



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dnia 26 listopada 2014 r.

RKT-61-09/14/BP

DECYZJA Nr RKT - 34/2014

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Welstar Elitarnie sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Kielczewie,

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na:

1. stosowaniu w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) W przypadku braku zgłoszenia w terminie 3 dni jakichkolwiek [brak części tekstu – przyp. UOKiK] do stanu i składu przesyłki uznaje się, że Kupujący otrzymał towar określony w niniejszej umowie w całości nieużywany, bez jakichkolwiek wad i usterek i w tym zakresie nie wnosi jakichkolwiek uwag zarówno pod względem jakościowym jak i ilościowym”, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. stosowaniu w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „W przypadku sprzedaży towaru uszkodzonego lub używanego, co zostanie wyraźnie zaznaczone w umowie sprzedaży, towar może posiadać widoczne lub ukryte wady fizyczne. W tym wypadku towar nie podlega rękojmi, gwarancji ani niezgodności towaru z umową, a sprzedawca nie odpowiada za jakiegokolwiek wady widoczne lub ukryte towaru, a Kupujący zrzeka się z tego tytułu jakichkolwiek roszczeń. Podpisem pod niniejszą umową Kupujący akceptuje te warunki”, co jest niezgodne art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i nakazuje się zaniechanie ich stosowania,

II. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na:

1. stosowaniu w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) Zwrot zapłaconej przez Kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czterdziestu dni od daty zwrotu towaru w stanie nie zmienionym chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...)”, co jest niezgodne z art. 2 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych

praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. stosowaniu w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) Zwrot towaru powinien nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy (...)”, co jest niezgodne z art. 2 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

3. stosowaniu w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „Kupującemu nie przysługuje prawo odstąpienia od niniejszej umowy w szczególności w przypadku sprzedaży towarów o właściwościach lub niestandardowych parametrach określonych ściśle przez kupującego lub ściśle związanych z jego osobą”, co jest niezgodne z art. 5 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

4. stosowaniu w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) Niezapłacenie którejkolwiek raty w terminie, powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi (...)”, co jest niezgodne z art. 586 § 1 i § 3 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 121), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 29 września 2014 r.,

III. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** zaniechaniu zamieszczania w formularzach związanych z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa informacji o numerze identyfikacji podatkowej (NIP), co jest niezgodne z art. 21 pkt 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2013, poz. 672 ze zm.), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania,**

IV. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się na Welstar Elitarnie sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Kielczewie kary pieniężne** w wysokości:

1. 21 585 zł (słownie: dwudziestu jeden tysięcy pięciuset osiemdziesięciu pięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji,

2. 31 396 zł (słownie: trzydziestu jeden tysięcy trzystu dziewięćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji,

3. 5 396 zł (słownie: pięciu tysięcy trzystu dziewięćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji,

V. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 267 ze zm.), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanawia się obciążyć Welstar Elitarnie sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Kielczewie **kosztami przeprowadzonego postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty **27 zł** (słownie: dwudziestu siedmiu złotych), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”), przeprowadzono postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RKT-403-42/13/BP w sprawie działalności Welstar Elitarnie sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Kielczewie (zwanego dalej także „spółką” lub „przedsiębiorcą”). W toku przedmiotowego postępowania powzięto podejrzenie, iż ww. przedsiębiorca może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w sentencji niniejszej decyzji. W tych okolicznościach, Postanowieniem nr 1 z dnia 29 lipca 2014 r. (dowód: karty nr 2 – 4) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne, co uczyniono po uprzednim otrzymaniu upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dowód: karta nr 1).

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca ustosunkował się do postanowionych zarzutów w piśmie z dnia 15 września 2014 r. (dowód: karty nr 95-97) oraz w piśmie z dnia 6 października 2014 r. (dowód: karty nr 101-117).

Odnośnie punktu I.1. sentencji niniejszej decyzji spółka wyjaśniła, że zakwestionowane postanowienie ma wyłącznie charakter techniczny i obowiązuje tylko dla celów dowodowych. W ocenie spółki postanowienie to nie zmienia ustawowego terminu na zawiadomienie sprzedawcy o niezgodności towaru z umową, a jedynie ma na celu kontrolę prawidłowości dostarczenia przesyłki, co rodzi skutki w stosunkach sprzedawcy z doręczycielami i kurierami (dowód: karta nr 96).

Wobec punktu I.2. sentencji niniejszej decyzji przedsiębiorca wskazał, że w jego ocenie zakwestionowane postanowienie jest zgodne z prawem, tj. z art. 7 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 – zwanej dalej także „uswsk”) (dowód: karta nr 96).

W zakresie punktu II.1. sentencji niniejszej decyzji przedsiębiorca podniósł, że kwestionowane postanowienie zawiera oczywistą omyłkę pisarską (błąd zecerski) i zostanie niezwłocznie zastąpione klauzulą o treści: „Zwrot zapłaconej przez kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czternastu dni od daty odstąpienia od umowy, pod warunkiem zwrotu towaru w stanie niezmiennym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu” (dowód: karta nr 95).

Odnośnie punktu II.2. sentencji niniejszej decyzji przedsiębiorca wskazał, że również i to postanowienie zawiera błąd o charakterze redakcyjnym i zostanie zastąpione klauzulą o treści: „Zwrot towaru może nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy” (dowód: karty nr 95-96).

Wobec zarzutu punktu II.3. przedsiębiorca wyjaśnił, że kwestionowane postanowienie zostanie niezwłocznie usunięte z „Warunków umowy sprzedaży” (dowód: karta nr 96).

W zakresie punktu II.4. sentencji niniejszej decyzji spółka wskazała, że kwestionowane postanowienie zostanie niezwłocznie zastąpione postanowieniem o treści: „Niezapłacenie przez

kupującego co najmniej dwóch rat, przewyższających łącznie jedną piątą ceny powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi” (dowód: karta nr 96).

Pismem z dnia 6 października 2014 r. przedsiębiorca przedstawił kopię zmienionego dokumentu „Warunków umowy sprzedaży” oraz przykładowych umów zawartych z wykorzystaniem tego wzorca. Poinformował również o terminie wprowadzenia do obrotu konsumenckiego zmodyfikowanego wzorca „Warunków umowy sprzedaży” – ze zmianami wynikającymi z pisma spółki z dnia 15 września 2014 r. (dowód: karty nr 101-117).

Z kolei w piśmie z dnia 5 września 2014 r. przedsiębiorca przedstawił informacje dotyczące osiągniętego przez niego przychodu z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej w 2013 r. (dowód: karty nr 89-94).

Pismem z dnia 13 listopada 2014 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 119). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Welstar Elitarnie sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Kielczewie prowadzi działalność gospodarczą w oparciu o wpis do KRS pod Nr 0000460279. Przedmiotem działalności spółki jest m.in. pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami. Przedsiębiorca w ramach zawieranych umów poza lokalem przedsiębiorstwa oferuje do sprzedaży systemy czyszczące, zestawy pościeli oraz roboty kuchenne.

Ustalono, że zawarcie umów z konsumentami następuje na skutek zaproszenia na osobistą prezentację towaru, po której zainteresowani klienci mogą zakupić towar i podpisać umowę. Potencjalnym nabywcą może być każda osoba, niezależnie od wieku, dochodów, czy miejsca zamieszkania, z tym że na prezentacje zapraszane są osoby, które ukończyły 25 lat. Spółka zaprasza klientów z całej Polski. Pokazy odbywają się we wcześniej umówionych hotelach i restauracjach. Miejsce pokazu oddalone jest od miejsca zamieszkania osoby zapraszanej maksymalnie o 10 km. Każdy klient, który wyrazi zgodę na otrzymanie zaproszenia, otrzymuje takie na wskazany przez niego adres. Zaproszenie ma zawierać miejsce spotkania oraz godzinę prezentacji. Spółka podniosła także, że działa na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej i na tym obszarze organizuje prezentacje oraz zawiera umowy sprzedaży.

Ustalono, że od maja 2013 r. spółka stosuje jeden wzorec umowy sprzedaży oraz odstąpienia od umowy. Na odwrocie wzorca „Umowy sprzedaży” znajdują się „Warunki umowy sprzedaży”, które zgodnie z postanowieniami tego wzorca stanowią jego integralną część. W 2013 r. spółka zawarła [...] wiążące umowy sprzedaży oraz odnotowała [...] przypadków odstąpienia od zawartej umowy.

Ustalono, iż w umowach zawieranych z konsumentami, w dokumencie o nazwie „Warunki umowy sprzedaży” przedsiębiorca stosował następujące postanowienia umowne:

- ✓ „(...) Zwrot towaru powinien nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. Zwrot zapłaconej przez Kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czterdziestu dni od daty zwrotu towaru w stanie nie zmienionym chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...)” – pkt 1 ust. 9,
- ✓ „Kupującemu nie przysługuje prawo odstąpienia od niniejszej umowy w szczególności w przypadku sprzedaży towarów o właściwościach lub niestandardowych parametrach określonych ściśle przez kupującego lub ściśle związanych z jego osobą” – pkt 1 ust. 15,
- ✓ „(...) Niezapłacenie którejkolwiek raty w terminie, powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi (...)” – pkt 2 ust. 3,

- ✓ „(...) W przypadku braku zgłoszenia w terminie 3 dni jakichkolwiek [brak części tekstu – przyp. UOKIK] do stanu i składu przesyłki uznaje się, że Kupujący otrzymał towar określony w niniejszej umowie w całości nieużywany, bez jakichkolwiek wad i usterek i w tym zakresie nie wnosi jakichkolwiek uwag zarówno pod względem jakościowym jak i ilościowym” – pkt 3 ust. 2,
- ✓ „W przypadku sprzedaży towaru uszkodzonego lub używanego, co zostanie wyraźnie zaznaczone w umowie sprzedaży, towar może posiadać widoczne lub ukryte wady fizyczne. W tym wypadku towar nie podlega rękojmi, gwarancji ani niezgodności towaru z umową, a sprzedawca nie odpowiada za jakiegokolwiek wady widoczne lub ukryte towaru, a Kupujący zrzeka się z tego tytułu jakichkolwiek roszczeń. Podpisem pod niniejszą umową Kupujący akceptuje te warunki” – pkt 4 ust. 9.

Ustalono równocześnie, iż z dniem 29 września 2014 r. nastąpiły zmiany niektórych postanowień „Warunków umowy sprzedaży”:

- ✓ w miejsce postanowienia punktu 1 ust. 9 spółka wprowadziła klauzulę o treści: „(...) Zwrot towaru może nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. Zwrot zapłaconej przez kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czternastu dni od daty odstąpienia od umowy, pod warunkiem zwrotu towaru w stanie niezmienionym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...)”,
- ✓ w miejsce postanowienia punktu 2 ust. 3 spółka wprowadziła klauzulę o treści: „Niezapłacenie przez kupującego co najmniej dwóch rat, przewyższających łącznie jedną piątą ceny powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi”.

Ponadto ustalono, że spółka zrezygnowała ze stosowania postanowienia wymienionego w punkcie 1 ust. 15 „Warunków umowy sprzedaży” (dowód: karty nr 101-106). Ustalono także, że w dniu 29 września 2014 r. została zawarta pierwsza umowa z konsumentem, w oparciu o treść zmienionych dokumentów (dowód: karty nr 115-117).

Ustalono również, iż przedsiębiorca pomijał dane dotyczące numeru identyfikacji podatkowej (NIP) w zakresie wykorzystywanych przez niego formularzy dotyczących zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa – w tym wzorca „Umowy sprzedaży” wraz z „Warunkami umowy sprzedaży” (dowód: karty nr 14-29).

W 2013 r. spółka osiągnęła przychód z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej w wysokości [...]. Osiągnięty w 2013 r. przychód przedsiębiorcy ustalono na podstawie rachunku zysków i strat (dowód: karty nr 90-94).

Prezes Urzędu zważył, co następuje

W pierwszej kolejności konieczne jest ustalenie, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy doszło do naruszenia **interesu publicznoprawnego**. Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, celem regulacji w niej przyjętej jest zapewnienie rozwoju i ochrony konkurencji, a także podejmowana w interesie publicznym ochrona przedsiębiorców narażonych na stosowanie praktyk ograniczających konkurencję i ochrona interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zatem charakter publicznoprawny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego; w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane jedynie wówczas, gdy na skutek działań sprzecznych z przepisami prawa naruszony został interes publiczny. Ma to miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90).

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zawarli lub też zamierzali zawrzeć z przedsiębiorcą umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone było w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ było ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego.

W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających **zbiorowe interesy konsumentów**. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 101); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 – zwanej dalej także „k.c.”) w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Uznanie określonego działania przedsiębiorcy za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

- ✓ oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- ✓ praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- ✓ zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm. – zwanej dalej także „usdg”). Do takich podmiotów zalicza się Welstar Elitarnie sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Kielczewie, gdyż jest to spółka prawa handlowego wpisana do rejestru przedsiębiorców, wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą m.in. na sprzedaży detalicznej prowadzonej poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (dowód: karty nr 76-78).

Tym samym spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać

ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Drugą przesłanką, jaką należy wziąć pod uwagę w niniejszej sprawie jest to, iż kwestionowane zachowania przedsiębiorcy godzą w interesy konsumentów oraz, że zagrożone są zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie objaśnia znaczenia pojęć „godzenia w interesy konsumentów” oraz „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 ustawy jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.

Wskazówki, co do tego, jak należy pojmować zbiorowy interes konsumentów zawarte są natomiast w art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07, LEX nr 469180, OSNP 2009/13-14/188), Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów) wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. W ww. wyroku, Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie: „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów” należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Zgodnie z powołanym wyrokiem Sądu Najwyższego, przez interes zbiorowy należy rozumieć zatem interes, dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów konieczne jest, żeby działanie przedsiębiorcy było skierowane nie do konkretnej osoby, lecz do grupy adresatów wyodrębnionych za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Działanie o takim charakterze, jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa, nie tylko w odniesieniu do konkretnych konsumentów, lecz wobec każdego z członków danej zbiorowości. Przy tym, zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały rzeczywiście naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Istotne jest to, że przedmiotowe działanie może zagrozić, przynajmniej potencjalnie, interesom pewnego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku. W rozważanym przypadku oceniane zachowania przedsiębiorcy mogły oddziaływać na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutów opisanych w punktach I.-III. sentencji niniejszej decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie spełnione. Oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczyły szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczyły one wszystkich tych osób, które zawarły z przedsiębiorcą umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, jak i zagrażały interesom

wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, osób do których przedsiębiorca skierował swoją ofertę. Tym samym nie ulega wątpliwości, że rozważane działania godziły lub mogły godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi zostać spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność rozważanego zachowania. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być takie zachowanie przedsiębiorcy, które jako sprzeczne z ustawą szczególną można zaklasyfikować, jako niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i jedno z zachowań przykładowo wymienionych w art. 24 ust. 2 pkt 1 – 3 ww. ustawy.

Dodać należy, że stosownie do art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka jest niezgodna z art. 24 ww. ustawy wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów na przykład wskutek niedopełnienia określonego obowiązku informacyjnego względem konsumentów i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczy już samo zaniechanie udzielenia przez przedsiębiorcę istotnych informacji, nawet jeśli w praktyce nie zaistniały przesłanki wykorzystania tej informacji, na przykład określającej numer identyfikacji podatkowej (NIP) przedsiębiorcy. Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przyznają obowiązujące przepisy prawa”¹.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów². Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem³.

Podkreślenia wymaga także, że 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 całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego⁴. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a zatem okoliczność czy sprawca (przedsiębiorca) dopuścił się naruszenia umyślnie czy też nieumyślnie, a także świadomość naruszenia norm prawnych.

W niniejszej sprawie w punktach I.-II. sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzuty stosowania postanowień umownych pozostających w sprzeczności z

¹ Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

² Wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

³ Por. wyrok SOKiK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

⁴ Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001).

uregulowaniami zawartymi w k.c., uswsk oraz w ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225 – zwanej dalej także „uonpk”). Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. W tym zakresie należy stwierdzić, że dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.

Równocześnie w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji postawiono spółce zarzut niedopełnienia wyszczególnionego tam obowiązku informacyjnego określonego w usdg. Przekazanie wymaganych prawem informacji umożliwi konsumentowi podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy oraz jego skutkach. Niezależnie od etapu, na jakim jest wymagane podanie w określonej formie pewnych informacji, ich niedostatek prowadzi do osłabienia pozycji konsumenta względem przedsiębiorcy.

W tym miejscu konieczne jest rozważanie spełnienia przesłanki bezprawności w ramach każdego z postawionych spółce zarzutów. Zostanie to uczynione oddzielnie dla każdej z praktyk ocenianych w niniejszej decyzji.

Ad I.1. W zakresie punktu I.1. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Warunkach umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym, „(...) W przypadku braku zgłoszenia w terminie 3 dni jakichkolwiek [brak części tekstu – przyp. UOKiK] do stanu i składu przesyłki uznaje się, że Kupujący otrzymał towar określony w niniejszej umowie w całości nieużywany, bez jakichkolwiek wad i usterek i w tym zakresie nie wnosi jakichkolwiek uwag zarówno pod względem jakościowym jak i ilościowym”, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 uswsk, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z treści kwestionowanego postanowienia wynika, iż niezgłoszenie przez konsumenta w terminie 3 dni jakichkolwiek zastrzeżeń odnośnie przedmiotu zakupu oznacza, iż otrzymany przez konsumenta towar jest zgodny z umową. Zgodnie z art. 8 ust. 1 uswsk jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia. Zgodnie zaś z art. 9 ust. 1 uswsk kupujący traci uprawnienia przewidziane w art. 8, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie zawiadomienia przed jego upływem. W tym zakresie ustanowiony przez przedsiębiorcę termin 3 dni na zgłoszenie niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową pozostaje w sprzeczności z art. 9 ust. 1 uswsk. Zakwestionowane postanowienie w sposób znaczący ogranicza podstawowe prawa konsumenta dotyczące terminu zawiadomienia o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

W tym miejscu należy wskazać, że Prezes Urzędu nie zgadza się ze stanowiskiem przedsiębiorcy jakoby zakwestionowane powyżej postanowienie miało wyłącznie charakter techniczny i obowiązywało tylko dla celów dowodowych. W ocenie spółki zakwestionowane postanowienie nie zmienia ustawowego terminu na zawiadomienie sprzedawcy o niezgodności towaru z umową, a jedynie ma na celu kontrolę prawidłowości dostarczenia przesyłki, co rodzi skutki w stosunkach sprzedawcy z doręczycielami i kurierami. W ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowe postanowienie wprost reguluje stosunki pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem, dotyczące zawiadomienia o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Ponadto wprowadzone przez przedsiębiorcę zastrzeżenie może mieć również na celu obalenie domniemania niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową w chwili jego wydania. Zgodnie bowiem z art. 4 ust. 1 uswsk sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania. Co więcej, kupujący nie jest ustawowo obowiązany dokonywać kontroli towaru konsumpcyjnego. Warto także nadmienić, iż żadne inne postanowienie „Warunków umowy sprzedaży” nie dotyczy terminu zawiadomienia o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosuje postanowienie „Warunków umowy sprzedaży”, które jest sprzeczne z przepisami uswsk, a zatem, że jego działania mają **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów poprzez drastyczne skrócenie terminu, w który konsument jest uprawniony do zawiadomienia przedsiębiorcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona jest we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogą z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika z samej natury wykorzystywanego przez przedsiębiorcę dokumentu „Warunki umowy sprzedaży”, jakim posługuje się on w obrocie konsumenckim.

Ad I.2. W zakresie punktu I.2. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Warunkach umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „W przypadku sprzedaży towaru uszkodzonego lub używanego, co zostanie wyraźnie zaznaczone w umowie sprzedaży, towar może posiadać widoczne lub ukryte wady fizyczne. W tym wypadku towar nie podlega rękojmi, gwarancji ani niezgodności towaru z umową, a sprzedawca nie odpowiada za jakiegokolwiek wady widoczne lub ukryte towaru, a Kupujący zrzeka się z tego tytułu jakichkolwiek roszczeń. Podpisem pod niniejszą umową Kupujący akceptuje te warunki”, co jest niezgodne art. 10 ust. 1 uswsk, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W zakresie wyżej ocenianego postanowienia, o ile nie powinny budzić zastrzeżeń te jego elementy odnoszące się do widocznych wad fizycznych, to jednak wątpliwości Prezesa Urzędu wzbudziło rozszerzenie wyłączenia odpowiedzialności przedsiębiorcy co do wad ukrytych. W tym zakresie, w ocenie Prezesa Urzędu, przedmiotowe postanowienie należy uznać za niezgodne z art. 10 ust. 1 uswsk, zgodnie z którym sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu; termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru. Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana, strony mogą ten termin skrócić, jednakże nie poniżej jednego roku. Za niedopuszczalne należy uznać skrócenie

terminu odpowiedzialności sprzedawcy dokonane tylko przez niego w narzuconym nabywcy postanowieniu, z wyłączeniem możliwości wpływu tego ostatniego na jego treść. Dla skuteczności wyznaczenia krótszego terminu wymagana jest co najmniej zgoda kupującego, która winna być złożona co do zasady w momencie zawarcia umowy sprzedaży konsumenckiej, jednakże nie później niż w chwili wydania towaru. W przypadku niestosowania tego postanowienia, konsumenci zgodnie z art. 10 ust. 1 uswsk byłiby uprawnieni do zgłaszania ewentualnych roszczeń dotyczących rzeczy używanych.

W zakresie tego punktu decyzji przedsiębiorca wskazał, że w jego ocenie zakwestionowane postanowienie jest zgodne z prawem, tj. z art. 7 uswsk. Artykuł ten stanowi, że sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący w chwili zawarcia umowy o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. Jednocześnie zd. 2 tego artykułu stanowi, że to samo odnosi się do niezgodności, która wynikła z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego. W ocenie Prezesa Urzędu żaden konsument, w chwili wydawania towaru, nie ma możliwości „rozsądnej oceny” czy oferowany przez przedsiębiorcę towar posiada wady ukryte, a powyższe zastrzeżenie odnosi się również do rzeczy używanych. Ponadto nie sposób stwierdzić, iż każda rzecz używana posiada ukryte wady fizyczne. Nie można tym bardziej takim wnioskowaniem wykluczać ewentualnych roszczeń dotyczących niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Należy również wskazać, że w art. 10 ust. 4 uswsk określa dodatkowe sankcje za nielojalne zachowanie się sprzedawcy, który w chwili zawierania umowy wiedział o niezgodności towaru z umową i nie powiadomił o tym kupującego. Sankcją taką jest wydłużenie okresu jego odpowiedzialności poza terminy określone uswsk. Konsekwencją niepoinformowania kupującego o znanej sprzedawcy niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową jest utrata przez tego ostatniego przywilejów wynikających z nałożenia na kupującego obowiązków dochowania określonych terminów, tj. będzie on ponosić odpowiedzialność z tytułu niezgodności towaru z umową także w przypadku jej stwierdzenia po upływie dwóch lat od momentu wydania towaru bądź krótszego ustalonego przez strony na podstawie art. 10 ust. 1 in fine (dotyczącego rzeczy używanych).

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosuje postanowienie „Warunków umowy sprzedaży”, które jest sprzeczne z przepisami uswsk, a zatem, że jego działania mają **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów poprzez wyłączenie odpowiedzialności przedsiębiorcy odnośnie towarów używanych posiadających ukryte wady fizyczne. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona jest we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogą z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika z samej natury wykorzystywanego przez przedsiębiorcę dokumentu „Warunki umowy sprzedaży”, jakim posługuje się on w obrocie konsumenckim.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie I.1. oraz I.2. sentencji niniejszej decyzji.

Ad II.1. W zakresie punktu II.1. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Warunkach umowy sprzedaży”, w obrocie z

konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) Zwrot zapłaconej przez Kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czterdziestu dni od daty zwrotu towaru w stanie nie zmienionym chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...)”, co jest niezgodne z art. 2 ust. 3 w zw. z art. 17 uonpk, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienie jest niezgodne z art. 2 ust. 3 w zw. z art. 17 uonpk. Przedmiotowe uregulowanie ustawy wskazuje, że w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Określony zaś przez przedsiębiorcę termin czterdziestu dni w sposób wyraźny wykracza poza granice ustalone w uonpk. Stosowana przez przedsiębiorcę praktyka w sposób nieuzasadniony wydłuża termin w jakim nastąpi zwrot świadczenia konsumenta. W doktrynie wskazuje się, że wchodząca w grę suma pieniężna, jest zwykle znaczniejsza dla konsumenta, stąd też konsument nie powinien być pozbawiony możliwości dysponowania nią przez długi okres czasu⁵. Zgodnie zaś z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 2 ust. 3 tej ustawy. Stwierdzono zatem, że spółka stosowała postanowienie „Warunków umowy sprzedaży”, które jest sprzeczne z przepisami uonpk, a zatem, że jej działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów poprzez pozbawienie ich możliwości dysponowania należną im kwotą pieniężną w dłuższym zakresie niż przewiduje to ustawa. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika z samej natury wykorzystywanego przez przedsiębiorcę dokumentu „Warunki umowy sprzedaży”, jakim posługuje się on w obrocie konsumenckim.

Ad II.2. W zakresie punktu II.2. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Warunkach umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) Zwrot towaru powinien nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy (...)”, co jest niezgodne z art. 2 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 2 ust. 1 uonpk konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Analizowane postanowienie wbrew uregulowaniu ustawowemu sugeruje zaś, że dla skuteczności odstąpienia od umowy konieczne jest dostarczenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy wraz ze zwracanym towarem. Zgodnie z uonpk dla zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Równocześnie w art. 2 ust. 3 uonpk zawarto uregulowanie, zgodnie z

⁵ Olczyk M., Komentarz do ustawy z dnia 19 września 2003 r. o zmianie ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U.03.188.1837), opubl. LEX/el., 2004.

którym w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Wskazane uregulowanie ustawy w sposób jednoznaczny przewiduje, iż zwrot tego co strony świadczyły następuje w terminie czternastu dni od dnia odstąpienia od umowy, który dla konsumenta liczony jest od momentu wysłania oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Złożenie oświadczenia nie jest równoznaczne z fizycznym zwróceniem towaru, czyli np. wysłaniem przesyłki do przedsiębiorcy. Oczywiście, konsument może równocześnie z zachowaniem 10-dniowego terminu złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy i jednocześnie zwrócić przedmiot umowy. W ocenie Prezesa Urzędu nie można jednak od konsumenta wymagać, aby obie te czynności mieściły się w terminie 10 dni od dnia zawarcia umowy, skoro ustawodawca w art. 2 ust. 3 uonpk wyraźnie określił termin na wzajemne rozliczenie stron umowy. Stosowane przez przedsiębiorcę postanowienie mogło w sposób skuteczny zniechęcać przeciętnych konsumentów do skorzystania z przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy, a przez to naruszać równowagę pomiędzy stronami kontraktu. Z uwagi bowiem na charakter umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, ustawodawca zdecydował się na przyznanie przedmiotowego uprawnienia, stanowiącego wyjątek od zasady *pacta sunt servanda*, aby chronić słabszych uczestników rynku jakimi są konsumenci. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 2 ust. 1 i 3 tej ustawy. Stwierdzono zatem, że spółka stosowała postanowienie „Warunków umowy sprzedaży”, które jest sprzeczne z przepisami uonpk, a zatem, że jej działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów. Zakwestionowana klauzula znacząco skraca czas, w którym konsument jest uprawniony do zwrotu zakupionego poza lokalem przedsiębiorstwa towaru. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika z samej natury wykorzystywanego przez przedsiębiorcę dokumentu „Warunki umowy sprzedaży”, jakim posługuje się on w obrocie konsumenckim.

Ad II.3. W zakresie punktu II.3. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Warunkach umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „Kupującemu nie przysługuje prawo odstąpienia od niniejszej umowy w szczególności w przypadku sprzedaży towarów o właściwościach lub niestandardowych parametrach określonych ściśle przez kupującego lub ściśle związanych z jego osobą”, co jest niezgodne z art. 5 w zw. z art. 17 uonpk, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W art. 5 uonpk zostały enumeratywnie wymienione przypadki, w których przepisy tej ustawy nie znajdują zastosowania. W żadnym z punktów tego artykułu nie można odnaleźć przyczyn, które zostały określone przez przedsiębiorcę, tj. „towarów o właściwościach lub niestandardowych parametrach określonych ściśle przez kupującego lub ściśle związanych z jego osobą”. Powyższe przesłanki mogłyby znaleźć zastosowanie w przypadku umów zawieranych na odległość (art. 10 ust. 3 pkt 4 uonpk), jest to natomiast wykluczone w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Zgodnie z poglądami wyrażonymi w doktrynie, ochrona konsumenta w umowach zawieranych poza lokalem

przedsiębiorstwa wyraża się w szczególności w obowiązkach informacyjnych przedsiębiorcy wobec konsumenta, w przyznaniu konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy bez podania przyczyn oraz w semiimperatywności przepisów regulujących tę ochronę⁶. Przez semiimperatywność tych przepisów należy rozumieć, iż sytuacja prawna konsumentów związana z procesem kontraktowania nie może być w żaden sposób pogorszona w porównaniu do regulacji ustawowej. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 5 tej ustawy. Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie „Warunków umowy sprzedaży”, które jest sprzeczne z przepisami uonpk, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów poprzez jednostronne i niezgodne z ustawą rozszerzenie wyjątków, w których konsumenci pozbawieni byli prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika z samej natury wykorzystywanego przez przedsiębiorcę dokumentu „Warunki umowy sprzedaży”, jakim posługuje się on w obrocie konsumenckim.

Ad II.4. W zakresie punktu II.4. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Warunkach umowy sprzedaży”, w obrocie z konsumentami, postanowienia, zgodnie z którym „(...) Niezapłacenie którejkolwiek raty w terminie, powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi (...)”, co jest niezgodne z art. 586 § 1 i § 3 k.c., a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Regulacja zawarta w art. 586 k.c. wprowadza instrumenty, których celem jest wzmocnienie ochrony interesów kupującego na raty. Przepisy te tworzą minimum ochrony, przewidzianej w wypadku wystąpienia po stronie kupującego zwłoki z zapłatą ceny. Jedną z możliwych konsekwencji naruszenia terminu zapłaty poszczególnych rat przez kupującego może być natychmiastowa wymagalność zapłaty całej nieuiszczonej jeszcze ceny. Skuteczność zastrzeżenia będzie jednak zależała od spełnienia szeregu przesłanek. Postanowienie stosowane przez przedsiębiorcę jest zaś próbą obejścia wzmoczonej ochrony nabywcy przewidzianej w art. 586 k.c. Zgodnie z art. 586 § 1 tej ustawy zastrzeżenie natychmiastowej wymagalności nieuiszczonej ceny na wypadek uchybienia terminom poszczególnych rat jest skuteczne tylko wtedy, gdy było uczynione na piśmie przy zawarciu umowy, a kupujący jest w zwłoce z zapłatą co najmniej dwóch rat, łączna zaś suma zaległych rat przewyższa jedną piątą część umówionej ceny. Równocześnie § 3 tego artykułu stanowi, że postanowienia umowne mniej korzystne dla kupującego są nieważne i zamiast nich stosuje się przepisy niniejszego artykułu. Stosowane przez przedsiębiorcę postanowienie w sposób wyraźny odbiega od zabezpieczających dla kupującego unormowań k.c. dotyczących sprzedaży ratalnej. Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie „Warunków umowy sprzedaży”, które jest sprzeczne z przepisami k.c., a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

⁶ Gnela B., *Umowa konsumencka w polskim prawie cywilnym i prywatnym międzynarodowym*, opubl. LEX 2013.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów poprzez znaczące osłabienie ich pozycji w sytuacji zalegania przez nich z terminową spłatą należności ratalnej. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika z samej natury wykorzystywanego przez przedsiębiorcę dokumentu „Warunki umowy sprzedaży”, jakim posługuje się on w obrocie konsumenckim.

W toku postępowania ustalono, że spółka zmieniła kwestionowane klauzule punktów II.1.-II.2. i II.4. oraz że wykreśliła postanowienie punktu II.3. W miejsce postanowienia dotyczącego punktu II.1. sentencji niniejszej decyzji spółka wprowadziła klauzulę o treści: „(...) Zwrot towaru może nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. (...)”, a w miejsce postanowienia, którego dotyczy punkt II.2. sentencji niniejszej decyzji, w zmodyfikowanych „Warunkach umowy sprzedaży” znalazła się klauzula o treści: „(...) Zwrot zapłaconej przez kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czternastu dni od daty odstąpienia od umowy, pod warunkiem zwrotu towaru w stanie niezmienionym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...)”. Wprowadzone przez spółkę uregulowania, odnośnie punktu II.1. i II.2. sentencji niniejszej decyzji, pozostają w zgodzie z art. 2 ust. 3 uonpk. Równocześnie, w miejsce postanowienia punktu 2 ust. 3 „Warunków umowy sprzedaży” (punkt II.4. sentencji niniejszej decyzji) spółka wprowadziła klauzulę o treści: „Niezapłacenie przez kupującego co najmniej dwóch rat, przewyższających łącznie jedną piątą ceny powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi”. Zmodyfikowane przez spółkę postanowienie pozostaje w zgodzie z uregulowaniem art. 586 k.c. Do zmian w dokumencie „Warunki umowy sprzedaży” doszło w dniu 29 września 2014 r. W tym też dniu została zawarta pierwsza umowa z wykorzystaniem zmodyfikowanego dokumentu. W związku z tym należało przyjąć, iż z tym właśnie dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Wobec powyższego należało orzec jak w punktach II.1.-II.4. sentencji niniejszej decyzji.

Ad III. W punkcie III. sentencji niniejszej decyzji opisana została praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązku informacyjnego na etapie zawierania kontraktu, którego niewypełnienie mogło rzutować na etap wykonywania kontraktu. Jednym z fundamentalnych praw każdego konsumenta jest prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Obowiązek dostarczania konsumentowi takiej informacji zależy od rodzaju poszczególnej transakcji z udziałem konsumentów, zawsze jednak udzielana informacja powinna być rzetelna, pełna i prawdziwa. Obowiązek informacyjny powinien wynikać z normy prawnej, nakazującej przedsiębiorcy odpowiednie zachowanie i obejmuje cały proces zawierania umowy z konsumentem oraz wykonywania tej umowy. To, czy został naruszony obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji można ostatecznie rozstrzygnąć dopiero po uwzględnieniu przepisów odrębnych ustaw. W punkcie tym opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej

na zaniechaniu zamieszczania w formularzach związanych z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa informacji o numerze identyfikacji podatkowej (NIP), co jest niezgodne z art. 21 pkt 2 usdg, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w ww. art. 24 ust. 2 pkt ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi jedną z generalnych zasad w relacjach przedsiębiorców z konsumentami. Pozbawienie konsumentów dostępu do informacji w sposób istotny ogranicza możliwość podejmowania przez nich świadomych decyzji rynkowych, w tym dokonania wyboru w kwestii związania się bądź nie umową z konkretnym przedsiębiorcą. Należy przy tym zauważyć, że obowiązek ten znajduje podstawy w przepisach różnych aktów prawnych. Art. 21 pkt 2 usdg nakłada na przedsiębiorcę, który oferuje towary lub usługi w sprzedaży bezpośredniej lub sprzedaży na odległość, za pośrednictwem środków masowego przekazu, sieci teleinformatycznych lub druków bezadresowych, obowiązek podania w ofercie danych odnośnie numeru identyfikacji podatkowej (NIP). Przepisy tej ustawy nie definiują pojęcia sprzedaży bezpośredniej oraz oferty. Przyjmuje się jednak, że chodzi tu o taki sposób sprzedaży, w którym nie dochodzi do zetknięcia się stron w siedzibie przedsiębiorcy, a więc że jest to sprzedaż obwoźna dokonywana za pośrednictwem agenta czy też komiwojażera (sprzedaż bezpośrednia)⁷. W doktrynie podkreśla się także, że swoim zakresem art. 21 obejmuje zarówno ofertę w rozumieniu art. 66 i nast. k.c., jak i tzw. ofertę handlową. Z określonych w ww. przepisie sposobów komunikowania się sprzedawcy lub usługodawcy wynika przy tym, że chodzi tu o ofertę skierowaną do oznaczonej osoby, jak i nieoznaczonej z góry grupy osób – ad personam incertam⁸. Wykorzystywane przez przedsiębiorcę formularze związane z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa tj. wzorzec „Umowy sprzedaży” i znajdujące się na jego odwrocie „Warunki umowy sprzedaży” nie zawierają tych informacji. Należy podkreślić, że numer identyfikacji podatkowej (NIP) stanowi podstawowy numer identyfikujący przedsiębiorcę w obrocie prawnogospodarczym. Dla konsumenta ma to szczególne znaczenie w potencjalnym sporze z przedsiębiorcą. Wskazanie tych informacji przez przedsiębiorcę ma umożliwić konsumentowi jeszcze lepszą i dokładniejszą identyfikację przedsiębiorcy.

Zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż brak informacji o numerze identyfikacji podatkowej (NIP) może utrudniać, a nawet uniemożliwiać konsumentowi zidentyfikowanie swojego kontrahenta, a co za tym idzie stanowi to zagrożenie dla interesów konsumentów (ekonomicznych oraz pozaekonomicznych, np. strata czasu konieczna do zidentyfikowania przedsiębiorcy w inny sposób). Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona jest we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogą z nim zawrzeć umowę poza lokalem przedsiębiorstwa poprzez wykorzystywane w jego działalności formularze.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji.

Ad IV. Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę

⁷ Por. Kohutek K., Komentarz do art. 21 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, opubl. LEX/el. 2005.

⁸ Trzeciński K., Komentarz do art. 21 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, opubl. ABC 2007.

naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Okoliczność ta jest jednak czynnikiem relewantnym przy miarkowaniu wysokości nakładanej kary pieniężnej⁹. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ustalając wysokość kary pieniężnej w decyzjach stwierdzających naruszenie zakazów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, należy zatem uwzględnić wagę tego naruszenia, rozmiar skutków stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jak również zaistniałe okoliczności obciążające i łagodzące.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować bezprawnych postanowień, ani w żaden inny sposób godzić w interesy konsumentów. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania za naruszenie przez niego zbiorowych interesów konsumentów. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W punktach I.-III. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2 oraz w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Powyższe daje podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2013 r., który wyniósł [...]. W związku z tym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [...].

Ustalenie wymiaru kar pieniężnych w przedmiotowej sprawie ma charakter wieloetapowy, co spowodowane jest zaistnieniem okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiary kar pieniężnych za naruszenia stwierdzone punktach I.-III. sentencji niniejszej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokona oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustali kwotę bazową, stanowiącą podstawę dla dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokona gradacji ustalonej kwoty bazowej.

1. Pierwsza z kar jest wymierzana z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji polegającego na stosowaniu w dokumencie „Warunki umowy sprzedaży”, postanowień o treści:

- ✓ „(...) W przypadku braku zgłoszenia w terminie 3 dni jakichkolwiek [brak części tekstu – przyp. UOKIK] do stanu i składu przesyłki uznaje się, że Kupujący otrzymał towar określony w niniejszej umowie w całości nieużywany, bez jakichkolwiek wad i usterek i w tym zakresie nie wnosi jakichkolwiek uwag zarówno pod względem jakościowym jak i ilościowym”
- ✓ „W przypadku sprzedaży towaru uszkodzonego lub używanego, co zostanie wyraźnie zaznaczone w umowie sprzedaży, towar może posiadać widoczne lub ukryte wady fizyczne. W tym wypadku towar nie podlega rękojmi, gwarancji ani niezgodności towaru z umową, a sprzedawca nie odpowiada za jakiegokolwiek wady widoczne lub ukryte towaru, a Kupujący

⁹ Kohutek K. w: *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008 r., s. 1027.

zrzeka się z tego tytułu jakichkolwiek roszczeń. Podpisem pod niniejszą umową Kupujący akceptuje te warunki”, które są niezgodne z postanowieniami uswsk.

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych naruszeń. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż praktyki wymienione w punkcie I. decyzji ujawniają się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutują lub też mogą rzutować na etap jego wykonywania. Na podstawie zakwestionowanych postanowień pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów, jak również naruszone zostały ich interesy ekonomiczne. W zakresie praktyki punktu I.1. pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów poprzez znaczące skrócenie terminu, w którym konsument jest uprawniony do zawiadomienia przedsiębiorcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, a w odniesieniu do praktyki punktu I.2. pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów poprzez wyłączenie odpowiedzialności przedsiębiorcy w przypadku towarów używanych posiadających ukryte wady fizyczne. Ze względu na specyfikę umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, a także rodzaj instytucji jakie zostały przez przedsiębiorcę wadliwie przedstawione – wagę tych naruszeń należało określić jako dużą. Ponadto, ocenianą praktykę należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwa ona od maja 2013 r. – tj. od ponad roku.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista formułując treść postanowień „Warunków umowy sprzedaży” powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby nie zostały naruszone powszechnie obowiązujące przepisy prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem I. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie I. sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że natura tych naruszeń oraz okoliczności w jakich do nich doszło uzasadniają ustalenie poziomu kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia dla dalszych obliczeń na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **19 622,74 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W niniejszej sprawie nie pojawiła się żadna okoliczność łagodząca. Wystąpiła jednak jedna okoliczność obciążająca, którą jest znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z zawieraniem przez przedsiębiorcę umów z konsumentami na terenie całego kraju. Wystąpienie ww. okoliczności powoduje zwiększenie wysokości kary pieniężnej o **10 %** w stosunku do pierwotnego poziomu, to jest do poziomu **21 585 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 21 585 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej

wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **IV.1.** sentencji niniejszej decyzji.

2. Druga z kar jest wymierzana z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji polegającego na stosowaniu we wzorcu „Warunki umowy sprzedaży”, postanowień o treści:

- ✓ „(...) Zwrot zapłaconej przez Kupującego ceny bądź jej części następuje w terminie czterdziestu dni od daty zwrotu towaru w stanie nie zmienionym chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu (...)”;
- ✓ „(...) Zwrot towaru powinien nastąpić wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy (...)”;
- ✓ „Kupującemu nie przysługuje prawo odstąpienia od niniejszej umowy w szczególności w przypadku sprzedaży towarów o właściwościach lub niestandardowych parametrach określonych ściśle przez kupującego lub ściśle związanych z jego osobą”;
- ✓ „(...) Niezapłacenie którejkolwiek raty w terminie, powoduje wymagalność reszty niezapłaconej ceny z odsetkami ustawowymi (...)”, które są niezgodne z postanowieniami uonpk oraz k.c.

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych naruszeń. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż praktyki wymienione w punkcie II. decyzji ujawniły się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowały lub też mogły rzutować na etap jego wykonywania. Na podstawie zakwestionowanych postanowień pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów, jak również naruszone zostały ich interesy ekonomiczne. W odniesieniu do praktyki punktu II.1. pogorszeniu uległa sytuacja ekonomiczna konsumentów poprzez pozbawienie ich możliwości dysponowania należną im kwotą pieniężną w dłuższym zakresie aniżeli przewiduje to uonpk. W zakresie praktyki punktu II.2. pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów odnośnie znaczącego skrócenia czasu, w którym konsument był uprawniony do zwrotu zakupionego poza lokalem przedsiębiorstwa towaru, a w zakresie praktyki punktu II.3. pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów poprzez jednostronne i niezgodne z ustawą rozszerzenie wyjątków, w których konsumenci pozbawieni byli prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W odniesieniu do praktyki punktu II.4. pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów poprzez znaczące osłabienie ich pozycji w sytuacji zalegania przez nich z terminową spłatą należności ratalnej. Ze względu na specyfikę umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, a także rodzaj instytucji jakie zostały przez przedsiębiorcę wadliwie przedstawione – wagę tych naruszeń należało określić jako dużą. Ponadto, ocenianą praktykę należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwała ona od maja 2013 r. do września 2014 r. – tj. ponad rok.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślne. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista formułując treść postanowień „Warunków umowy sprzedaży” powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby nie zostały naruszone powszechnie obowiązujące przepisy prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem II. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w

punkcie II. sentencji decyzji nieумыślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieумыślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że natura tych naruszeń oraz okoliczności w jakich do nich doszło uzasadniają ustalenie poziomu kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia dla dalszych obliczeń na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **39 245,48 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki niezwłocznie po wszczęciu przez Prezesa Urzędu przedmiotowego postępowania, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30 %**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego konta aukcyjnego allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o **10 %**. W związku z powyższym wymiar akry pieniężnej należy łącznie zmniejszyć o **20 %**, to jest do poziomu **31 396 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 31 396 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **IV.2.** sentencji niniejszej decyzji.

3. Trzecia kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji, polegającej na zaniechaniu zamieszczania w formularzach związanych z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa informacji o numerze identyfikacji podatkowej (NIP).

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych naruszeń. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż praktyka opisana w punkcie III. decyzji ujawniła się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowały lub też mogły rzutować na etap jego wykonywania. Na podstawie stwierdzonego zaniechania pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów. Wskazane zaniechanie mogły utrudnić, a nawet uniemożliwić konsumentowi zidentyfikowanie swojego kontrahenta. Powyższe stanowiło zatem zagrożenie dla interesów konsumentów (ekonomicznych oraz pozaekonomicznych, np. strata czasu konieczna do zidentyfikowania przedsiębiorcy w inny sposób). W tym też zakresie wagę ww. naruszenia należało określić jako stosunkowo dużą. Ocenianą praktykę należy ponadto uznać za długotrwałą, gdyż jak ustalono trwa ona od maja 2013 r., tj. od ponad roku.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieумыślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy poza lokalem przedsiębiorstwa powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy

faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem III. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie III. sentencji decyzji nieумыślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieумыślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że natura tego naruszenia oraz okoliczności w jakich do niego doszło uzasadnia ustalenie poziomu kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia dla dalszych obliczeń na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **4 905,69 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W niniejszej sprawie nie pojawiła się żadna okoliczność łagodząca. Wystąpiła jednak jedna okoliczność obciążająca, którą jest znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z zawieraniem przez przedsiębiorcę umów z konsumentami na terenie całego kraju. Wystąpienie ww. okoliczności powoduje zwiększenie wysokości kary pieniężnej o **10 %** w stosunku do pierwotnego poziomu, to jest do poziomu **5 396 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 5396 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **IV.3.** sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Ad V. 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 w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Na podstawie art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I.-III. sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją

prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **27 zł** (słownie: dwudziestu siedmiu złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeksu postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 101) – 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 Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie V. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, można wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH
Maciej Fragsztajn