



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ

Katowice, 17 października 2017 r.

RKT-61-02/16/BP

DECYZJA Nr RKT-7/2017

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko **Łukaszowi Cybulskiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą PREMIUM Łukasz Cybulski w Tychach**

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwej informacji, polegającej na rozszerzeniu wyjątku wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, o którym mowa w art. 38 pkt 5 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2017 r., poz. 683), dotyczącego urządzenia gospodarstwa domowego o nazwie Premium-Appetite, z uwagi na traktowanie tego produktu przez przedsiębiorcę jako rzeczy dostarczanej w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.), a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2016 r.,**

II. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie w umowie zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, przewidującej możliwość kredytowania przez bank nabywanego urządzenia Premium-Appetite, informacji o ilości oraz wysokości rat - które mogą sugerować, iż wyliczenia te składają się na detaliczną cenę urządzenia wskazaną w umowie, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.), a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2016 r.,**

III. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie informacji, iż termin na rozpatrzenie zgłoszenia reklamacyjnego wynosi 28 dni od daty jego otrzymania przez przedsiębiorcę, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.) w zw. z art. 561⁵ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 2017 r., poz. 459 ze zm.), który przewiduje, iż nieustosunkowanie się do żądania konsumenta polegającego na wymianie rzeczy, usunięciu wady albo złożeniu oświadczenia o obniżeniu ceny, określającego kwotę, o którą cena ma być obniżona, w terminie czternastu dni, jest jednoznaczne z uznaniem tego żądania za uzasadnione, a poprzez to stanowi praktykę

naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2016 r.,

IV. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu w umowach sprzedaży urządzenia Premium-Appetite zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa postanowienia wskazującego, iż termin na odstąpienie od umowy rozpoczyna swój bieg od daty zawarcia umowy sprzedaży ww. urządzenia, co jest niezgodne z art. 27 w zw. z art. 28 pkt 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2017 r., poz. 683), a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2016 r.,

V. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na naruszaniu obowiązku informowania konsumentów przy zawieraniu poza lokalem przedsiębiorstwa umów sprzedaży urządzenia Premium-Appetite o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad poprzez nie utrwalenie tej informacji na papierze lub na innym trwałym nośniku, co jest niezgodne z art. 14 ust. 1 w zw. z art. 12 ust. 1 pkt 13 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2017 r., poz. 683), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2016 r.,

VI. na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, określa się środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, poprzez nałożenie na Łukasza Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą PREMIUM Łukasz Cybulski w Tychach obowiązku wysłania - w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji do wszystkich konsumentów, którzy zawarli z przedsiębiorcą umowy poza lokalem przedsiębiorstwa dotyczące urządzenia Premium-Appetite - pisma (w formie przesyłki rejestrowanej - listu poleconego) - sformułowanego w sposób rzetelny i zrozumiały, zawierającego informację o wydaniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji w niniejszej sprawie (uwzględniając numer oraz datę wydania decyzji) wraz z przytoczeniem sentencji tej decyzji oraz informacją o stronie internetowej, na której decyzja będzie dostępna (www.uokik.gov.pl), jak również przytoczenie przez przedsiębiorcę treści art. 12, 13 i 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.),

VII. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Łukasza Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą PREMIUM Łukasz Cybulski w Tychach kary pieniężne w następującej wysokości:

1. 22319 PLN (słownie: dwudziestu dwóch tysięcy trzystu dziewiętnastu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji;

2. 11478 PLN (słownie: jedenastu tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji;

3. 2870 PLN (słownie: dwóch tysięcy ośmiuset siedemdziesięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji;

4. 5739 PLN (słownie: pięciu tysięcy siedmiuset trzydziestu dziewięciu 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 IV. sentencji niniejszej decyzji;

5. 2870 PLN (słownie: dwóch tysięcy osmiuset siedemdziesięciu 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 V. sentencji niniejszej decyzji,

VIII. 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 (Dz. U. z 2017 r., poz. 1257), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uwzględniając wynik przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, postanawia się **obciążyć Łukasza Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą PREMIUM Łukasz Cybulski w Tychach** kosztami opisanego na wstępie postępowania oraz zobowiązuje się go do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **86 PLN** (słownie: osiemdziesięciu sześciu złotych), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”), przeprowadzono postępowanie wyjaśniające [znak: RKT-403-07/15/BP] w sprawie działalności Łukasza Cybulskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą PREMIUM Łukasz Cybulski w Tychach (zwanego dalej także „przedsiębiorcą”). Bezpośrednim asumptem do wszczęcia ww. postępowania były otrzymane przez Prezesa Urzędu cztery wystąpienia miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów, wskazujące na nieprawidłowości w działalności ww. podmiotu. Poza ww. wystąpieniami, już w trakcie prowadzonego postępowania otrzymano dodatkowe dwa wystąpienia rzeczników konsumentów. Wszystkie one dotyczyły problematyki odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem było urządzenie gospodarstwa domowego o nazwie Premium-Appetite.

Na podstawie analizy przedstawionego przez przedsiębiorcę wzorca umowy sprzedaży (oraz umów faktycznie zawartych z jego wykorzystaniem), a także pism dotyczących odstąpienia od umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa wraz z kompletem obustronnej korespondencji w każdej ze spraw, Prezes Urzędu powziął podejrzenie, iż w zakresie opisanym powyżej mogło dojść do naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z powołanym przepisem zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w tym stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych¹. W tych okolicznościach, Postanowieniem nr 1 z dnia 29 marca 2016 r. (dowód: karty nr 1-4) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne.

W toku niniejszego postępowania, w odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca przedstawił swoje stanowisko w sprawie w piśmie z dnia 12 kwietnia 2016 r. (dowód: karty nr 217-222).

Odnosnie zarzutu nr I. przedsiębiorca wskazał, że klienci utracili prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży ze względu na ochronę zdrowia oraz względy higieniczne. Konsument był każdorazowo informowany przez przedstawiciela oraz poprzez stosowny zapis w umowie, iż w momencie rozpieczętowania urządzenia traci możliwość odstąpienia od umowy - stosownie do art. 38 pkt 5 ustawy o prawach konsumenta. Przedsiębiorca wyjaśnił, że samo rozcięcie plomby najczęściej następuje przez samego konsumenta, aczkolwiek zdarzały się przypadki gdy to klient prosił przedstawiciela o pierwsze uruchomienie urządzenia oraz przecięcie plomby. Akceptował tym samym brak możliwości odstąpienia od umowy.

¹ Wg brzmienia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obowiązującego sprzed 17 kwietnia 2016 r.

Oświadczenia konsumentów o odstąpieniu od umowy były akceptowane w pełni o ile tylko konsument nie zdecydował się na uruchomienie urządzenia i rozcięcie plomb. Prezentacja urządzenia miała odbywać się zawsze na urządzeniu prezentacyjnym, identycznym, jaki mógł nabyć konsument, po uprzednim umożliwieniu mu zapoznania się ze sprzętem, wypróbowaniu go oraz przekonaniu się o jego przydatności w gospodarstwie domowym. W momencie zakupu konsument miał możliwość zapoznania się z zakupionym towarem - sprawdzić kompletność zestawu oraz stan techniczny - bez konieczności zrywania plomb, która uniemożliwiała wyłącznie korzystanie z urządzenia. Z racji tego, że urządzenie Premium-Appetite jest urządzeniem, które służy do przygotowania posiłków, przedsiębiorca nie chciał brać odpowiedzialności za zdrowie swoich klientów, w przypadkach, gdy urządzenie działało przez dwa tygodnie w innym domu, nikt nie miał wpływu na to czy dotychczasowy użytkownik nie jest chory na jakąś zakaźną chorobę - np. gruźlicę. Przedsiębiorca zwrócił również uwagę na możliwość stosowania „silnie agresywnych środków chemicznych”, które mogły również zagrażać zdrowiu, a nawet życiu następnego konsumenta. Z uwagi na powyższe, urządzenie Premium-Appetite miało wyraźnie odznaczać się brakiem możliwości ponownego wprowadzenia go do obrotu.

Przedsiębiorca wskazał, iż ponowne wprowadzenie rozplombowanego urządzenia do obrotu jest niemożliwe również z tego względu, że przyszli klienci oczekują urządzenia, co do którego istnieje pewność, że nie było użytkowane przez inne osoby. W przypadku korzystania przez klientów z urządzenia w okresie 14 dni do namysłu, dochodzi do wypalania płyt grzewczych i utraty właściwości sterylnych co bezpośrednio ma dyskwalifikować możliwość sprzedaży takiego urządzenia innemu konsumentowi. Ponadto, próba wprowadzenia używanego urządzenia do obrotu pozostaje w konflikcie z zobowiązaniem przedsiębiorcy do dostarczenia urządzenia nieużywanego wolnego od wad.

Kwestionując II. z postawionych zarzutów przedsiębiorca podniósł, że klienci którzy zawierali umowę poza lokalem przedsiębiorstwa na zakup urządzenia Premium-Appetite oraz wyrazili zgodę na kredytowanie tego zakupu, każdorazowo zapoznawali się z aktualną „tabelą ratalną”, która zawierała wszystkie informacje o kredycie, w tym koszty kredytu oraz całkowitą kwotę do spłaty. Fakt ten również miał wynikać z załącznika do umowy sprzedaży - „Oświadczenia woli zawarcia kredytu konsumenckiego”. Cena brutto urządzenia Premium-Appetite podana w umowie sprzedaży była faktyczną ceną zakupu przez klienta i ostateczną kwotą jaką otrzymywał przedsiębiorca. Kwota ta widniała również na fakturze VAT jaką otrzymywał kupujący. W przypadku kredytowania zakupu przez bank, cena brutto urządzenia była rozłożona na podstawie umowy kredytowej i zgodnie z wolą kupującego na ilość i wysokość rat, którą klient wybierał i akceptował. Konsument miał być każdorazowo świadomy, że w przypadku zakupu na raty, suma rat będzie wyższa niż cena detaliczna urządzenia Premium-Appetite, a powstała różnica jest kosztem uzyskania kredytu za pośrednictwem banku. Ponadto bank miał się każdorazowo kontaktować z klientem potwierdzając informacje o koszcie kredytu, całkowitej kwocie spłaty, wysokości oprocentowania oraz obowiązkowych ubezpieczeniach. Jeśli klient nie wyrażał zgody telefonicznie na uruchomienie kredytu na zakup urządzenia i na wybranych przez siebie zasadach, mógł skorzystać z innej oferty banku lub odstąpić od umowy kredytowej.

W odniesieniu do punktu III. przedsiębiorca wskazał, że zgłoszenie reklamacyjne zawsze było rozpatrywane w terminie do 14 dni od daty jego wpływu. Okres 28 dni dotyczył czasu ewentualnej naprawy, natomiast nigdy nie miał przekroczyć 14 dni.

W zakresie punktu IV. przedsiębiorca wyjaśnił, iż postanowienie wskazujące, iż termin na odstąpienie od umowy rozpoczyna swój bieg od daty zawarcia umowy sprzedaży było stosowane zgodnie z posiadaną przez niego wiedzą, interpretacją ustawy o prawach konsumenta oraz dobrą wolą ochrony praw konsumentów. Przedsiębiorca wskazał, że jego formularze były wielokrotnie analizowane m.in. przez rzeczników konsumentów, którzy w tym aspekcie nie zgłaszali żadnych zastrzeżeń. Przedsiębiorca podniósł ponadto, iż we wszystkich przypadkach towar był odbierany przez konsumentów w dniu podpisania przez nich umowy.

W odniesieniu do punktu V. przedsiębiorca wskazał, że konsument, który zawarł umowę na zakup urządzenia Premium-Appetite każdorazowo potwierdzał swoim własnoręcznym podpisem odbiór nowego, zapieczętowanego urządzenia oraz całego wyposażenia dodatkowego bez wad. W ocenie przedsiębiorcy ustawa o prawach konsumenta nie przewiduje żadnego wzoru zapisu dotyczącego obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad. W tym zakresie przedsiębiorca zastosował postanowienie o treści: „Kupujący potwierdza odbiór nowego, zapieczętowanego urządzenia Premium-Appetite oraz całego wyposażenia dodatkowego bez wad”, co w jego ocenie należy uznać za spełnienie obowiązku informacyjnego wynikającego z ustawy o prawach konsumenta. Przedmiotowe postanowienie znajdowało się w każdej z zawartych umów, tj. utrwalone zostało na papierze w sposób czytelny, prostym językiem (dowód: karty nr 217-222).

Pismem z dnia 7 czerwca 2017 r. wystosowano do przedsiębiorcy szczegółowe uzasadnienie zarzutów (dowód: karty nr 299-309). Przedsiębiorca w pismach z dnia 14 czerwca 2017 r. oraz 24 lipca 2017 r. ustosunkował się do szczegółowego uzasadnienia zarzutów (dowód: karty nr 386-394, 653-655).

W pismach tych przedsiębiorca, co do zasady, podtrzymał swoje dotychczas wyrażone w sprawie stanowisko.

Odnosząc się do określonych w szczegółowym uzasadnieniu zarzutów planowanych środków usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przedsiębiorca wskazał, że przewidziany przez Prezesa Urzędu środek (określony w ten sam sposób jak w punkcie VI. sentencji niniejszej decyzji) jest niewspółmierny do ewentualnych naruszeń, które stwierdzone zostaną w decyzji. Zwrócił uwagę na okoliczność zaniechania stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy, która powinna być okolicznością łagodzącą przy określaniu środków usunięcia trwających skutków naruszeń. Przedsiębiorca przedstawił statystyki za okres od 1 stycznia 2016 r. do dnia 14 czerwca 2017 r. dotyczące ilości zawartych umów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz informację na temat otrzymanych odstąpień od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (skutecznych i nieskutecznych). Na [...] zawartych w tym okresie umów przedsiębiorca odnotował [...] skuteczne odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W [...] przypadkach odstąpienie okazało się nieskuteczne. W pozostałym zakresie konsumenci mieli albo nie zgłaszać jakichkolwiek zastrzeżeń do towarów oferowanych przez przedsiębiorcę albo też zgłaszane zastrzeżenia miały być uwzględniane.

W ocenie przedsiębiorcy brak jest w chwili obecnej jakichkolwiek trwających skutków kwestionowanych przez Prezesa Urzędu praktyk, a jeśli uznać, że skutki takie trwają to wyłącznie w odniesieniu do konsumentów, którzy zgłosili żądanie odstąpienia od umowy, a które to żądanie z różnych przyczyn nie zostało uwzględnione. Brak jest jakiegokolwiek uzasadnienia do przesyłania pisemnej informacji o treści decyzji do konsumentów, którzy nigdy nie zgłaszali zastrzeżeń co do jakości oferowanego towaru lub samej działalności przedsiębiorcy. Nie sposób uznać, iż w odniesieniu do tej grupy podmiotów trwają jakiegokolwiek skutki praktyk, które musiałyby być usuwane w trybie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W zakresie planowej kary pieniężnej przedsiębiorca powtórzył swoje stanowisko dotyczące zarzutu nr I. sentencji niniejszej decyzji, zgodnie z którym charakter oferowanych towarów pozwalał mu na skorzystanie z wyłączenia określonego w art. 38 pkt 5 ustawy o prawach konsumenta. Podyktowane to było koniecznością oferowania klientom sterylnych urządzeń, nie zaś chęcią ograniczenia im możliwości korzystania z prawa odstąpienia od umowy. W przypadku zatem odmiennej oceny tej praktyki przez Prezesa Urzędu nie sposób uznać, że ewentualne naruszenie przepisów konsumenckich miało charakter umyślny (dowód: karty nr 653-655).

Pismem z dnia 25 sierpnia 2017 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 794). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

W toku przedmiotowego postępowania ustalono, że Łukasz Cybulski prowadzi działalność gospodarczą w oparciu o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Przedmiotem działalności przedsiębiorcy jest m.in. pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (PKD: 47.99 Z). Jednym z głównych produktów oferowanych konsumentom w ramach umowy sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa było urządzenie gospodarstwa domowego o nazwie Premium-Appetite - służące do przygotowywania posiłków. Przedsiębiorca posiadał to urządzenie w swojej ofercie od stycznia 2012 r. do marca 2016 r. (dowód: karty nr 11-12, 216, 342).

Przedsiębiorca przedstawił stosowane w obrocie z konsumentami regulaminy, wzorce umów oraz wszelkie załączniki związane z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa na zakup urządzenia kuchennego Premium-Appetite, tj. m.in. oświadczenie woli zawarcia umowy kredytu konsumenckiego, listę poleceń wraz z regulaminem „Oferty Specjalnej” oraz folder z nagrodami. Przedstawione przez przedsiębiorcę wzorce umów dotyczące zawierania z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa były stosowane w obrocie od 25 grudnia 2014 r. (dowód: karty nr 11, 16-21, 26-29, 164-169). Ilość sprzedanych w 2015 oraz w 2016 r. urządzeń Premium-Appetite przedsiębiorca określił na [...] sztuk (dowód: karta nr 223).

W toku prowadzonego postępowania ustalono, że zawarcie z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa następowało przede wszystkim na skutek osobistej prezentacji produktu w domu klienta, po której zainteresowani klienci mogli zakupić towar i podpisać umowę. Najczęstszą formą rozpoczęcia kontaktu z klientem było polecenie wystosowane przez rodzinę lub znajomych klienta skutkujące dalszym kontaktem telefonicznym oraz umówieniem spotkania. Potencjalnym nabywcą urządzenia Premium-Appetite mogła być każda osoba, niezależnie od wieku, dochodów, czy miejsca zamieszkania, z tym że preferowane były przede wszystkim osoby w wieku 40-65 lat (dowód: karta nr 12). Przedstawiona przez przedsiębiorcę dokumentacja wskazywała jednak, iż umowy z osobami starszymi niż 65 lat również były zawierane - były to także osoby samotne (dowód: karta nr 109). Po wyrażeniu przez klienta zgody na przeprowadzenie spotkania w jego domu, umawiany był jego termin. Konsumenti, z którymi były zawierane umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, jak i przeprowadzane były spotkania handlowe, zamieszkiwali teren woj. śląskiego, świętokrzyskiego oraz mazowieckiego (dowód: karta nr 12).

W związku ze sprzedażą urządzenia Premium-Appetite przedsiębiorca odnotował przypadki odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Nie był w stanie jednak podać całkowitej ilości takich przypadków, gdyż zwyczajowo przechowywał wyłącznie aktualną korespondencję oraz nie starszą niż sześć miesięcy. Również umowy sprzedaży, które zostały rozwiązane a nie były przedmiotem żadnego sporu, także ulegały zniszczeniu po okresie sześciu miesięcy. W okresie od stycznia do lipca 2015 r. - w [...] przypadkach konsumenci nieskutecznie odstąpili od uprzednio zawartej umowy, dotyczącej urządzenia kuchennego Premium-Appetite (dowód: karta nr 13). Przedsiębiorca przedstawił także wszystkie otrzymane w okresie poprzednich sześciu miesięcy (licząc od lipca 2015 r. wstecz) pisma dotyczące odstąpienia od umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa wraz z kompletem obustronnej korespondencji w każdej ze spraw. Jako przyczynę nieuznania odstąpienia od umowy za skuteczne przedsiębiorca wskazywał na fakt rozpieczętowania i użytkowania urządzenia lub samego rozpieczętowania - przywołując przy tym uregulowanie art. 38 pkt 5 ustawy o prawach konsumenta, które znajdowało się również w podpisanych przez konsumentów umowach - „informujemy, iż zgodnie z Ustawą z dnia 30 maja 2014 r. „O Prawach Konsumenta” Dz. U. 2014 poz. 827 art. 38 pkt. 5 w momencie rozpieczętowania urządzenia Premium-Appetite, utracił Pan prawo do odstąpienia od w/w umowy. Takowy zapis znajduje się również w w/w umowie, fakt zapoznania się z powyższym zapisem poświadczył Pan własnoręcznym podpisem” - pisownia oryginalna. Przedsiębiorca przywoływał również fragment z Vademecum Konsumenta z 2014 r., autorstwa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: „W okresie tzw. prawa do namysłu, czyli przez 14 dni od momentu otrzymania rzeczy (...). Masz prawo ocenić i przetestować rzecz w taki sposób, w jaki robiłbyś to w sklepie stacjonarnym (np. sprawdzić jej kompletność czy zgodność

parametrów technicznych z zapewnieniami producenta), **ale nie możesz jej normalnie użytkować. (...)**” - pisownia oryginalna (dowód: karty nr 31-93).

Na dzień 30 września 2015 r. przedsiębiorca odnotował [...] kolejnych przypadków nieskutecznego odstąpienia od zawartej umowy poza lokalem przedsiębiorstwa (dowód: karty nr 154, 180-214). [...] kolejne nieskuteczne odstąpienia od umowy urządzenia Premium-Appetite dotyczą okresu od października 2015 r. do marca 2016 r. (dowód: karty nr 265-282, 306). We wszystkich przypadkach jako przyczynę nieuznania odstąpienia za skuteczne wskazywano na fakt rozpieczętowania i użytkowania urządzenia lub samego rozpieczętowania wraz z powołaniem się na Vademecum Konsumenta z 2014 r., autorstwa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z przekazanej przez przedsiębiorcę dokumentacji dotyczącej odstąpienia od umowy wynikało również, że to przedstawiciel przedsiębiorcy w trakcie lub już po zakończonym pokazie przekazywał konsumentom zapakowane urządzenie Premium-Appetite, które następnie rozpakowywał, w tym zrywał „plombę”, a następnie dokonywał czynności użytkowania tego urządzenia lub też nakłaniał konsumentów aby to oni rozpakowali towar i sprawdzili jego funkcjonalność - co również wiązało się z zerwaniem „plomby”:

✓ „(...) Po podpisaniu umowy sprzedawca przyniósł karton z urządzeniem z samochodu i od razu go rozpakował, aby, jak stwierdził, spisać nr urządzenia do umowy, sprawdzić jego kompletność i działanie. Podłączył urządzenie do prądu, aby się „wypaliło” (...),

✓ „(...) Niniejszym oświadczam, iż odstępuję od umowy sprzedaży urządzenia Premium-Appetite w stanie niezmienionym. Informuję jednak, że sprzęt został rozpieczętowany i podłączony do prądu przez prezentera przed podpisaniem umowy (...),”

✓ „(...) Na miejscu Pan poinformował mnie i moją żonę, że sprzętu nie przyjmie ponieważ był on już używany i na grillu została zerwana plomba. Tłumaczyłem Panu, że po pierwsze sprzęt został nam przyniesiony po podpisaniu umowy, a po drugie to Pan (...) rozciął plombę i podłączył grilla do prądu w celu przepalenia i pokazania nam, że sprzęt jest sprawny. W umowie owszem istnieje zapis, że sprzęt musi być zwrócony w stanie nienaruszonym ale nie ma słowa o plombie. Uważam, że zostaliśmy jawnie oszukani przez Pana firmę ponieważ Pan (...) przecinając tą plombę i podłączając grilla tym samym zamknął nam drogę do zwrotu towaru (...),”

✓ „(...) na żądanie prowadzącego prezentację urządzenie zostało rozplombowane (...) po czym wyżej wymieniony prezenter przystąpił do zaprezentowania urządzenia, urządzenie to obsługiwał około 30 minut objaśniając jego funkcje (...),”

✓ „(...) Mimo braku chęci zakupu ww. produktu pod wpływem nachalności i uporu handlowca Konsumentka podpisała umowę sprzedaży (...) w 48 ratach bankowych płatnych co miesięcznie po 145,29 zł. Nie otrzymała żadnego dokumentu potwierdzającego zawarcie umowy kredytowej. Pełnomocnik Pana Firmy po podpisaniu umowy wyciągnął urządzenie z pudełka celem sprawdzenia jego kompletności i stanu technicznego. Pani (...) jest osobą 79-letnią, schorowaną, o niskiej emeryturze i po przanalizowaniu umowy i jej kosztów postanowiła skorzystać z prawa do namysłu czyli odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (...),”

✓ „(...) W dniu prezentacji prezenter powiedział, że zostawia urządzenie na wypróbowanie i mam czas 7 dni na zapłatę. Przy nim rozpakowałam urządzenie żeby sprawdzić czy działa. Powiedział że jest w porządku (...),”

✓ „(...) Po zakończonym pokazie przedstawiciel firmy przyniósł do mieszkania nowe pudełko które rozpakował, wyjął urządzenie i włożył brytfannę. Włączył do prądu celem sprawdzenia. Miało być włączone 45 minut” (...),

✓ „ (...) Pan (...) przed podpisaniem umowy został pouczony przez przedstawiciela Pana firmy o sposobie użytkowania produktu tzn. przedstawiciel handlowy rozpakował ww. zestaw i rozpoczął czynności użytkowania, zgodnie z załączoną instrukcją obsługi. Po prezentacji przedstawiciel handlowy zapakował zestaw do pudła i przedłożył do podpisu umowę (...),”

✓ „(...) Pan prezenter komórką zrobił zdjęcia naszych wyciągów bankowych - nasza głupota tu nie miała granic, sięgnęła „zenitu”. Rozpakował towar i powiedział, że trzeba sprawdzić (...)”

✓ „(...) plomba urządzenia została naruszona przez pracownika firmy Premium (...) w dniu prezentacji, w celu sprawdzenia urządzenia i wyjaśnienia instrukcji obsługi” (dowód: karty nr 44, 49, 57, 109, 187, 194, 204, 209, 213).

We wzorcu umownym wykorzystywanym przez przedsiębiorcę przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz w umowach faktycznie zawartych na jego podstawie przedsiębiorca stosował następujące postanowienia:

✓ „(...) Firma „Premium Łukasz Cybulski” (...) informuje o prawie odstąpienia od umowy sprzedaży w terminie czternastu dni od daty zawarcia, bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, przez złożenie oświadczenia pisemnego (...) Oświadczenie dla swej skuteczności wymaga jego złożenia przed upływem 14 dni od daty zawarcia umowy (...)” - § 6 akapit 2,

✓ „Prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umowy w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu” - § 6 akapit 3,

✓ „W przypadku złożenia przez Kupującego wniosku o przyznanie kredytu konsumenckiego na zakup zestawu określonego w § 2 niniejszej umowy, w razie przyznania kredytu przez bank bądź rezygnacji przez Kupującego z przyznanego mu kredytu, Kupujący zobowiązuje się do zapłacenia gotówką całości ceny zestawu, w terminie 7 dni od momentu rezygnacji z kredytu lub przekazania przez sprzedającego informacji o odmowie udzielenia kredytu” - § 3 ust. 7.

Z kolei w sekcji wzorca umowy, jak i w faktycznie zawartych umowach, oznaczonej jako „REKLAMACJE” stwierdzono, iż przedsiębiorca stosował następujące postanowienie: „Termin rozpatrzenia zgłoszenia reklamacyjnego wynosi 28 dni od daty jego otrzymania przez Sprzedającego”.

Ponadto, w części tej umowy określonej mianem „Oświadczenia i Potwierdzenia Kupującego” zostały zawarte klauzule:

✓ „Kupujący potwierdza odbiór nowego, zapieczętowanego urządzenia Premium-Appetite oraz całego wyposażenia dodatkowego bez wad”,

✓ „Kupujący potwierdza, iż zgodnie z Ustawą z dnia 30 maja 2014 r. „O prawach Konsumenta” Dz. U. 2014 poz. 827 Art. 38 pkt. 5 został poinformowany, iż w momencie rozpieczętowania urządzenia Premium-Appetite, traci prawo odstąpienia od umowy ze względu na ochronę zdrowia oraz względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu”.

Analiza zawieranych przez przedsiębiorcę z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa - dotyczących urządzenia Premium-Appetite - wykazała również zaniechanie informowania konsumentów o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad poprzez nie utrwalenie tej informacji na papierze lub na innym trwałym nośniku.

W treści przekazanych przez przedsiębiorcę faktycznie zawartych z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa, przewidujących możliwość kredytowania przez bank nabywanego w ramach tej umowy urządzenia Premium-Appetite, przedsiębiorca przedstawiał informacje o cenie brutto urządzenia oraz o ilości i wysokości rat. Cena brutto nabywanego urządzenia Premium-Appetite wynosiła 4390 zł lub 5190 zł. Przedsiębiorca przedstawił także tabele ratalne urządzenia Premium-Appetite. Dla urządzenia Premium-Appetite oferowanego w cenie 4390 zł - kredytowanego na okres 60 miesięcy - całkowita kwota do zapłaty wynosiła 7903,53 zł - koszt kredytu to ponad 3,5 tys. zł. Z kolei dla urządzenia Premium-Appetite oferowanego w cenie 5190 zł - kredytowanego na okres 60

miesiący - całkowita kwota do zapłaty wynosiła 9227,58 zł - koszt kredytu to ponad 4 tys. zł (dowód: karty nr 20-21).

Kwota, opisana w treści umowy jako „Cena (brutto) zestawu Premium-Appetite” była niższa niż kwota wynikająca z opisu wysokości oraz ilości rat. W § 4 ust. 1 umowy sprzedaży określona została przez przedsiębiorcę cena brutto zestawu Premium -Appetite. Z kolei § 4 ust. 5 umowy sprzedaży stanowi, że w przypadku udzielenia kredytu przez bank, cena określona w punkcie 1. (czyli cena brutto zestawu Premium-Appetite) zostanie rozłożona na podstawie postanowień umowy kredytowej, zgodnie z wolą kupującego na [ilość rat] rat/raty miesięcznie, w wysokości [wysokość raty] pln każda z rat, na co kupujący wyraża zgodę.

Dla przykładu należy wskazać, iż w treści jednej z przekazanych umów sprzedaży jako kwotę do zapłaty wymieniono 4.390,00 zł, wskazując jednocześnie, iż wysokość raty wynosi 149,69 zł miesięcznie, przez 48 miesięcy. Suma, którą konsument jest zobowiązany zapłacić w ramach analizowanej umowy sprzedaży wynosi zatem 7.185,12 zł (149,69 zł x 48 miesięcy). Z kolei w umowie, gdzie cena brutto zestawu została również określona na 4.390,00 zł, wysokość 36 rat wyniosła 180,30 zł, co dało kwotę 6.480,00 zł. Przedmiotowe wyliczenia powtarzają się również we wnioskach - „oświadczeniach woli zawarcia kredytu konsumentckiego”. Konsumenti na podstawie przedstawionych przez przedsiębiorcę wyliczeń są informowani wyłącznie o cenie detalicznej urządzenia - tj. o kwocie 4.390,00 zł. Poniżej fragmenty dwóch umów zawierające informacje o ww. cenie detalicznej urządzenia oraz ilościach i wysokościach rat:

1. Cena (brutto) zestawu Premium-Appetite 4390 zł § 4 pln.
2. Słownie Cztery tysiące trzydzieści dziewięć złotych pln.
3. Pierwsza wpłata klienta przyjęto dnia
4. Przelew termin płatności
5. W przypadku udzielenia kredytu przez Bank, cena określona w pkt. 1 rozłożona zostanie na podstawie postanowień umowy kredytowej, zgodnie z wolą Kupującego na 48 rat/raty miesięczne, w wysokości 149,69 pln. każda z rat, na co kupujący wyraża zgodę.

1. Cena (brutto) zestawu Premium-Appetite 4390 § 4 pln.
2. Słownie cztery tysiące trzydzieści dziewięć złotych pln.
3. Pierwsza wpłata Kupującego przyjęto dnia
4. Przelew termin płatności
5. W przypadku udzielenia kredytu przez Bank, cena określona w pkt. 1 rozłożona zostanie na podstawie postanowień umowy kredytowej, zgodnie z wolą Kupującego na 36 rat/raty miesięczne, w wysokości 180,30 pln. każda z rat, na co kupujący wyraża zgodę.

(dowód: karty nr 22, 212).

Z kolei w stosowanym przez przedsiębiorcę załączniku do umowy o nazwie „Oświadczenie woli zawarcia kredytu konsumentckiego” znajdowało się następujące postanowienie: „Oświadczam, iż pełnomocnik sprzedawcy przekazał mi przed zawarciem umowy formularz informacyjny, który zawiera wszystkie informacje o kredycie takie jak: koszty kredytu, całkowita kwota spłaty, wysokość oprocentowania oraz obowiązkowe ubezpieczenia” (dowód: karta nr 168).

Jednocześnie, w jednym z oświadczeń odstąpienia od umowy, konsument motywował swoje odstąpienie tym, że wartość zestawu na dzień zakupu wynosiła 5190 zł, przy miesięcznych ratach w wysokości 175,26 zł, co po przeliczeniu przez niego rat dało pozostającą do spłaty kwotę w wysokości 8412,48 zł: „Po pierwsze wartość całości zestawu na dzień zakupu wynosiła 5190 zł. Ponieważ nie posiadamy takiej gotówki wyraziliśmy chęć wzięcia zestawu na raty. Raty zostały ustalone na kwotę 175,26 zł. Pan (...) pytał nas o zdolność kredytową i został poinformowany, że nie mamy pewności czy tą zdolność posiadamy. Obiecał, że da nam znać następnego dnia. Następnego dnia zadzwonił i poinformował, że tej zdolności kredytowej nie posiadamy co wiąże się z tym, że musielibyśmy w ciągu 7 dni zapłacić całą kwotę za zestaw tak jest zapisane w umowie. Postanowiliśmy zestaw zwrócić również z tego powodu, że po przeliczeniu rat okazało się, że do spłaty mielibyśmy 8412,48zł” (dowód: karta nr 57). Ponadto ustalono, że około [...] %

wszystkich umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa zostało sfinalizowanych za pomocą udzielonego kredytu konsumenckiego (dowód: karta nr 152).

Obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r. wyniósł [...] zł (słownie: [...]) (dowód: karta nr 369).

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 24 października 1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90).

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zostali lub mogli zostać kontrahentami przedsiębiorcy, zawierając umowę poza lokalem przedsiębiorstwa urzędnika Premium-Appetite - m.in. na skutek stosowanych przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych. Objęte zarzutami działania przedsiębiorcy wymierzone były w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ były one 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 miało 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**. Art. 24 ust. 2 tej ustawy, zawierający definicję praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określa jednocześnie otwarty katalog zakazanych praktyk. Przepis ten został zmieniony ustawą z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1634), z dniem 17 kwietnia 2016 r. Art. 7 ww. ustawy stanowi, że do spraw, w których postępowanie przed Prezesem Urzędu wszczęto przed dniem wejścia w życie tej ustawy, stosuje się przepisy dotychczasowe. Z uwagi na powyższe oraz fakt, że postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczęto przeciwko przedsiębiorcy w dniu 29 marca 2016 r., w niniejszej sprawie zastosowanie znajdzie art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym do dnia 16 kwietnia 2016 r. Zgodnie zaś z tym przepisem, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Taką praktykę stanowi w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz nieuczciwe praktyki rynkowe. 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 z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 2017 r., poz. 459 ze zm. - 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,
- zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności,
- praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy m.in. rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2016 r., poz. 1829) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną nie będącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). Działalnością gospodarczą jest zgodnie z przepisem art. 2 tej ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż prowadzi działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym **Łukasz Cybulski** 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.

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jako sprzeczność działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. 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. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa². Praktyka taka została opisana w punkcie IV. sentencji niniejszej decyzji. Polega ona na naruszeniu postanowień ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2017 r., poz. 683 - zwanej dalej także „upk”).

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów może polegać również na stosowaniu przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Pojęcie nieuczciwych praktyk rynkowych zostało zdefiniowane w treści ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm. - zwanej dalej także „upnpr”). Zgodnie

² por. Szwaja J. (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, wyd. CH BECK, Warszawa 2000, s. 117-118

z art. 4 ust. 1 upnr, stosowana przez przedsiębiorcę 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. Art. 4 ust. 2 upnr stanowi z kolei, że 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, a praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1 tego artykułu. Natomiast art. 5 ust. 1 ww. ustawy stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. „Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd „przeciętnego konsumenta”, do którego jest skierowana lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe”³. Stosowanie przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych dotyczy punktów I.-III. sentencji niniejszej decyzji.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej. Art. 2 pkt 8 upnr za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Określony przez przedsiębiorcę profil potencjalnego kontrahenta to małżeństwa w przedziale wiekowym 40-65 lat. Przedstawiona przez przedsiębiorcę dokumentacja wskazuje jednak, iż jego kontrahentami były również osoby starsze niż 65 lat oraz osoby samotne. Odbiorcą oferty przedsiębiorcy mogły być więc różne osoby, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości o otaczającej ich rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Tym niemniej, przeciętny konsument ma także prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dostępny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający takie komunikaty - jako profesjonalista - jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Należy wskazać, że przeciętny konsument dysponuje z reguły jedynie takimi informacjami, jakie przekaże mu przedsiębiorca.

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów może także polegać na naruszeniu przez przedsiębiorcę ciężącego na nim obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Normy chroniące konsumentów mają na celu zapewnienie równowagi między profesjonalnym uczestnikiem obrotu a konsumentem. Podstawowym instrumentem służącym realizacji tego zadania jest zapewnienie konsumentom odpowiedniego poziomu wiedzy poprzez nałożenie na przedsiębiorców szeregu obowiązków informacyjnych. „Konsument ma prawo do kompletnej i jednoznacznej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesu prawnego w warunkach globalizacji (masowości) obrotu prawnego i wielości ofert na rynku, które nie zawsze posługują się prawdziwymi i pełnymi informacjami, a niekiedy wprowadzają w błąd lub w sposób ukryty godzą w indywidualny i zbiorowy interes konsumentów” (wyrok Sądu Najwyższego z 20 czerwca 2006 r., sygn. akt. III SK 7/06)⁴. W przypadku praktyki określonej w punkcie V. sentencji decyzji bezprawność działania przedsiębiorcy związana jest z naruszeniem obowiązku udzielania konsumentom

³ por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 9 lutego 2011 r., sygn. akt VI ACa 694/10

⁴ szerzej Skoczny T. (red.), Komentarz Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, wyd. CH BECK, Warszawa 2009, s. 969-970

rzetelnych, i pełnych informacji, który to obowiązek wynika z ustawy o prawach konsumenta.

Biorąc pod uwagę powyższe przesłanki, które muszą zostać spełnione w niniejszej sprawie, aby móc uznać stosowane praktyki za bezprawne, konieczne jest dokonanie oceny poszczególnych zakwestionowanych praktyk.

Ad I. W zakresie punktu I. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwej informacji, polegającej na rozszerzeniu wyjątku wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, o którym mowa w art. 38 pkt 5 upk, dotyczącego urządzenia gospodarstwa domowego o nazwie Premium-Appetite, z uwagi na traktowanie tego produktu przez przedsiębiorcę jako rzeczy dostarczonej w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 upnpr, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analiza przedstawionej przez przedsiębiorcę dokumentacji związanej z przypadkami odstąpienia przez konsumentów od zawieranych umów sprzedaży pozwoliła ustalić, iż przedsiębiorca kwestionuje skuteczność odstąpienia od umowy przez konsumenta w każdym wypadku gdy urządzenie Premium-Appetite zostało przez konsumenta rozpieczętowane. Z przedstawionej korespondencji pochodzącej od konsumentów oraz rzeczników konsumentów wynika, iż wielokrotnie dochodziło również do sytuacji w której to przedsiębiorca lub jego pracownik dokonywał w obecności klienta pierwszego uruchomienia urządzenia, uprzednio dokonując jego rozpieczętowania. W umowach znajdowały się również postanowienia, zgodnie z którymi: „Prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umowy w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu” oraz „Kupujący potwierdza, iż zgodnie z Ustawą z dnia 30 maja 2014 r. „O prawach Konsumenta” Dz. U. 2014 poz. 827 Art. 38 pkt. 5 został poinformowany, iż w momencie rozpieczętowania urządzenia Premium-Appetite, traci prawo odstąpienia od umowy ze względu na ochronę zdrowia oraz względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu”.

Ww. postanowienia umowne, a także praktyka przedsiębiorcy związana z odstępowaniem przez konsumentów od zawartych przez nich umów sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa wskazuje, iż przedsiębiorca w sposób błędny interpretuje treść art. 38 pkt 5 upk. Zgodnie z tym przepisem prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów w których przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

Jak wynika z treści korespondencji kierowanej od przedsiębiorcy do konsumentów odstępujących od umowy na podstawie art. 27 upk, a także do rzeczników konsumentów występujących w ich imieniu, przedsiębiorca stoi na stanowisku, iż skoro konsumenci zostali zapoznani w treści umowy z możliwością utraty prawa do odstąpienia od umowy w przypadku rozpieczętowania urządzenia, to są takiego prawa pozbawieni w takiej sytuacji. Ponadto, zarówno w treści korespondencji z konsumentami, jak i w treści wyjaśnień skierowanych do Prezesa Urzędu przedsiębiorca wskazał, iż skoro sprzedawane urządzenie służy do przygotowywania posiłków, nie można go zwrócić ze względu na ochronę zdrowia oraz względy higieniczne - innymi słowy, znajduje wobec niego zastosowanie art. 38 pkt 5 upk.

Zgodnie ze stanowiskiem doktryny, dla zastosowania wskazanego wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy konieczne jest by dany towar odznaczał się brakiem możliwości ponownego wprowadzenia go do obrotu. Przyczyną tego typu niezdatności musi być ochrona zdrowia lub względy higieniczne. Ponadto, do spełnienia omawianej przesłanki konieczne

jest otwarcie opakowania już po dostarczeniu rzeczy do konsumenta. Jeżeli nastąpiłoby ono przed przekazaniem rzeczy konsumentowi, zachowałby on nadal prawo do odstąpienia od umowy. Zakresem zastosowania wskazanego wyłączenia objęte są przede wszystkim artykuły higieniczne oraz kosmetyczne takie jak np. opatrunki, strzykawki czy też szminki (Chomiczewski W., [w:] Lubasz D., Namysłowska M. (red.), Komentarz do art. 38 Ustawy o prawach konsumenta. Komentarz, opubl. WK 2015). Z kolei T. Czech w komentarzu do przedmiotowego przepisu wymienia dodatkowo artykuły spożywcze oraz produkty chemiczne wykorzystywane w gospodarstwie domowym (T. Czech, Prawa konsumenta. Komentarz, Warszawa 2017, s. 517).

W ocenie Prezesa Urzędu urządzenie Premium-Appetite należy traktować w kategoriach przedmiotu przeznaczonego do wielokrotnego użytku, który nie nosi charakteru przedmiotu osobistego, i co do którego zalecane byłoby użytkowanie go tylko przez jedną osobę. Powszechną praktyką jest wielokrotne użytkowanie urządzeń kuchennych - takich jak np. kuchenki mikrofalowe, tostery, grille elektryczne - przez wiele osób jednocześnie - np. w ogólnodostępnych kuchniach w pomieszczeniach wczasowych, w wynajmowanych lokalach posiadających wspólną kuchnię, czy też w pomieszczeniach socjalnych zakładów pracy. Tego typu urządzenia można bez przeszkód oglądać w sklepach stacjonarnych, rozpakowując je i dotykając. Po wyjęciu ich z opakowania w żaden sposób nie tracą swoich właściwości. W ocenie Prezesa Urzędu, swoich właściwości urządzenie Premium-Appetite nie traci również po jego użytkowaniu - a w szczególności po pierwszym jego uruchomieniu.

Art. 38 pkt 5 upk znajduje swój odpowiednik w art. 16 lit. e dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zgodnie z którym państwa członkowskie nie mogą przewidzieć prawa do odstąpienia od umowy określonego w art. 9-15 w odniesieniu do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa m.in. w przypadku dostarczania zapieczętowanych towarów, które nie nadają się do zwrotu ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych i których opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu. Stosowane przez ustawodawcę europejskiego, jak i polskiego, pojęcia „ochrony zdrowia” oraz „względów higienicznych” należy interpretować wyłącznie w ten sposób, iż niemożliwe byłoby ponowne użycie towaru przez nowego nabywcę - jeśli towar będzie oferowany w sprzedaży po raz drugi. Wyłączenia określone w art. 38 upk stanowią wyjątek od przysługującego konsumentom prawa do odstąpienia od umowy i jako takich nie można ich interpretować rozszerzająco. Stosowana przez przedsiębiorcę interpretacja ww. wyłączenia prowadzi do wypaczenia intencji ustawodawcy oraz zniekształca cel wprowadzonej regulacji. Kierując się rozumowaniem przedsiębiorcy niemożliwe byłoby również odstąpienie od umowy sprzedaży, której przedmiotem jest obuwie - gdyż również i w tym przypadku względy „ochrony zdrowia” i „higieny” mogłyby zostać wzięte pod uwagę.

Ponadto, należy również mieć na uwadze fakt, iż ratio legis prawa konsumenta wynikającego z art. 27 upk stanowi umożliwienie konsumentowi przetestowania, sprawdzenia, a także dokonania oceny towaru, którego sprzedaż nastąpiła poza lokalem przedsiębiorstwa. W celu dokonania powyższych czynności niezbędne jest pierwsze uruchomienie urządzenia będącego przedmiotem sprzedaży organizowanej przez przedsiębiorcę oraz tym samym jego rozpieczętowanie. Nie bez znaczenia również jest okoliczność, iż to przedsiębiorca lub jego pracownik dokonywał w obecności klienta pierwszego uruchomienia urządzenia, uprzednio dokonując jego rozpieczętowania. Ponadto, zgodnie z art. 34 ust. 4 upk konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy - jednakże przekroczenie dopuszczalnej granicy korzystania z rzeczy nie powoduje samo przez się, iż odstąpienie od umowy jest nieważne. Odstąpienie takie jest nadal skuteczne, przy czym sprzedawca ma prawo domagać się odszkodowania od konsumenta, jeżeli udowodni, że doszło do zmniejszenia wartości rzeczy - co przewiduje również motyw 47 ww. dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów.

Interpretacja art. 38 pkt 5 upk dokonywana przez przedsiębiorcę jest wobec tego błędna, a stosowana przez niego praktyka mogła prowadzić do naruszenia prawa konsumenta do odstąpienia od umowy w przypadku zawarcia jej poza lokalem przedsiębiorstwa (art. 27 upk). W tym zakresie, wyżej opisana praktyka może zostać uznana za nieuczciwą praktykę rynkową sprecyzowaną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 upnpr. Zgodnie z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, a wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Ust. 3 pkt 4 upnpr stanowi z kolei, że wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy. W ocenie Prezesa Urzędu, bezprawne rozszerzenie przez przedsiębiorcę wyjątku wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, dotyczącego urządzenia gospodarstwa domowego o nazwie Premium-Appetite - służącego do przygotowywania posiłków - mogło spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej ewentualnego zaniechania odstąpienia od tej umowy, której inaczej by nie podjął, gdyby nie został wprowadzony przez przedsiębiorcę w błąd.

Opisane działania przedsiębiorcy stanowiły zatem przejaw stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 upnpr, a poprzez to stanowiły praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Ad II. W zakresie punktu II. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka obejmuje wprowadzanie konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie w umowie zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, przewidującej możliwość kredytowania przez bank nabywanego urządzenia Premium-Appetite, informacji o ilości oraz wysokości rat - które mogą sugerować, iż wyliczenia te składają się na detaliczną cenę urządzenia wskazaną w umowie, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnpr, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W treści przekazanych przez przedsiębiorcę faktycznie zawartych z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa, przewidujących możliwość kredytowania przez bank nabywanego w ramach tej umowy urządzenia Premium-Appetite, przedsiębiorca w sposób wprowadzający w błąd, przedstawiał informacje o ilości oraz wysokości rat. Przedstawiane w umowach wyliczenia mogły sugerować, iż składają się na detaliczną cenę nabywanego urządzenia.

Kwota, opisana w treści umowy jako „Cena (brutto) zestawu Premium-Appetite” była bowiem niższa niż kwota wynikająca z opisu wysokości oraz ilości rat. W § 4 ust. 1 umowy sprzedaży określona została przez przedsiębiorcę cena brutto zestawu Premium -Appetite. Z kolei § 4 ust. 5 umowy sprzedaży stanowił, że w przypadku udzielenia kredytu przez bank, cena określona w punkcie 1. (czyli cena brutto zestawu Premium-Appetite) zostanie rozłożona na podstawie postanowień umowy kredytowej, zgodnie z wolą kupującego na [ilość rat] rat/raty miesięcznie, w wysokości [wysokość raty] pln każda z rat, na co kupujący wyraża zgodę.

Dla przykładu należy wskazać, iż w treści jednej z przekazanych umów sprzedaży jako kwotę do zapłaty wymieniono 4.390,00 zł, wskazując jednocześnie, iż wysokość raty wynosi 149,69 zł miesięcznie, przez 48 miesięcy. Suma, którą konsument jest zobowiązany zapłacić w ramach analizowanej umowy sprzedaży wynosi zatem 7.185,12 zł (149,69 zł x 48 miesięcy). Z kolei w umowie, gdzie cena brutto zestawu została również określona na 4.390,00 zł, wysokość 36 rat wyniosła 180,30 zł, co dało kwotę 6.480,00 zł. Przedmiotowe wyliczenia powtarzają się również we wnioskach - „oświadczeniach woli zawarcia kredytu konsumentckiego”. Konsument na podstawie przedstawionych przez przedsiębiorcę wyliczeń

są informowani wyłącznie o cenie detalicznej urządzenia - tj. o kwocie 4.390,00 zł. Ww. sposób prezentacji informacji o ilości i wysokości rat został przedstawiony na s. 9 decyzji.

W ocenie Prezesa Urzędu, w przypadku w którym przedsiębiorca prezentuje cenę towaru, jaką faktycznie będzie zobowiązany uiścić konsument w związku z kredytowaniem jego nabycia, w tym poprzez przedstawienie ilości i wysokości rat, powinien dodatkowo wskazać - całkowitą kwotę do zapłaty - bądź zawrzeć w samej umowie zastrzeżenie, iż całkowita kwota do zapłaty będzie zależała od postanowień umowy kredytowej. Przedstawiając tylko część wyliczeń charakterystycznych dla umowy kredytu konsumenckiego intencją przedsiębiorcy było sprawienie wrażenia istnienia szczególnej korzyści cenowej wynikającej z tej formy nabycia urządzenia. Konsument nie jest świadomy, iż finalna cena urządzenia jest zależna od ilości i wysokości rat. Kredytowany koszt nabycia urządzenia jest prawie dwa razy większy od jego pierwotnego kosztu detalicznego.

Tego typu działanie polegające na wprowadzaniu konsumenta w błąd należy zakwalifikować jako nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnr, a co stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie bowiem art. 5 ust. 1 praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W niniejszej sprawie przeciętny konsument miał prawo traktować cenę brutto urządzenia jako cenę finalną, a parametry odnoszące się do ilości rat i ich wysokości, jako wielkości odpowiadające po przemnożeniu cenie brutto urządzenia. Potwierdzać to może jedno z przesłanych przez przedsiębiorcę oświadczeń o odstąpieniu od umowy, w którym konsument motywował swoje odstąpienie tym, że wartość zestawu na dzień zakupu wynosiła 5190 zł, przy miesięcznych ratach w wysokości 175,26 zł, co po przeliczeniu przez niego rat dało pozostającą do spłaty kwotę w wysokości 8412,48 zł. Ponadto ustalono, że około [...] % wszystkich umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa zostało sfinalizowanych za pomocą udzielonego kredytu konsumenckiego. W ocenie Prezesa Urzędu błędne przekonanie konsumentów odnoszące się do ilości rat i ich wysokości, jako wielkościom odpowiadającym po przemnożeniu cenie brutto urządzenia mogło spowodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej ewentualnego zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa i związanego z tym kredytu, której inaczej by nie podjęli, gdyby nie zostali wprowadzeni przez przedsiębiorcę w błąd.

Przedsiębiorca ma obowiązek zadbać o to, aby przeciętny konsument, do którego kieruje swoją ofertę, został wystarczająco dobrze poinformowany. W szczególności jego wiedza na temat oferowanego produktu i warunków transakcji musi być pełna i adekwatna, a nie wybiórcza. Równocześnie, przedsiębiorca nie może obciążać konsumentów skutkami braku weryfikacji przedstawionych im dokumentów i udzielonych informacji, np. poprzez dokonywanie przemnożenia wskazywanych w umowie wielkości. Nawet w przypadku wychwycenia przez konsumenta błędów w przedstawionych w umowie wyliczeniach to na podstawie § 7 umowy sprzedaży zobowiązuje się on do zapłacenia gotówką całości ceny oferowanego zestawu, w terminie 7 dni od momentu rezygnacji z kredytu lub przekazania informacji o odmowie przyznania kredytu przez bank. Ponadto, bardzo powszechną praktyką występującą na rynku kredytowania artykułów gospodarstwa domowego jest stosowanie tzw. rat 0 %. W ocenie Prezesa Urzędu zastosowany przez przedsiębiorcę mechanizm mógł również sprawiać wrażenie, iż to przedsiębiorca oferuje konsumentowi urządzenie Premium-Appetite w sprzedaży ratalnej, tj. proponuje jego bezkosztowe nabycie - rozłożona na raty zostaje wyłącznie cena detaliczna nabywanego urządzenia.

Oceny zachowania przedsiębiorcy w niniejszym przypadku nie zmienia podnoszona przez niego okoliczność zapoznawania się konsumentów przy zawieraniu umowy sprzedaży z dokumentami dotyczącymi kredytowania nabywanego urządzenia - w tym m.in. oświadczenie woli zawarcia umowy kredytu konsumenckiego oraz tabele ratalne. Stosowanie tego typu dokumentów w żaden sposób nie sanuje wprowadzającego w błąd prezentowania informacji o ilości oraz wysokości rat - które mogą sugerować, iż wyliczenia te składają się

na detaliczną cenę urządzenia wskazaną w umowie. To umowa stanowi podstawowe źródło wiedzy dla konsumenta zawierającego umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Jeśli reguluje już ona określone kwestie - w tym dotyczące kredytowania nabywanego urządzenia - to powinna to czynić w sposób wyczerpujący i zrozumiały dla konsumentów. Irrelevantny z punktu widzenia ocenianej praktyki jest późniejszy kontakt banku z konsumentem mający na celu zawarcie umowy kredytowej, gdyż czynności te odbywają się już po zawarciu umowy sprzedaży oferowanego przez przedsiębiorcę urządzenia.

Opisane działania przedsiębiorcy stanowiły zatem przejaw stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 upnpr, a poprzez to stanowiły praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W tym miejscu, Prezes Urzędu pragnie poczynić istotne zastrzeżenie, że ocena prawna zachowania przedsiębiorcy opiera się na konkretnym stanie faktycznym tej sprawy. Kwestionując zachowanie przedsiębiorcy wzięto pod uwagę specyfikę, charakter i model prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności gospodarczej, a w szczególności fakt, że przedmiotowa praktyka miała miejsce na etapie zawierania umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, a do zawarcia której mogłoby w ogóle nie dojść, gdyby przedsiębiorca w sposób rzetelny przedstawiał w umowie informacje związane z możliwością zawarcia umowy kredytu konsumenckiego.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Ad III. W zakresie punktu III. sentencji niniejszej decyzji zakwestionowana praktyka polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie informacji, iż termin na rozpatrzenie zgłoszenia reklamacyjnego wynosi 28 dni od daty jego otrzymania przez przedsiębiorcę, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnpr w zw. z art. 561⁵ k.c., który przewiduje, iż nieustosunkowanie się do żądania konsumenta polegającego na wymianie rzeczy, usunięciu wady albo złożeniu oświadczenia o obniżeniu ceny, określającego kwotę, o którą cena ma być obniżona, w terminie czternastu dni, jest jednoznaczne z uznaniem tego żądania za uzasadnione, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W sekcji wzorca umowy, jak i w faktycznie zawartych umowach, oznaczonej jako „REKLAMACJE” stwierdzono, iż przedsiębiorca stosował następujące postanowienie: „Termin rozpatrzenia zgłoszenia reklamacyjnego wynosi 28 dni od daty jego otrzymania przez Sprzedającego”. Należy wskazać, iż takie postanowienie mogło wprowadzać konsumentów w błąd co do kształtu przysługujących im uprawnień, a także co do kształtu przepisów regulujących kwestię rękojmi za wady sprzedawanej rzeczy. Zgodnie bowiem z treścią art. 561⁵ k.c., jeżeli kupujący będący konsumentem zażądał wymiany rzeczy lub usunięcia wady albo złożył oświadczenie o obniżeniu ceny, określając kwotę, o którą cena ma być obniżona, a sprzedawca nie ustosunkował się do tego żądania w terminie czternastu dni, uważa się, że żądanie to uznał za uzasadnione. Oznacza to, iż przedsiębiorca, który zwleka z ustosunkowaniem się co do treści złożonej reklamacji powyżej 14 dni od jej otrzymania, zgodnie z powyższym uregulowaniem w sposób bierny uznaje żądanie za uzasadnione. Tymczasem z treści stosowanego przez przedsiębiorcę postanowienia wynika, iż może on podjąć decyzję co do uwzględnienia zgłoszenia reklamacyjnego w terminie 28 dni. Przedsiębiorca nie informuje zatem konsumenta o skutku, jaki następuje ex lege na mocy art. 561⁵ k.c. Warto w tym miejscu przytoczyć również treść art. 558 § 1 zd. 2 k.c., zgodnie z którym jeżeli kupującym jest konsument, ograniczenie lub wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest dopuszczalne tylko w przypadkach określonych w przepisach szczególnych. Nie jest możliwe ograniczenie uprawnień konsumenta z tytułu rękojmi a także ograniczenie skutku jaki art. 561⁵ k.c. wiąże z rozpatrywaniem reklamacji przez okres dłuższy niż 14 dni.

Tego typu działanie polegające na wprowadzaniu konsumenta w błąd odnośnie obowiązującej procedury reklamacyjnej, należy zakwalifikować jako nieuczciwą praktykę

rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnr w zw. z art. 561⁵ k.c. Błędne przekonanie konsumentów związane z rozpowszechnianiem przez przedsiębiorcę nieprawdziwej informacji, iż termin na rozpatrzenie zgłoszenia reklamacyjnego wynosi 28 dni od daty jego otrzymania przez przedsiębiorcę mogło spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej ewentualnego zaniechania reklamowania zakupionego urządzenia, której inaczej by nie podjął, gdyby nie został wprowadzony przez przedsiębiorcę w błąd.

Opisane działania przedsiębiorcy stanowiły zatem przejaw stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 upnr, a poprzez to stanowiły praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Ad IV. W zakresie punktu IV. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka obejmuje bezprawne działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu w umowach sprzedaży urządzenia Premium-Appetite zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa postanowienia wskazującego, iż termin na odstąpienie od umowy rozpoczyna swój bieg od daty zawarcia umowy sprzedaży ww. urządzenia, co jest niezgodne z art. 27 w zw. z art. 28 pkt 1 upk, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorca w § 6 wzoru umowy wykorzystywanego przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz w umowach faktycznie zawartych na jego podstawie stosował następujące postanowienie umowne: „(...) Firma „Premium Łukasz Cybulski” (...) informuje o prawie odstąpienia od umowy sprzedaży w terminie czternastu dni od daty zawarcia, bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, przez złożenie oświadczenia pisemnego (...) Oświadczenie dla swej skuteczności wymaga jego złożenia przed upływem 14 dni od daty zawarcia umowy (...)”.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie przez przedsiębiorcę ww. postanowienia należy uznać za niezgodne z art. 27 w zw. z art. 28 pkt 1 upk. Zgodnie z pierwszym z powołanych przepisów konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów. Art. 28 pkt 1 upk *in principio* stanowi z kolei, że bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się dla umowy, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązany do przeniesienia jej własności - od objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik. W niniejszej sprawie mamy zaś do czynienia z umową sprzedaży, na mocy której przedsiębiorca przenosi lub zobowiązuje się do przeniesienia własności towarów na konsumenta, a konsument płaci lub zobowiązuje się do zapłacenia ich ceny. Kluczowym momentem dla rozpoczęcia biegu terminu do odstąpienia od umowy w przypadku zawierania tego typu umów jest objęcie rzeczy - urządzenia Premium-Appetite - w posiadanie. Przyznanie konsumentom prawa odstąpienia od umowy pozwala na przemyślenie dokonanego zakupu i racjonalne podjęcie decyzji. Zastrzeżenie, iż termin na odstąpienie od umowy biegnie od momentu jej zawarcia w zasadniczy sposób może limitować jednak to prawo. Objęcie rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik następuje z reguły już po zawarciu umowy. Niewykluczone są również sytuacje, iż wejście w fizyczne posiadanie towaru nastąpi już po upływie ustawowego dnia na jej odstąpienie. Mogło to uniemożliwiać konsumentowi zapoznanie się z dostarczonym towarem i podjęcie decyzji co do odstąpienia od zawartej umowy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca naruszał przepisy ustawy o prawach konsumenta, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Ad V. W zakresie punktu V. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczyła bezprawnych działań przedsiębiorcy polegających na naruszaniu obowiązku informowania konsumentów przy zawieraniu poza lokalem przedsiębiorstwa umów sprzedaży urządzenia

Premium-Appetite o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad poprzez nie utrwalenie tej informacji na papierze lub na innym trwałym nośniku, co jest niezgodne z art. 14 ust. 1 w zw. z art. 12 ust. 1 pkt 13 upk, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analiza zawieranych przez przedsiębiorcę z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa - dotyczących urządzenia Premium-Appetite - wykazała zaniechanie informowania ich o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad poprzez nie utrwalenie tej informacji na papierze lub na innym trwałym nośniku. Przedsiębiorca jest zobowiązany nie tylko do tego aby rzecz znajdowała się w należyтым stanie w momencie jej wysyłki. Istotne jest również to, aby w należyтым stanie została ona konsumentowi dostarczona. Uregulowanie to pełni więc bardzo ważną funkcję, uświadamiając konsumentowi, iż to właśnie na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek dostarczenia rzeczy bez wad. Istotne jest bowiem, iż w przypadku umów, na podstawie których przedsiębiorca wysyła towar konsumentowi, ryzyko utraty lub jego uszkodzenia przechodzi na konsumenta dopiero w chwili wejścia przez konsumenta w jego posiadanie (art. 548 § 3 k.c.).

Ww. zaniechanie należy zatem uznać za naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 14 ust. 1 w zw. z art. 12 ust. 1 pkt 13 upk. Zgodnie z drugim z powołanych przepisów, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o obowiązku dostarczenia rzeczy bez wad. Art. 14 ust. 1 tej ustawy wymaga z kolei, aby informacje, o których mowa w art. 12 upk były przez przedsiębiorcę utrwalone na papierze lub na innym trwałym nośniku, w sposób czytelny i wyrażony prostym językiem. Powyższe przemawia więc za naruszeniem art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów który stanowi z kolei, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, a w szczególności naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W toku postępowania przedsiębiorca podnosił, iż spełnia ten obowiązek poprzez stosowanie postanowienia, zgodnie z którym „Kupujący potwierdza odbiór nowego, zapieczętowanego urządzenia Premium-Appetite oraz całego wyposażenia dodatkowego bez wad”. W ocenie Prezes Urzędu przedmiotowego brzmienia postanowienia nie można jednak utożsamiać z wymogiem, o którym mowa w art. 12 ust. 1 pkt 13 upk. Oświadczenie konsumenta o odebraniu urządzenia bez wad nie jest równoznaczne z poinformowaniem go, iż na przedsiębiorcy ciąży obowiązek dostarczenia rzeczy bez wad.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że przedsiębiorca naruszył obowiązek informacyjny określony w ustawie o prawach konsumenta, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Stwierdzenie zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

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.

Data zaniechania praktyk wskazanych w sentencji niniejszej decyzji to dzień 1 kwietnia 2016 r. - tj. dzień po dniu, w którym wycofane zostało z oferty przedsiębiorcy urządzenie Premium-Appetite.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd

Najwyższy w wyroku z 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów”. Wystarczające powinno być w jego ocenie 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. Sąd Najwyższy orzekł też, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) 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, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”.

W ocenie Prezesa Urzędu, zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowania przedsiębiorcy, polegające na stosowaniu w obrocie z konsumentami umów naruszających obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnych, prawdziwych oraz pełnych informacji, a także na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych godziły w zbiorowe interesy konsumentów. Zarzucone przedsiębiorcy praktyki naruszały bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez przedsiębiorcę praktyki ograniczały konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny. Podkreślić należy, iż adresatem zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk były małżeństwa w przedziale wiekowym 40-65 lat. Przedstawiona przez przedsiębiorcę dokumentacja wskazuje jednak, iż jego kontrahentami były również osoby starsze niż 65 lat oraz osoby samotne. Niemniej jednak praktyki te nie dotyczyły zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie nabywcą urządzenia Premium-Appetite mogła zostać każda osoba, która osiągnęła określony przez przedsiębiorcę wiek.

Na poparcie powyższego należy przytoczyć stanowisko Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który wskazał, iż „jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów”⁵. Tak więc w rozpatrywanym stanie faktycznym działanie przedsiębiorcy nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy miały charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz wpływało niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja była identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy kontrahentów przedsiębiorcy.

Mając na względzie powyższe należy stwierdzić, że wszystkie przesłanki z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione, co oznacza, iż przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec tego orzeczono jak w punktach I.-V. sentencji niniejszej decyzji.

Ad VI. Zgodnie z art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji, o której mowa w ust. 27 ust. 1 tej ustawy, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Mając na uwadze wynikającą z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów możliwość określenia środków usunięcia trwających skutków naruszenia

⁵ wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08.

zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał, że zasadne będzie określenie przedsiębiorcy środków usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, polegających na wystaniu - w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji do wszystkich konsumentów, którzy zawarli z przedsiębiorcą umowy poza lokalem przedsiębiorstwa dotyczące urządzenia Premium-Appetite - pisma (w formie przesyłki rejestrowanej - listu poleconego) - sformułowanego w sposób rzetelny i zrozumiały, zawierającego informację o wydaniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji w niniejszej w sprawie (uwzględniając numer oraz datę wydania decyzji) wraz z przytoczeniem sentencji tej decyzji oraz informacją o stronie internetowej, na której decyzja będzie dostępna (www.uokik.gov.pl), jak również przytoczenie przez przedsiębiorcę treści art. 12, 13 i 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.).

Tak określony termin nie powinien spowodować zbyt dużego wysiłku organizacyjnego dla przedsiębiorcy, ani nie powinien skutkować obniżeniem jakości świadczonych przez niego usług na rzecz konsumentów.

Prawomocna decyzja Prezesa Urzędu stanowi bowiem prejudykat dla dochodzenia przez konsumentów ich indywidualnych roszczeń. W uzasadnieniu postanowienia z 23 kwietnia 2015 r., sygn. akt III SK 61/14, Sąd Najwyższy stwierdził, że „(...) W przypadku praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przybierających postać nieuczciwych praktyk rynkowych nałożenie obowiązku publikacyjnego służy, w ocenie Sądu Najwyższego, usunięciu takich skutków, gdyż pozwala dotrzeć do konsumentów z informacją o dopuszczeniu się przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki. Informacja taka może stanowić dla konsumenta podstawę do wystąpienia z roszczeniami z art. 12 upnpr, tym bardziej że ostateczna decyzja organu ochrony konsumentów stwierdzająca naruszenie uokik jest dla sądu powszechnego wiążąca (...)”.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował, iż zamiast publikacji treści decyzji przez przedsiębiorcę np. w formie ogłoszenia prasowego, zasadne jest przesłanie do konsumentów indywidualnej wiadomości o wydanej decyzji w formie przesyłki listowej. Wysłanie konsumentom przedmiotowej informacji jest szczególnie istotne z punktu widzenia uregulowania zawartego w art. 12 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym w razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać:

- 1) zaniechania tej praktyki;
- 2) usunięcia skutków tej praktyki;
- 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;
- 4) naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądania unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu;
- 5) zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Zgodnie zaś z art. 12 ust 2 tej ustawy z roszczeniami, o których mowa w ust. 1 pkt 1, 3 i 5, może również wystąpić Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Ubezpieczonych, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.

Ciężar dowodu, że dana praktyka rynkowa nie stanowi nieuczciwej praktyki wprowadzającej w błąd spoczywa na przedsiębiorcy, któremu zarzuca się stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej (art. 13 upnpr), a roszczenia z tytułu nieuczciwej praktyki rynkowej, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 1-3 i 5, ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech - bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie, co do każdego naruszenia (art. 14 upnpr). W przypadku umów zawartych w marcu 2016 r. przedawnienie nastąpi więc najwcześniej w kwietniu 2019 r.

Otrzymane przez konsumentów pismo od przedsiębiorcy ułatwi dochodzenie ich indywidualnych roszczeń - w tym roszczenia o uwzględnienie zgłaszanego już przez nich

odstąpienia od umowy - w przypadku praktyki określonej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji. Pomocne będzie także dla konsumentów, którzy nawet nie wystąpili uprzednio do przedsiębiorcy z żadną inicjatywą dotyczącą odstąpienia od umowy, z uwagi na stosowane przez niego w umowach obostrzenia w tym zakresie, a które na mocy wydanej w sprawie decyzji zostały uznane za bezprawne.

Prezes Urzędu nie podziela stanowiska przedsiębiorcy odnoszącego się do braku zasadności przestania ww. pisma do wszystkich konsumentów, którzy zawarli z przedsiębiorcą umowy poza lokalem przedsiębiorstwa dotyczące urządzenia Premium-Appetite. Po pierwsze, przedstawione przez przedsiębiorcę statystyki za okres 2016-2017 roku nie dotyczą bezpośrednio okresu, w którym w jego ofercie znajdowało się urządzenie Premium-Appetite, gdyż zostało ono wycofane z oferty przedsiębiorcy począwszy od kwietnia 2016 r. Tym niemniej, nawet przy przyjęciu, iż ww. dane są reprezentatywne dla tego urządzenia to przedstawione przez przedsiębiorcę dane tylko wzmacniają zasadność przestania pisma, o którym mowa powyżej do wszystkich kontrahentów przedsiębiorcy, którzy nabyli to urządzenie. Z doświadczeń Prezes Urzędu wynika, iż na rynku sprzedaży bezpośredniej przedsiębiorcy odnotowują dość znaczną ilość przypadków odstąpienia od umowy. Informacje przesłane przez przedsiębiorcę dowodzą, iż przedsiębiorca mógł skutecznie wprowadzić konsumentów w błąd - przez co zrezygnowali oni w ogóle z prawa do odstąpienia od umowy. Istota ocenianej w punkcie I. praktyki polega na wprowadzeniu konsumentów w błąd co powoduje, iż należy ją adresować do każdego z kontrahentów przedsiębiorcy.

Z uwagi na powyższe orzeczono jak punkcie VI. sentencji niniejszej decyzji.

Ad VII. Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. W niniejszej sprawie z tego uprawnienia Prezes Urzędu ma zamiar skorzystać.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Nakładając kary pieniężne na przedsiębiorców, Prezes Urzędu bierze 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. Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje zarówno na umyślne, jak i nieumyślne naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów ustawy.

W odniesieniu do praktyki z punktu I. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu uznał, że przedsiębiorca opisanego tam naruszenia dopuścił się umyślnie. Wprowadzone do umów obwarowania związane z rozszerzeniem wyjątku wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie było dziełem przypadku, ani też efektem przypadkowych, niezamierzonych działań. W ocenie Prezesa Urzędu, przedsiębiorca zdawał sobie sprawę z istnienia po stronie konsumentów uprawnienia do odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy oraz z konsekwencji wiążących się ze skorzystaniem

przez konsumentów z tego prawa. Wobec powyższego należy wskazać, że przedsiębiorca celowo zastosował w umowach sprzedaży mechanizm wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu - art. 38 pkt 5 upk. W ocenie Prezesa Urzędu, przedsiębiorca miał w tym przypadku zamiar tak ukształtować wiążący go z konsumentami stosunek umowny, aby uniknąć ewentualnego ryzyka związanego z odstępowaniem od zawartych umów. Dodatkowo, pomimo otrzymywanych zgłoszeń ze strony rzeczników konsumentów przedsiębiorca nie zrewidował swojego stanowiska i w dalszym ciągu ograniczał prawo konsumentów do odstąpienia od umowy powołując się na wyłączenie z art. 38 pkt 5 upk. Przedsiębiorca miał więc świadomość wprowadzania swoim zachowaniem konsumentów błąd.

Ryzyko ewentualnych odstąpień od umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, w tym także ryzyko zmniejszenia wartości sprzedawanych rzeczy spoczywa wyłącznie na przedsiębiorcy - sprzedaż określonej grupy towarów zawsze może się wiązać z ryzykiem zmniejszenia ich wartości. Przedsiębiorca w sposób z góry przemyślany przewidział to ryzyko i wprowadził do umowy postanowienia, które miały temu przeciwdziałać. Jaskrawym przykładem wskazującym na umyślność działania przedsiębiorcy było rozpieczętowywanie nabywanego urządzenia w obecności konsumenta i jego pierwsze uruchomienie. Przedsiębiorca przewidywał negatywne skutki jakie mogą powstać dla konsumentów w związku ze stosowanymi postanowieniami oraz praktykami swoich handlowców przy sprzedaży towarów poza lokalem przedsiębiorstwa i na nie się godził. W ocenie Prezesa Urzędu świadczy to tylko o tym, że tego naruszenia przedsiębiorca dopuścił się umyślnie.

Z kolei w odniesieniu do praktyk opisanych w punktach II.-V. sentencji decyzji należy mieć na uwadze, że podejmowane w tym zakresie przez przedsiębiorcę działania powinny być uwzględniać możliwość naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Podkreślić należy, że na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa. Przedsiębiorca prowadzący działalność polegającą na zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien mieć świadomość, że m.in. ustawa o prawach konsumenta wymaga od przedsiębiorców będących profesjonalnymi uczestnikami rynku by w stosowanych przez siebie umowach zawierali komplet rzetelnych, pełnych i nie wprowadzających w błąd informacji wymaganych przepisami prawa oraz nie naruszali w inny sposób interesów konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy było 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 naruszeń opisanych w punktach II.-V. sentencji niniejszej decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanych praktyk stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej na przedsiębiorcę.

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

W punktach I.-V. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2, art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 oraz w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji

i konsumentów. Powyższe dało podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kar pieniężnych określonych w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszych kar jest obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku poprzedzającym nałożenie kary, który w 2016 r. wyniósł [...] zł (słownie: [...]), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara pieniężna w wysokości [...] zł.

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.-V. sentencji niniejszej decyzji 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.

VII.1 Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I. sentencji decyzji polegającego na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwej informacji, polegającej na rozszerzeniu wyjątku wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, o którym mowa w art. 38 pkt 5 upk, dotyczącego urządzenia gospodarstwa domowego o nazwie Premium-Appetite, z uwagi na traktowanie tego produktu przez przedsiębiorcę jako rzeczy dostarczanej w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 upnr, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku zakwestionowana praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę naruszenia mającego miejsce na rynku sprzedaży bezpośredniej, a także rodzaj stwierdzonego naruszenia, wagę tej praktyki określono jako znaczną. Miarkując niniejszą karę zwrócono uwagę na to, że skutkiem ocenianych praktyk mogło być pozbawienie konsumentów ich podstawnego prawa związanego z odstąpieniem od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Oceniana praktyka mogła powodować również dotkliwie negatywne skutki w sferze ekonomicznych interesów konsumentów. Zgodnie z poczynionymi w toku postępowania ustaleniami, urządzenie to było oferowane w handlu detalicznym za kwotę 4390 zł lub 5190 zł. Zakup ww. urządzenia nie był wydatkiem bagatelny, a dla wielu konsumentów - po wprowadzeniu ich w błąd co do prawa odstąpienia od umowy - mógł okazać się wydatkiem zbędnym. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały, gdyż była stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 25 grudnia 2014 r. - tj. od dnia wejścia w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta - do 31 marca 2016 r.

W oparciu o obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r., ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie **15942 zł** (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

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, było zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co było związane z wycofaniem z oferty przedsiębiorcy urządzenia Premium-Appetite i pozwoliło na obniżenie wysokości kary pieniężnej o 10 %. Jednakże okolicznością obciążającą jaka wystąpiła w niniejszym przypadku była umyślność naruszenia, która spowodowała podwyższenie wymiaru kary pieniężnej o 50 %. Wobec powyższego, wysokość kary pieniężnej zwiększono finalnie o 40 % do kwoty 22319 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 22319 zł, co stanowi [...] % obrotu 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 VII.1. sentencji niniejszej decyzji.

VIII.2 Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie II. sentencji decyzji polegającego na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie w umowie zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, przewidującej możliwość kredytowania przez bank nabywanego urządzenia Premium-Appetite, informacji o ilości oraz wysokości rat - które mogą sugerować, iż wyliczenia te składają się na detaliczną cenę urządzenia wskazaną w umowie, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnr, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku zakwestionowana praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę naruszenia mającego miejsce na rynku sprzedaży bezpośredniej, a także rodzaj stwierdzonego naruszenia, wagę tej praktyki określono jako znaczną. Błędne przekonanie konsumentów odnoszące się do ilości rat i ich wysokości, jako wielkościami odpowiadającym po przemnożeniu cenie brutto urządzenia mogło spowodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej ewentualnego zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa i związanego z tym kredytu, której inaczej by nie podjęli, gdyby nie zostali wprowadzeni przez przedsiębiorcę w błąd. Miarkując niniejszą karę zwrócono uwagę również na to, że oceniana praktyka mogła powodować dotkliwie negatywne skutki w sferze ekonomicznych interesów konsumentów. Zgodnie z poczynionymi w toku postępowania ustaleniami, urządzenie to było oferowane w handlu detalicznym za kwotę 4390 zł lub 5190 zł. W przypadku kredytowania nabycia urządzenia na okres 60 miesięcy potencjalny uszczerbek ekonomiczny konsumentów mógł wynieść od 3,5 do ponad 4 tys. zł. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały, gdyż była stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 25 grudnia 2014 r. - tj. od dnia wejścia w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta - do 31 marca 2016 r.

W oparciu o obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r., ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie **12753 zł** (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

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, było zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co było związane z wycofaniem z oferty przedsiębiorcy urządzenia Premium-Appetite i pozwoliło na obniżenie wysokości kary pieniężnej o 10 %. Wobec powyższego, wysokość kary pieniężnej zmniejszono do kwoty 11478 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 11478 zł, co stanowi [...] % obrotu 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 VII.2. sentencji niniejszej decyzji.

VIII.3. Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie III. sentencji decyzji polegającego na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie informacji, iż termin na rozpatrzenie zgłoszenia reklamacyjnego wynosi 28 dni od daty jego otrzymania przez przedsiębiorcę, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnr w zw. z art. 561⁵ k.c., który przewiduje, iż nieustosunkowanie się do żądania konsumenta polegającego na wymianie rzeczy, usunięciu wady albo złożeniu oświadczenia o obniżeniu ceny, określającego kwotę, o którą cena ma być obniżona, w terminie czternastu dni, jest jednoznaczne z uznaniem tego żądania za uzasadnione, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku zakwestionowana praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Podkreślić należy, iż na przedsiębiorcy, jako profesjonalnym uczestniku obrotu gospodarczego, spoczywa obowiązek przygotowania umowy, w sposób zgodny z przepisami prawa. Konsumentom została przedstawiona błędna informacja o terminie rozpatrywania zgłoszenia reklamacyjnego. Informacja ta przedłużała w sposób nieuprawniony kodeksowy termin ustosunkowania się do roszczeń konsumentom, przez co ponad miarę przedłuża termin pobawienia konsumentów posiadania reklamowanej rzeczy. Ze względu na specyfikę umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, a także rodzaj stwierdzonych nieprawidłowości, wagę tego naruszenia określono jako umiarkowaną. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały, gdyż była stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 25 grudnia 2014 r. - tj. od dnia wejścia w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta - do 31 marca 2016 r.

W oparciu o obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r., ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie **3188 zł** (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, było zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co było związane z wycofaniem z oferty przedsiębiorcy urządzenia Premium-Appetite i pozwoliło na obniżenie wysokości kary pieniężnej o 10 %. Wobec powyższego, wysokość kary pieniężnej zmniejszono do kwoty 2870 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 2870 zł, co stanowi [...] % obrotu 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 **VII.3.** sentencji niniejszej decyzji.

VII.4. Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie IV. sentencji decyzji polegającego na stosowaniu w umowach sprzedaży urządzenia Premium-Appetite zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa postanowienia wskazującego, iż termin na odstąpienie od umowy rozpoczyna swój bieg od daty zawarcia umowy sprzedaży ww. urządzenia, co jest niezgodne z art. 27 w zw. z art. 28 pkt 1 upk, a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku zakwestionowana praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Podkreślić należy, iż na przedsiębiorcy, jako profesjonalnym

uczestniku obrotu gospodarczego, spoczywa obowiązek przygotowania umowy, w sposób zgodny z przepisami prawa. Konsumentom została przedstawiona błędna informacja, iż termin na odstąpienie od umowy rozpoczyna swój bieg od daty zawarcia umowy sprzedaży. Informacja ta mogła ograniczać konsumentom czas na odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Miarkując niniejszą karę Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność związaną z faktem, iż we wszystkich przypadkach urządzenie Premium-Appetite było odbierane przez konsumentów w dniu podpisania przez nich umowy, co ograniczało ewentualne negatywne skutki stosowania praktyki, zastrzegającej bieg terminu na odstąpienie od umowy od podpisania umowy, a nie objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumentów. Ze względu na specyfikę umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, a także rodzaj stwierdzonych nieprawidłowości, wagę tego naruszenia określono jako umiarkowaną. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały, gdyż była stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 25 grudnia 2014 r. - tj. od dnia wejścia w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta - do 31 marca 2016 r.

W oparciu o obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r., ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie 6377 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszczyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, było zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co było związane z wycofaniem z oferty przedsiębiorcy urządzenia Premium-Appetite i pozwoliło na obniżenie wysokości kary pieniężnej o 10 %. Wobec powyższego, wysokość kary pieniężnej zmniejszono do kwoty 5739 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

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 IV. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 5739 zł, co stanowi [...] % obrotu 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 VII.4. sentencji niniejszej decyzji.

VIII.5. Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie V. niniejszej decyzji, polegającego na naruszaniu obowiązku informowania konsumentów przy zawieraniu poza lokalem przedsiębiorstwa umów sprzedaży urządzenia Premium-Appetite o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad poprzez nie utrwalenie tej informacji na papierze lub na innym trwałym nośniku, co jest niezgodne z art. 14 ust. 1 w zw. z art. 12 ust. 1 pkt 13 upk, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku zakwestionowana praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Podkreślić należy, iż na przedsiębiorcy, jako profesjonalnym uczestniku obrotu gospodarczego, spoczywa obowiązek przygotowania umowy, w której znajdują się wszystkie wymagane prawem informacje. Brak wywiązania się z obowiązków informacyjnych wynikających z ustawy na podstawie której przedsiębiorca prowadził działalność gospodarczą - ustawy o prawach konsumenta - świadczy o lekceważącym podejściu do obowiązków nałożonych na kredytodawców przez ustawodawcę. Ze względu na specyfikę umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, a także rodzaj stwierdzonych nieprawidłowości, wagę tego naruszenia określono jako umiarkowaną. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały, gdyż była stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 25 grudnia 2014 r. - tj. od dnia wejścia w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta - do 31 marca 2016 r.

W oparciu o obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r., ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie **3188 zł** (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

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, było zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co było związane z wycofaniem z oferty przedsiębiorcy urządzenia Premium-Appetite i pozwoliło na obniżenie wysokości kary pieniężnej o 10 %. Wobec powyższego, wysokość kary pieniężnej zmniejszono do kwoty 2870 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

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 V. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 2870 zł, co stanowi [...] % obrotu 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 **VII.5.** sentencji niniejszej decyzji.

Nakładając niniejszą decyzją kary pieniężne za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu kierował się przestankami wskazanymi w art. 106 oraz art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary w powyższej wysokości są, w ocenie Prezesa Urzędu, adekwatne do okresu, stopnia zawinienia oraz okoliczności naruszeń przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zaś ich wysokość jest na tyle dolegliwa dla przedsiębiorcy, że skutecznie zapobiegnie ponownym naruszeniom w przyszłości. Kary nakładane przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służą podkreśleniu naganności ocenianych zachowań. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić także aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić także uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników. Przedmiotowe rozstrzygnięcie będzie sygnałem dla innych przedsiębiorców działających na rynku sprzedaży bezpośredniej, że za podejmowanie działań jak te ocenione w niniejszym postępowaniu, mogą ponieść dotkliwą sankcję finansową.

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 w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

VIII. 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. Zgodnie z 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.-V. 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 86 PLN (słownie: osiemdziesięciu sześciu 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 oraz na podstawie art. 479²⁸ § 2 Kodeksu postępowania cywilnego - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach (40-048 Katowice, ul. Kościuszki 43).

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie VIII. 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 na podstawie 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 (40-048 Katowice, ul. Kościuszki 43) w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH
Maciej Fragsztajn