



**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](mailto:lodz@uokik.gov.pl)

RŁO-61- 13/12/AK

Łódź, dnia 25 maja 2012 r.

**DECYZJA Nr RŁO 15/2012**

**I.** Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Jackowi Fąfarze prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach

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

**po uprawdopodobnieniu** stosowania przez tego przedsiębiorcę **i przyjęciu zobowiązania** Jacka Fąfary prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach **do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia temu naruszeniu, nakłada się** na Jacka Fąfare prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach **obowiązek wykonania** przyjętego **zobowiązania w terminie dwóch miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, poprzez:**

– dokonanie zmiany treści zakwestionowanego postanowienia w ten sposób, że otrzyma ono brzmienie: „ 1. Wyliczenie należności, za świadczone usługi nastąpi w oparciu o:

- a) Cenę brutto wywozu i unieszkodliwieniu 1 m<sup>3</sup> nieczystości stałych wynoszącą .... Słownie .....
- b) Miesięczną opłatę eksploatacyjną za każdy pojemnik o pojemności 1100 l - .....brutto Słownie .....

i wprowadzenie po zmianach do obrotu nowego wzorca umowy,

– doręczenie konsumentom, z którymi zostały podpisane umowy na podstawie dotychczasowego wzorca umowy pod nazwą „Umowa”, propozycji zmiany umów w sposób wynikający z przyjętego zobowiązania.

**II.** Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami ) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy

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

**nakłada się** na Jacka Fafarę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach **obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania**, zawierającej:

- 1) nowy wzorzec umowy pn. „Umowa” oraz wzór aneksu do umów zawartych z konsumentami na podstawie dotychczasowego wzorca umowy uwzględniający zmiany eliminujące naruszenia wskazane przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
- 2) dane o liczbie konsumentów, którym doręczono aneksy do umów zawartych w oparciu o wzorzec umowy zawierający kwestionowane postanowienia wraz z dowodami potwierdzającymi doręczenie,
- 3) dane o liczbie konsumentów, którym nie doręczono aneksów do umów zawartych w oparciu o wzorzec umowy zawierający kwestionowane postanowienia oraz pisemne wyjaśnienia przyczyn ewentualnych niedorąceń ww. aneksów

**w terminie czterech miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

### **Uzasadnienie**

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie badania rynku odbioru i utylizacji odpadów komunalnych, w tym określenia jego struktury i stopnia koncentracji. W ramach badania rynku zostały wysłane wezwania (kwestionariusze ankiety) do wybranej grupy przedsiębiorców świadczących usługi w zakresie odbioru odpadów komunalnych. Ponadto, w toku postępowania wyjaśniającego została przeprowadzona analiza wzorców umów stosowanych przez przedsiębiorców świadczących usługi w zakresie odbioru odpadów komunalnych.

W oparciu o zebrany w toku przedmiotowego postępowania wyjaśniającego materiał dowodowy Prezes Urzędu ustalił, że Jacek Fąfara prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach w swojej działalności posługuje się wzorcem umowy pod nazwą „Umowa” przy zawieraniu umów z konsumentami, w którym znajduje się postanowienie, którego stosowanie stanowić może nieuczciwą praktykę rynkową.

W dniu 29 lutego 2012 r. Prezes Urzędu wszczął z urzędu Postanowieniem Nr 1/61-13/12 (dowód: karty Nr 1 – 2) postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Jacka Fafarę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach (zwanym dalej: „J. Fąfara”, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 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) polegającej na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnienie wartości podatku od towarów i usług w cenach świadczonych usług na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Umowa” postanowienia, o treści:

– „Do powyższych cen będzie doliczany podatek VAT w ustawowej wysokości”,

co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwana dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania pismem z dnia 12 marca 2012 r. (dowód: karty Nr 19-24), J. Fafara oświadczył, że postanowienie kwestionowane przez Prezesa Urzędu zapożyczył z wzorca umowy dużej firmy świadczącej usługi wywozu odpadów komunalnych w Polsce, będąc przekonany, że są one prawidłowe. Jego celem nie było naruszenie prawa. Działalność związana z wywozem nieczystości stałych nie jest jego podstawową działalnością gospodarczą, którą prowadzi. W związku z powyższym wystąpił z wnioskiem o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zobowiązując się do opracowania nowego wzorca umowy nie zawierającego postanowienia kwestionowanego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej: „Prezes Urzędu”), w którym to wzorcu umowy określenie ceny netto + VAT zostanie zastąpione ceną brutto oraz do aneksowania obowiązujących w obrocie gospodarczym zawartych wcześniej umów z konsumentami zgodnie z nowym wzorcem umowy wprowadzonym do obrotu gospodarczego. Na dowód podjętych niezwłocznie działań w ww. zakresie przedstawił projekt nowego wzorca umowy zawierającego postanowienie o treści: „1. Wyliczenie należności, za świadczone usługi nastąpi w oparciu o:

- a) Cenę brutto wywozu i unieszkodliwieniu 1 m<sup>3</sup> nieczystości stałych wynoszącą .... Słownie .....
- b) Miesięczną opłatę eksploatacyjną za każdy pojemnik o pojemności 1100 l - .....brutto Słownie .....

Pismem z dnia 2 maja 2012 r. Prezes Urzędu zawiadomił J. Fafarę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i możliwości zapoznania się z aktami sprawy (dowód: karty Nr 25 – 26).

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

Jacek Fafara prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fafara w Kielcach jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej. (dowód: zaświadczenie karta Nr 24). W rubryce „Przeważająca działalność gospodarcza” wypisu z ww. ewidencji wpisano – 81.22.Z Specjalistyczne sprzątanie budynków i obiektów przemysłowych.

Jacek Fafara zajmuje się również odbiorem odpadów komunalnych od właścicieli nieruchomości i w ramach tej działalności zawiera umowy na odbiór odpadów komunalnych (nieczystości stałych). Przedmiotem analizy Prezesa Urzędu w ramach niniejszego postępowania był wzorzec umowy o nazwie „Umowa” stosowany przez Jacka Fafarę przy zawieraniu umów zarówno z konsumentami jak i przedsiębiorcami (dowód: karty Nr 20-23).

W „Umowie”, która stanowi wzorzec umowy w rozumieniu art. 384 § 1 k.c. Jacek Fafara ustalił jednostronnie następujące postanowienie:

– „Cenę powyższych cen będzie doliczany podatek VAT w ustawowej wysokości”.

Powyższe postanowienie odnosiło się do postanowień zawartych w „Umowie” dotyczących cen za świadczone usługi wywozu nieczystości stałych i dodatkowej opłaty eksploatacyjnej za udostępniany pojemnik na odpady.

Natomiast, zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U. Nr 97, poz. 1050, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o cenach” – 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.

Zgodnie z art. 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwana dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym” – praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów 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 (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2). Z kolei stosownie do art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, 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 (ust. 1). Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu (ust. 3 pkt 1). W przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uznaje się w szczególności cenę uwzględniającą podatki (ust. 4 pkt 3 ww. ustawy).

Jednocześnie, Jacek Fąfara zobowiązał się do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez usunięcie z nowych umów bezprawnego wpisu, a także do zmiany umów obecnie obowiązujących eliminując z nich nieprawidłowy zapis. Mając na uwadze ilość zawartych umów oraz swoje możliwości techniczne i finansowe, Jacek Fąfara zobowiązał się do wprowadzenia zmian w okresie dwóch miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji wydanej w przedmiotowej sprawie przez Prezesa Urzędu, włącznie z aneksowaniem umów obowiązujących.

Jacek Fąfara przekazał nowy wzór umowy, który będzie obowiązywał konsumentów oraz zobowiązał się do aneksowania zawartych umów, z którego wynika, że:

– postanowienie, o treści: – „*Do powyższych cen będzie doliczany podatek VAT w ustawowej wysokości*”

– zastąpiono postanowieniem o treści:

„ 1. Wyliczenie należności, za świadczone usługi nastąpi w oparciu o:

- a) Cenę brutto wywozu i unieszkodliwieniu 1 m<sup>3</sup> nieczystości stałych wynoszącą .... Słownie .....
- b) Miesięczną opłatę eksploatacyjną za każdy pojemnik o pojemności 1100 l - .....brutto Słownie .....

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

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i

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

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

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

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. 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 postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, ze zm.),
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Dla uprawdopodobnienia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest jednak każdorazowo uprawdopodobnienie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

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

#### **Ad 1)**

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 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. 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.

Za przedsiębiorcę uznaje się więc podmiot, który spełnia łącznie określone tymi przepisami kryteria:

- jest osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną niebędącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną,
- wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą, tzn. działalność zarobkową w sposób zorganizowany i ciągły.

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.

Jacek Fąfara prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach i jest wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej. Nie ulega zatem wątpliwości, iż J. Fąfara jest przedsiębiorcą w rozumieniu powołanego wyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym J. Fąfara przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jego działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez ww. przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

## **Ad 2)**

Dla uprawdopodobnienia, że działania przedsiębiorcy są praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest, aby miały one charakter bezprawny.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej: „Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów” – z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Jednakże w art. 24 ust. 2 tej ustawy ustawodawca wskazał przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich stosowanie między innymi nieuczciwych praktyk rynkowych (tak art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Odnosząc się do zarzutów zawartych w pkt I. sentencji niniejszej decyzji, należy wskazać, iż stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe.

Zgodnie z art. 4 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).

Zgodnie z ustaleniami dokonаныmi w toku niniejszego postępowania, J. Fąfara w stosowanym wzorcu umowy nie uwzględnił wartości podatku od towarów i usług w dodatkowych opłatach od świadczonych usług na skutek umieszczenia we wzorcu umowy postanowienia, o treści: „*Do powyższych cen będzie doliczany podatek VAT w ustawowej wysokości*”.

W celu dowiedzenia, że opisane powyżej działanie J. Fąfary stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, że przedmiotowe działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

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

Zgodnie z art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych, 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 profesjonalistcie ciążyą szczególne obowiązki informacyjne w przypadku, gdy jego kontrahentami są konsumenci. Pozbawienie konsumentów właściwej

informacji dotyczącej wartości podatku od towarów i usług w dodatkowych opłatach od świadczonych usług może uniemożliwić podejmowanie świadomych i w pełni suwerennych decyzji w sprawie zakupu oferowanych przez J. Fąfarę usług.

Pojęcie „cena” zostało zdefiniowane w art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy o cenach, w świetle, której 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) Sąd stwierdził, iż „informacja o cenie towaru w wysokości (wartości) nieuwzględniającej podatku jest informacją nierzetelną, nieprawdziwą i niepełną, bo to na przedsiębiorcy leży obowiązek oznaczania cen towaru zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa zaś konsument ma prawo znać cenę towaru, a nie obliczać ją sam, bez względu na to, czy przy cenie umieszczono ogólnikową informację – cena netto, cena + VAT itp.” 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”*.

Prezes Urzędu stwierdził, że stosowany przez J. Fąfarę w obrocie z konsumentami sposób oznaczania opłaty za świadczoną usługę wywozu nieczystości stałych i świadczenie dodatkowe związane z udostępnieniem pojemnika na odpady nie spełnia wymogów cytowanego przepisu art. 6 ust. 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W ocenie Prezesa Urzędu do opłat od świadczonych usług mają zastosowanie wszelkie regulacje dotyczące cen – w tym regulacja dotycząca sposobu ich wyrażania. W obrocie konsumenckim pożądanym jest, aby już na etapie prezentowania oferty i zawierania umowy określono jednoznacznie wszelkie opłaty za świadczenie usługi na poziomie ostatecznym, tj. z uwzględnieniem wysokości obciążeń fiskalnych.

W związku z powyższym należało uznać, że J. Fąfara naruszył dobre obyczaje, w zakresie obowiązku przekazywania konsumentom rzetelnej, jednoznacznej informacji o cenie świadczonych usług wraz z usługą dodatkową w zakresie wywozu nieczystości stałych.

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 J. Fąfary 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.

Brak informacji o cenie brutto (zawierającej podatek od towarów i usług) narusza prawo konsumenta do rzetelnej informacji. Wpływa na postrzeganie i ocenę oferty J. Fałfary, 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.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez ww. przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

### **Ad 3)**

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 tej ustawy stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów wówczas, gdy działanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować.

Podkreślenia wymaga również fakt, że 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., sygn. akt I CKN 504/01).

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej i nieokreślonej liczby konsumentów, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się z dostępnym wzorcem umowy i zawarli, bądź mogli zawrzeć z J. Fąfara umowę, zawierając postanowienie nie uwzględniające wartości podatku od towarów i usług od świadczonych usług w tym usług dodatkowych. W tej sytuacji bezprawne zachowanie przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów J. Fąfary.

Stosowanie opisanej wyżej praktyk może godzić zatem w zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez ww. przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

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

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Ponadto, stosownie do art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przyjmując zobowiązanie Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań.

Jak wykazano w niniejszej decyzji, okoliczności sprawy uprawdopodobniły, że J. Fąfara stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jednocześnie J. Fąfara zobowiązał się do zaniechania stosowania wskazanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, podjęte przez J. Fąfara zobowiązanie do dokonania zmiany treści wzorca umowy pn. „*Umowa*” w ten sposób, że

– postanowienie, o treści: – „*Do powyższych cen będzie doliczany podatek VAT w ustawowej wysokości*”

– zastąpiono postanowieniem o treści:

„ 1. Wyliczenie należności, za świadczone usługi nastąpi w oparciu o:

a) Cenę brutto wywozu i unieszkodliwieniu 1 m 3 nieczystości stałych wynoszącą ....  
Słownie .....

b) Miesięczną opłatę eksploatacyjną za każdy pojemnik o pojemności 1100 l -  
.....brutto Słownie .....

uwzględnia przepis art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, eliminując z wzorca umowy bezprawne postanowienie umowne uwzględniając wartość podatku od towarów i usług w cenie świadczonych usług.

Jednocześnie, wobec okoliczności, że J. Fąfara zobowiązał się do równoczesnego wyeliminowania kwestionowanego postanowienia z obowiązujących w obrocie umów z konsumentami, Prezes Urzędu uznał złożone zobowiązanie za zupełne, gdyż w równorzędny sposób zabezpiecza interesy prawne konsumentów, którzy zawarli umowy z J. Fąfarą i konsumentów, którzy mogą zawrzeć tego typu umowy w przyszłości.

W rezultacie, stosownie do przepisu art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nałożył na J. Fąfarę obowiązek wykonania przyjętego zobowiązania poprzez podjęcie działań zmierzających do zapobieżenia uprawdopodobnionemu naruszeniu w dwóch miesiący od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, poprzez:

– dokonanie zmiany treści zakwestionowanego postanowienia „*Do powyższych cen będzie doliczany podatek VAT w ustawowej wysokości*” w ten sposób, że otrzyma ono brzmienie: „1. Wyliczenie należności, za świadczone usługi nastąpi w oparciu o:

- c) Cenę brutto wywozu i unieszkodliwieniu 1 m<sup>3</sup> nieczystości stałych wynoszącą ....  
Słownie .....
- d) Miesięczną opłatę eksploatacyjną za każdy pojemnik o pojemności 1100 l - .....brutto  
Słownie .....

i wprowadzenie po zmianach do obrotu nowego wzorca umowy,

– doręczenie konsumentom, z którymi zostały podpisane umowy na podstawie dotychczasowego wzorca umowy pod nazwą „*Umowa*”, propozycji zmiany umów w sposób wynikający z przyjętego zobowiązania.

Prezes Urzędu przyjął zobowiązanie J. Fąfary uwzględniając termin realizacji zobowiązania przez niego wskazany.

Wobec spełnienia przesłanek wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.**

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

Zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania zobowiązania, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Wobec tego Prezes Urzędu nałożył na J. Fąfarę obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, zawierającej:

- 1) nowy wzorzec umowy pn. „*Umowa*” oraz wzór aneksu do umów zawartych z konsumentami na podstawie dotychczasowego wzorca umowy uwzględniający zmiany eliminujące naruszenia wskazane przez Prezesa Urzędu,
- 2) dane o liczbie konsumentów, którym doręczono aneksy do umów zawartych w oparciu o wzorzec umowy zawierający kwestionowane postanowienia wraz z dowodami potwierdzającymi doręczenie,
- 3) dane o liczbie konsumentów, którym nie doręczono aneksów do umów zawartych w oparciu o wzorzec umowy zawierający kwestionowane postanowienia oraz pisemne wyjaśnienia przyczyn ewentualnych niedoręczeń ww. aneksów

w terminie czterech miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 1 i 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

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

Barbara Romańczak-Graca

Otrzymuje:

Jacek Fąfara

Przedsiębiorstwo Handlowo – Usługowe FILPEX Jacek Fąfara w Kielcach

ul. J.N. Jeziorańskiego 73

25-408 Kielce