celu dowiedzenia, że opisane powyżej działanie Przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, 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 (usługi), w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Dobre obyczaje podlegają konkretyzacji w okolicznościach 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, za które uznaje się w szczególności praktykę rynkową polegającą na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnieniu 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 – ciąży 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 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”. Podlegająca ocenie w niniejszym postępowaniu praktyka charakteryzuje się tym, iż w odróżnieniu od ww. postanowienia Przedsiębiorca nie podaje 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 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 Prezes Urzędu uznał, iż Przedsiębiorca naruszył dobre obyczaje, w zakresie obowiązku 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 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 z Przedsiębiorcą, 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 szczególności

w okresie pomiędzy zawarciem a zrealizowaniem i rozliczeniem umowy). Uściślenie zapisu do liczby mogłoby spowodować w momencie zakończenia umowy sytuację, w której nastąpi rozliczenie usługi zgodnie z zapisami umownymi, lecz w sprzeczności z obowiązującymi przepisami podatkowymi lub odwrotnie – w zgodzie z przepisami podatkowymi, lecz w sprzeczności z zapisami umowy. Taką sytuację Przedsiębiorca uznał za niedopuszczalną.

W ocenie Prezesa Urzędu nie można przyjąć, iż ww. okoliczności uzasadniają stosowanie kwestionowanej praktyki Przedsiębiorcy. 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. Taki punkt widzenia sugeruje, iż Przedsiębiorca w szczególności obciąża ryzykiem podniesienia ceny usługi w związku ze wzrostem stawki podatku wyłącznie konsumenta. Tymczasem, pomimo, 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 Przedsiębiorcę we wzorcu umowy wskazanego sposobu podawania ceny świadczenia jest bezprawne jako nieuczciwa praktyka rynkowa. Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż określona w pkt III sentencji niniejszej decyzji praktyka Przedsiębiorcy jest bezprawna.

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

Ustalenie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumentów

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 SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01).

Dla stwierdzenia 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 Prezes Urzędu ma bez wątplenia 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 *stricte* 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 przysługujących konsumentowi uprawnieniach (w związku z zawarciem umowy na odległość, a także w zakresie właściwości sądów) oraz o cenie usługi i zawierała postanowienie wpisane do Rejestru.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie opisanej wyżej nieuczciwej praktyki rynkowej godzi zatem w zbiorowe interesy konsumentów.

Tym samym Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk wskazanych w pkt I, II i III sentencji niniejszej decyzji została spełniona.

Z ustaleń dokonanych w toku niniejszego postępowania wynika, iż Przedsiębiorca zaprzestał stosowania kwestionowanej przez Prezesa Urzędu bezprawnej praktyki opisanej w pkt II sentencji niniejszej decyzji. Wskazują na to kopie umów przedstawionych przez Przedsiębiorcę, a zawieranych na podstawie nowego wzorca począwszy od 22 grudnia 2010 r. W treści tych umów wyeliminowano kwestionowane postanowienie odnoszące się do właściwości sądów.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż w zakresie pkt II sentencji niniejszej decyzji są podstawy do stwierdzenia zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z przesłankami art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdzenia zaniechania stosowania tej praktyki, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

Z ustaleń dokonanych w toku niniejszego postępowania wynika, iż Przedsiębiorca nie zaniechał stosowania kwestionowanych przez Prezesa Urzędu bezprawnych praktyk, wskazanych w pkt I i III sentencji decyzji.

W szczególności nie można uznać, iż zaproponowane przez Przedsiębiorcę zmiany w treści umów (w postaci wprowadzenia postanowienia w brzmieniu: „*Zarówno Zleceniodawca, jak i Zleceniobiorca mogą rozwiązać niniejszą umowę w ciągu 10 dni od jej zawarcia, nie ponosząc przy tym żadnych konsekwencji finansowych. Rozwiązanie umowy może nastąpić wyłącznie w formie pisemnej*”) wypełniają przesłanki stwierdzenia zaniechania stosowania praktyki określonej w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Zgodnie z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów odnoszącym się do obowiązków przedsiębiorcy zawierającego z konsumentami umowy na odległość, przedsiębiorca obowiązany jest do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1 ustawy (m.in. o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ww. ustawy) najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia.

Przywołane wyżej postanowienie w brzmieniu zaproponowanym przez Przedsiębiorcę ustanawia prawo rozwiązania umowy dla obu jej stron. Należy zauważyć, iż rozwiązanie umowy jest innego rodzaju uprawnieniem, aniżeli odstąpienie od niej. Rozwiązanie umowy rodzi skutki *ex nunc*, podczas, gdy odstąpienie wywołuje skutki *ex tunc*. Zapis o „nieponoszeniu konsekwencji finansowych” może być odczytywany jako zapis wyłączający roszczenie odszkodowawcze. Prawo odstąpienia wydaje się tym samym dla konsumenta bardziej korzystne, ponieważ obliguje przedsiębiorcę do zwrotu wszystkich świadczeń, jak gdyby umowy nie zawarto (w przeciwieństwie do rozwiązania umowy, które jedynie ma skutki „na przyszłość”). Należy przypomnieć, iż zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. Ponadto, to co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. W związku z powyższym, przyznanie umownego prawa rozwiązania umowy nie może być utożsamiane z poinformowaniem o ustawowym prawie odstąpienia od umowy (lub jego braku – w związku z zaistnieniem wyjątku, o którym mowa w art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów). Tym samym nie sposób uznać, by stosowanie praktyki wskazanej w pkt I sentencji decyzji zostało zaniechane, w związku z wprowadzeniem do treści wzorców umowy oraz umów postanowienia o treści przywołanej wyżej.

Niezależnie od powyższego należy podkreślić, iż przepis art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nakazuje poinformować konsumenta nie tylko o prawie odstąpienia od umowy w określonym terminie, ale również o stosownych wyjątkach od powyższego uprawnienia, o których mowa w art. 10 ust. 3 tej ustawy. Jeśli charakter świadczenia wskazuje, iż w określonych okolicznościach prawo odstąpienia od umowy mogłoby być wyłączone zgodnie z ww. wyjątkami, przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta o tych wyłączeniach.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia stosowania praktyki, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 oraz art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i wydania nakazu zaniechania stosowania tej praktyki, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I i III sentencji niniejszej decyzji.

Rozstrzygnięcie o obowiązku usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 26 ust. 2 oraz art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 jednego miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku doprowadzenia do zgodności z prawem treści obowiązujących umów o świadczenie usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych w obrocie z konsumentami w stosownym zakresie wynikającym z naruszeń określonych w pkt II i III sentencji niniejszej decyzji.

Należy wskazać, że zaniechanie stosowania lub realizacja nakazu zaniechania stosowania bezprawnych praktyk Przedsiębiorcy wskazanych w niniejszej decyzji w postaci wprowadzenia do obrotu z konsumentami nowego, niezawierającego bezprawnych postanowień wzorca umowy oraz wypełnienia określonych obowiązków informacyjnych, 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.

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 IV sentencji decyzji obowiązku.

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

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów tejże ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 263 § 1 z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r., Nr 98, poz. 1071, ze zm.) – zwanej dalej „k.p.a.” – w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych.

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte z urzędu. W jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I-III sentencji przedmiotowej decyzji stwierdził naruszenie przez Przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 oraz art. 24 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z prowadzoną w toku tego postępowania korespondencją. W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił obciążyć Przedsiębiorcę kwotą kosztów w wysokości 27,75 zł (słownie: dwadzieścia siedem złotych 75/100).

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w punkcie V sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów koszty niniejszego postępowania Przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 1 i 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

Jednak w przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt. V sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1 i 2 k.p.c., oraz art. 264 § 2 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przysługuje zażalenie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, 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:

Korporacja Prawno Finansowa FENIKS
spółka komandytowo-akcyjna Jerzy Kupisz