



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU**

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
tel. 61 852-15-17, 61 852-77-50, fax 61 851-86-44
e-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 31 lipca 2017 r.

RPZ- 610-1/17/PG

DECYZJA Nr RPZ 2/2017

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec Zuzanny Siuda prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Barvit w Poznaniu,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;

- I.** na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zamieszczanie przez Zuzannę Siuda prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Barvit w Poznaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:

- „Produkt dostarczany jest w zapieczętowanym opakowaniu, którego otwarcie uniemożliwia zwrot towaru ze względów higienicznych. Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku nie podlegający zwrotowi po jego użyciu z zastrzeżeniem wyjątków wskazanych w zdaniach poprzednich. Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zakupu poprzez złożenie sprzedającemu pisemnego oświadczenia”,

w sytuacji, gdy do towarów znajdujących się w ofercie Przedsiębiorcy nie znajduje zastosowania wyłączenie prawa do odstąpienia od umowy określone w art. 38 pkt 5 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827, ze zm.), co w związku z naruszeniem art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827, ze zm.) ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2016 r., poz. 3, ze zm.),

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 12 września 2016 r.,

II. na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zamieszczanie przez Zuzannę Siuda prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą Barvit w Poznaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:

- „W celu rozpatrzenia gwarancji, Zamawiający zobowiązany jest w terminie 14 dni od ujawnienia wady zgłosić ją w formie pisemnej do firmy BARVIT oraz dostarczyć na własny koszt wadliwy wyrób do siedziby firmy, dołączając kopię umowy kupna-sprzedaży oraz paragon”;

co narusza art. 580 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j.: Dz. U. z 2016 r., poz. 380 ze zm.) i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2016 r., poz. 3, ze zm.).

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 06 kwietnia 2017 r.;

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **nakłada się na Zuzannę Siuda prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Barvit w Poznaniu:**

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 5.442 zł, (słownie: pięć tysięcy czterysta czterdzieści dwa złote) płatną do budżetu państwa;
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 4.198 zł (słownie: cztery tysiące sto dziewięćdziesiąt osiem złotych), płatną do budżetu państwa;

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j.: Dz.U. z 2016 r., poz. 23 ze zm.) postanawia się obciążyć Zuzannę Siuda prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Barvit w Poznaniu kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 33,8 zł (słownie: trzydzieści trzy złote 80/100) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

Postanowieniem z dnia 07 lipca 2016 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania Zuzanny Siuda prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą BARVIT w Poznaniu (dalej: Przedsiębiorca), polegające na sprzedaży towarów poza lokalem przedsiębiorstwa, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm. – dalej : u.o.k.k.). Postępowanie było wynikiem monitoringu przedsiębiorców działających na rynku sprzedaży bezpośredniej.

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 24 stycznia 2017 r., postępowania w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w:

1. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:

- „Produkt dostarczany jest w zapieczętowanym opakowaniu, którego otwarcie uniemożliwia zwrot towaru ze względów higienicznych. Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku nie podlegający zwrotowi po jego użyciu z zastrzeżeniem wyjątków wskazanych w zdaniach poprzednich. Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zakupu poprzez złożenie sprzedającemu pisemnego oświadczenia”,

w sytuacji, gdy do towarów znajdujących się w ofercie Przedsiębiorcy nie znajduje zastosowania wyłączenie prawa do odstąpienia od umowy określone w art. 38 pkt 5 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827, ze zm. – dalej u.p.k.), co w związku z naruszeniem art. 27 u.p.k. mogło ograniczać prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2016 r., poz. 3, ze zm. – dalej: u.p.n.p.r.),

2. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a polegającej na zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:

- „W celu rozpatrzenia gwarancji, Zamawiający zobowiązany jest w terminie 14 dni od ujawnienia wady zgłosić ją w formie pisemnej do firmy BARVIT oraz dostarczyć na własny koszt wadliwy wyrób do siedziby firmy, dołączając kopię umowy kupna-sprzedaży oraz paragon”,

co mogło naruszać art. 580 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j.: Dz. U. z 2016 r., poz. 380 ze zm. – dalej Kc) i stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r.

Przedsiębiorca zawiadomiony pismem z dnia 24 stycznia 2017 r. o wszczęciu ww. postępowania, ustosunkował się do postawionych mu zarzutów. W piśmie z dnia 20 lutego 2017 r., zobowiązał się do zaprzestania stosowania kwestionowanych praktyk i dostosowania prowadzonej działalności do aktualnie obowiązujących przepisów prawa. Jednocześnie przedłożył zmodyfikowaną wersję wzorca umowy sprzedaży. Na marginesie wskazał, że postępowanie w zakresie pierwszego z wyżej wskazanych zarzutów jest bezprzedmiotowe, gdyż od września 2016 r. nie posługuje się we wzorcach umowy sprzedaży postanowieniem o kwestionowanej treści.

W piśmie z dnia 28 lutego 2017 r. Przedsiębiorca wniósł o polubowne zakończenie sprawy i wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 u.o.k.k., odstąpienie od wymierzania kary pieniężnej, umorzenie postępowania w części (co do zarzutu nr I) oraz przeprowadzenie dowodów z umów sprzedaży z września 2016 r. Zobowiązał się przy tym do zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzenie do stosowanego wzorca umowy sprzedaży istotnych modyfikacji oraz zastosowanie nowego wzorca reklamacji towarów z tytułu rękojmi za wady fizyczne. Z ostrożności procesowej, Przedsiębiorca wniósł także o wydanie decyzji o uznaniu stosowanej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie jej stosowania oraz o wymierzenie kary w minimalnej wysokości.

Uzasadniając swoje stanowisko Przedsiębiorca podniósł, że zaproponowane zobowiązanie jest słuszne i adekwatne, a przy tym szybkie i tanie z punktu widzenia interesu publicznego.

Wskazał, że wykonanie wspomnianego zobowiązania doprowadzi do wyeliminowania kwestionowanych praktyk. Wyjaśnił jednocześnie, że nigdy nie miał na celu udzielania konsumentom mylnych informacji, bądź manipulowania nimi tak, aby działając w zaufaniu do niego korzystali z przysługujących im uprawnień w sposób niekorzystny dla ich interesów. Podkreślił, że podjął aktywną, rzeczową i solidną współpracę z Prezesem Urzędu, w szczególności przedkładając na bieżąco dowody i udzielając stosownych wyjaśnień, przyczyniając się tym samym do szybkiego i sprawnego prowadzenia niniejszego postępowania. Odnosząc się do stopnia naruszenia przepisów ustawy Przedsiębiorca wskazał, że waga, ciężar i szkodliwość stwierdzonych naruszeń była niewielka, jego wina nieumyślna, zaś skutki stosowania kwestionowanych praktyk były jedynie potencjalne.

Przedsiębiorca zwrócił również uwagę na błąd w ustaleniach faktycznych sprawy, wskazując, że postanowienia opisanego w pierwszym z postawionych mu zarzutów nie stosuje od września 2016 r. W tym zakresie postępowanie uznał zatem za bezprzedmiotowe.

Pismem z dnia 07 marca 2017 r. Przedsiębiorca, powołując się na okoliczności wskazane we wcześniejszych pismach i nie modyfikując treści zobowiązania, ponownie wniósł o wydanie decyzji zobowiązującej. W piśmie tym Przedsiębiorca wniósł o ewentualne wydanie decyzji zobowiązującej jedynie w zakresie drugiego z postawionych przedsiębiorcy zarzutów, wydanie decyzji w trybie art. 27 u.o.k.k. w zakresie zarzutu pierwszego oraz o przeprowadzenie dowodu z umów zawartych z konsumentami we wrześniu 2016 r.

Pismem z dnia 21 czerwca 2017 r. Prezes Urzędu przesłał do Przedsiębiorcy szczegółowe uzasadnienie stawianych mu zarzutów i wezwał do przedstawienia stanowiska co do przedstawionych ustaleń faktycznych i ich oceny prawnej w terminie 14 dni od dnia otrzymania pisma.

W odpowiedzi, pismem z dnia 03 lipca 2017 r., Przedsiębiorca wniósł o odstąpienie od nakładania na niego kary pieniężnej lub wymierzenie jej w minimalnym zakresie z uwagi na niezawinione i nieświadome naruszenie przepisów ustawy, dobrowolne usunięcie kwestionowanych postanowień wzorca umowy i formularza reklamacji, zaniechanie stosowania kwestionowanych praktyk przed wszczęciem postępowania oraz współpracę z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się Przedsiębiorcy do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą w Poznaniu na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dalej: CEIDG) pod nazwą Barvit. Zgodnie z wpisem do CEIDG, przeważającą działalność gospodarczą Przedsiębiorcy stanowi działalność agentów specjalizujących się w sprzedaży pozostałych określonych towarów. Niezależnie od tego, Prezes Urzędu ustalił, że głównym przedmiotem prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności jest sprzedaż detaliczna towarów prowadzona poza lokalem przedsiębiorstwa w ramach prezentacji zbiorowych organizowanych na terenie całego kraju (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 19 akt adm.; wydruk z CEIDG – k. 8 i 212 akt adm.).

W ofercie Przedsiębiorcy znajdują się kołdra i poduszka welniana, masażer, poduszka masująca, mata masująca, naczynia oraz mop parowy. W 2015 r. Przedsiębiorca zawarł z konsumentami [usunięto] umów, natomiast w 2016 r. (do dnia 11 lipca 2016 r.) [usunięto] umowy. Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy, wszystkie te umowy zawarte zostały z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa w toku organizowanych przez niego pokazów (dowód: oświadczenia Przedsiębiorcy, k. 19-20 akt adm.).

Przedsiębiorca w relacjach z konsumentami posługuje się wzorcem umowy sprzedaży. W wersji wzorca stosowanej przez Przedsiębiorcę od dnia 01 lutego 2015 r., zawarł on postanowienia o następującej treści (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 19 akt adm.; formularz umowy, k. 55-56 akt adm.; egzemplarze umów, k. 58-120, 223-232, 236-245, 254-263 akt adm.):

- „Produkt dostarczany jest w zapieczętowanym opakowaniu, którego otwarcie uniemożliwia zwrot towaru ze względów higienicznych. Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku nie podlegający zwrotowi po jego użyciu z zastrzeżeniem wyjątków wskazanych w zdaniach poprzednich. Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zakupu poprzez złożenie sprzedającemu pisemnego oświadczenia.” [ust. 3 znajdujący się pod wzorem oświadczenia o odstąpieniu od umowy]

- „W celu rozpatrzenia gwarancji, Zamawiający zobowiązany jest w terminie 14 dni od ujawnienia wady zgłosić ją w formie pisemnej do firmy BARVIT oraz dostarczyć na własny koszt wadliwy wyrób do siedziby firmy, dołączając kopię umowy kupna-sprzedaży oraz paragon.” [ust. 4 Warunków gwarancji]

Przedsiębiorca zaniechał stosowania ww. postanowień odpowiednio 12 września 2016 r. w przypadku pierwszego z nich oraz 06 kwietnia 2017 r. w przypadku drugiego (dowód: oświadczenia Przedsiębiorcy, k. 218, 234-235, 251-253, 266 akt adm.; formularze umowy, k. 219-220, 293 akt adm.; egzemplarze umów, k. 223-232, 236-245, 254-263, 271-292 akt adm.)

Na podstawie zgromadzonego w toku sprawy materiału dowodowego ustalono, że sprzedany towar wydawany jest konsumentom w takcie trwania prezentacji, po uprzednim podpisaniu umowy z przedstawicielem Przedsiębiorcy. Wyjątkowo, towar wydawany jest w terminie późniejszym. Dzieje się tak w sytuacji, gdy Przedsiębiorca nie dysponuje w danej chwili odpowiednim asortymentem. W takich przypadkach, zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy, towar jest dostarczany w określonym w umowie terminie za pośrednictwem firmy kurierskiej (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 153 akt adm.).

Na podstawie przesłanej przez Przedsiębiorcę dokumentacji fotograficznej oraz materiałów przekazanych przez producenta oferowanych przez Przedsiębiorcę towarów wełnianych (Eugeniusza Napieralę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Kejna” Plus), ustalono, że oferowane przez Przedsiębiorcę koldra i poduszka wełniana nie są sprzedawane w zapieczętowanych opakowaniach. Ich opakowanie stanowi torba foliowo-flizelinowa z zamknięciem na zamek błyskawiczny. Jednocześnie, mając na względzie, że oferowane przez Przedsiębiorcę towary stanowią koldrę i poduszkę wełnianą, masażer, poduszkę masującą, matę masującą, naczynia oraz mop parowy ustalono, że względy zdrowotne i higieniczne nie uniemożliwiają ich ponownego wprowadzenia do obrotu w przypadku wyjęcia ich z opakowania i wypróbowania przed podjęciem przez konsumenta ewentualnej decyzji co do odstąpienia od zawartej z Przedsiębiorcą umowy (dowód: dokumentacja fotograficzna, k. 34-38 akt adm.; oświadczenie Eugeniusza Napieralę, k. 170-171 akt adm.; egzemplarz opakowania towarów wełnianych, k. 186 akt adm.).

W 2016 r. Przedsiębiorca osiągnął łączny przychód z prowadzonej działalności gospodarczej w kwocie [usunięto] zł (dowód: zeznanie o wysokości osiągniętego dochodu za rok 2016 – k. 267-270 akt adm.).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do art. 1 ust. 1 u.o.k.k., ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogą stać się klientami Przedsiębiorcy,

tj. wziąć udział w organizowanych przez Przedsiębiorcę pokazach i zawrzeć z Przedsiębiorcą umowę sprzedaży. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Przedsiębiorcy, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Przedsiębiorca jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 u.o.k.k., albowiem prowadzi indywidualną działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. W konsekwencji, zachowania Przedsiębiorcy podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów u.o.k.k.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k., zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3), proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa¹. Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Spełnienie przesłanki bezprawności wykazane zostanie odrębnie dla każdej z przypisanych Przedsiębiorcy praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostanie natomiast łącznie, z uwagi na zbliżony charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych prowadzonym postępowaniem.

1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów 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 „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, 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*

¹ Por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwai, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000 r., str. 117-118.

konsumant będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również stricte ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Przedsiębiorcy dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów – wszyscy konsumenci, którzy biorą udział w organizowanych przez Przedsiębiorcę pokazach i dokonują w ich trakcie zakupów. Wskazać należy, że stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki nie dotyczą zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie na prezentację mogła zostać zaproszona każda osoba. Nie mamy tutaj również do czynienia z sytuacją, w której Przedsiębiorca występuje ze swoją ofertą do poszczególnych, zindywidualizowanych konsumentów z osobna. W konsekwencji uznać należy, iż w niniejszym przypadku, to potencjalnie nieoznaczona z góry grupa konsumentów mogła skorzystać z oferty Przedsiębiorcy i wziąć udział w organizowanym przez niego spotkaniu.

Zaznaczyć należy, że zarzucone Przedsiębiorcy praktyki wprowadzające w błąd naruszają bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

Nie ma zatem wątpliwości, że swoimi działaniami Przedsiębiorca naruszył zbiorowe interesy konsumentów.

2. Bezprawność

Artykuł 24 u.o.k.k. nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, ale powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. sygn. akt III SZP 3/2006 wskazał, że za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 u.o.k.k. *można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta (...). Zachowania takie stanowią bowiem jednocześnie zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów.*

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK – z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001).

2.1. Niedozwolone praktyki rynkowe

W pkt I-II sentencji zarzucono Przedsiębiorcy stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 u.o.k.k. polegających na godzących w zbiorowe interesy konsumentów bezprawnych działaniach mających postać nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z art. 3 u.p.n.p.r., stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki wprowadzające konsumentów w błąd są związane bezpośrednio z promocją i dystrybucją oferowanych konsumentom produktów znajdujących się w ofercie Przedsiębiorcy.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 u.p.n.p.r., wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1. ustawy.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 u.p.n.p.r.) jak i zaniechaniu (art. 6 u.p.n.p.r.). Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się 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.

Należy jednocześnie podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej – nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do

niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że z okoliczności sprawy nie wynika, aby Przedsiębiorca kierował zakwestionowane praktyki w stosunku do określonego kręgu konsumentów. W konsekwencji w analizowanym przypadku za przeciętnego konsumenta uznano osobę dorosłą, dostatecznie dobrze poinformowaną, uważną i ostrożną.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia, postawiono Przedsiębiorcy zarzuty stosowania dwóch nieuczciwych praktyk rynkowych, a mianowicie:

- działania, polegającego na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji co do przysługującego konsumentom prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz
- działania, polegającego na wprowadzaniu konsumentów w błąd, co do przysługujących im uprawnień wynikających z udzielonej przez Przedsiębiorcę gwarancji.

2.1.1. Praktyka opisana w pkt I sentencji postanowienia

Zgodnie z art. 27 u.p.k., 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, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35. Jednocześnie w myśl art. 28 pkt 1 u.p.k., dla umowy, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązany do przeniesienia jej własności, bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się od objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik.

Z okoliczności niniejszej sprawy wynika, że we wzorcu umowy sprzedaży (w wersji obowiązującej od dnia 01 lutego 2015 r. do dnia 12 września 2016 r.) Przedsiębiorca stosował postanowienie o następującej treści:

„Produkt dostarczany jest w zapieczętowanym opakowaniu, którego otwarcie uniemożliwia zwrot towaru ze względów higienicznych. Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku nie podlegający zwrotowi po jego użyciu z zastrzeżeniem wyjątków wskazanych w zdaniach poprzednich. Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zakupu poprzez złożenie sprzedającemu pisemnego oświadczenia.” [ust. 3 znajdujący się pod wzorem oświadczenia o odstąpieniu od umowy]

Z poczynionych w toku postępowania ustaleń wynika również, że Przedsiębiorca wydaje zakupiony towar w takcie trwania prezentacji. Wyjątkowo, towar wydawany jest w terminie późniejszym. Dzieje się tak w sytuacji, gdy Przedsiębiorca nie dysponuje w danej chwili odpowiednim asortymentem. W takich przypadkach, zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy, towar jest dostarczany w określonym w umowie terminie za pośrednictwem firmy kurierskiej.

Mając na względzie charakter prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności nie może ulegać wątpliwości, że cytowane wyżej postanowienie stoi w sprzeczności z treścią art. 28 u.p.k. Zwrócić należy uwagę, że postanowienia zawarte we wzorcu stosowanym do dnia 12 września 2016 r. błędnie wskazywało, że konsumentom każdorazowo przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni liczonym od dnia dokonania zakupu. Zasada ta, w świetle obowiązujących przepisów, nie znajduje jednak zastosowania do sytuacji, gdy towar wydawany jest w terminie późniejszym.

Podkreślić należy, że w myśl art. 34 ust. 4 u.p.k., konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza

konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy, chyba że przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy zgodnie z wymaganiami art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy.

Z powyższego wynika, że w przypadku korzystania przez konsumenta z rzeczy nabytej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy, nie traci on uprawnień do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W takiej sytuacji konsument ponosi jedynie odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy i to tylko w sytuacji, gdy został w sposób właściwy poinformowany o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy.² Za niedopuszczalne należy zatem uznać ograniczanie prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa do sytuacji, w których rzecz zwracana nie była w ogóle używana. Zaznaczyć przy tym należy, że w myśl art. 7 u.p.k., konsument nie może zrzec się praw przyznanych mu w ustawie, a postanowienia mniej korzystne dla konsumenta niż postanowienia ustawy są z mocy prawa nieważne.

Ustawa określa w art. 38 zamknięty katalog wyjątków od wyżej wskazanej zasady. Zgodnie z art. 38 pkt 5 u.p.k., 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.

Na gruncie przywołanego wyżej przepisu do wyłączenia prawa odstąpienia od umowy niezbędne jest kumulatywne spełnienie trzech przesłanek: rzecz dostarczona została w zapieczętowanym opakowaniu, opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu tej rzeczy konsumentowi oraz po otwarciu opakowania rzeczy nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych.

W literaturze podkreśla się, że przez zapieczętowane opakowanie należy rozumieć jego sterylne zamknięcie, które chroni przed negatywnym wpływem środowiska zewnętrznego. Jednocześnie, brak możliwości zwrotu rzeczy wiąże się z nie z fizycznym brakiem możliwości jej odesłania do przedsiębiorcy, lecz z brakiem możliwości ponownego wprowadzenia rzeczy do obrotu ze względu na ochronę zdrowia lub z uwagi na względy higieniczne.³

Z poczynionych ustaleń wynika, że w ofercie przedsiębiorcy znajdują się koldra i poduszka wełniana, masażer, poduszka masująca, mata masująca, naczynia oraz mop parowy. W ocenie Prezesa Urzędu, żaden z tych towarów nie może podlegać wyłączeniu o którym mowa w art. 38 pkt 5 u.p.k. Podkreślić bowiem należy, że ani względy zdrowotne ani higieniczne nie uniemożliwiają ponownego wprowadzenia tych towarów do obrotu. Nadto, zwrócić należy uwagę, że koldra i poduszka wełniana nie są nawet sprzedawane w zapieczętowanych opakowaniach (ich opakowanie stanowi torba foliowo-flizelinowa z zamknięciem na zamek błyskawiczny).

Mając na względzie, że w okolicznościach niniejszej sprawy nie znajduje zastosowania wyłączenie z art. 38 pkt 5 u.p.k., za niedopuszczalne należy uznać ograniczanie przez Przedsiębiorcę w cytowanym wyżej postanowieniu prawa konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa do sytuacji, kiedy towar nie był używany.

Zdaniem Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca zamieszczając we wzorcu umowy postanowienia błędnie informujące konsumentów o przysługującym im terminie na odstąpienie od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy oraz zakresie tego prawa, wprowadzał konsumentów w błąd.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez

² Por. G. Bar, *Komentarz do art. 34 ustawy o prawach konsumenta*, [w:] B. Kaczmarek-Templin (red.), P. Stec (red.), D. Szostek (red.), *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, Warszawa 2014, s. 178.

³ Zob. W. Chomiczewski, [w:] M. Namysłowska (red.), D. Lubasz (red.), *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz*, Warszawa 2015, s. 329

przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji dotyczących prawa konsumenta do odstąpienia od zawartej umowy (art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r.).

W kontekście wyżej wskazanych regulacji, w orzecznictwie wskazuje się, że przedsiębiorcy nie mogą udzielać mylnych informacji dotyczących przysługujących konsumentom praw, bądź manipulować konsumentami tak, aby działając w zaufaniu do profesjonalisty korzystali z przysługujących im na podstawie obowiązujących przepisów praw w sposób niekorzystny dla ich interesów, lecz korzystny dla profesjonalisty⁴.

Nie może ulegać wątpliwości, że zakwestionowane postanowienia mogły potencjalnie wpływać na decyzję konsumenta dotyczącą umowy. Konsument, wobec treści przytoczonych postanowień umownych, mógł bowiem zrezygnować ze skorzystania z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy, mylnie sądząc, że ustawowy termin na dokonanie tej czynności upłynął. Konsument mógł również zrezygnować ze skorzystania z przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy w sytuacji, gdy użył nabyty od Przedsiębiorcy towar. Bez wątpienia takie decyzje konsumentów z punktu widzenia sprzedawcy są korzystne, a jednocześnie godzą w interesy konsumenta (zarówno te o charakterze czysto ekonomicznym, jak i prawnym).

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca dopuszczał się nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej konsumentów w błąd z art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r. – rozpowszechniał nieprawdziwe i wprowadzające w błąd informacje co do przysługującego konsumentom prawa do odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy.

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca zaprzestał stosowania postanowienia wzorca umowy sprzedaży kwestionowanego w pkt I sentencji decyzji 12 września 2016 r. W konsekwencji stwierdzono, że Przedsiębiorca zaniechał z tym dniem opisanej praktyki.

Uwzględniając powyższe, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów orzeczono jak w pkt I sentencji.

2.1.4. Praktyka opisana w pkt II sentencji postanowienia

Zgodnie z art. 580 § 1 Kc, kupujący, który wykonuje uprawnienia wynikające z gwarancji, powinien dostarczyć rzecz na koszt gwaranta do miejsca wskazanego w gwarancji lub do miejsca, w którym rzecz została wydana przy udzieleniu gwarancji, chyba że z okoliczności wynika, iż wada powinna być usunięta w miejscu, w którym rzecz znajdowała się w chwili ujawnienia wady. Wyżej przywołana regulacja ustawowa ma charakter semiimperatywny, co oznacza, że gwarant może wprowadzić w gwarancji odmienne zasady realizacji uprawnień gwarancyjnych, pod warunkiem, że są one korzystniejsze dla kupującego⁵. Niewątpliwie, patrząc przez pryzmat postanowień art. 580 § 1 Kc, za mniej korzystne dla kupującego korzystającego z uprawnień wynikających z gwarancji należy uznać obciążanie go kosztami dostarczenia reklamowanego towaru do siedziby gwaranta.

Z poczynionych w toku postępowania ustaleń wynika, że wzorcu umowy sprzedaży w wersji stosowanej do dnia 06 kwietnia 2017 r. Przedsiębiorca zamieścił postanowienie o następującej treści:

„W celu rozpatrzenia gwarancji, Zamawiający zobowiązany jest w terminie 14 dni od ujawnienia wady zgłosić ją w formie pisemnej do firmy BARVIT oraz dostarczyć na własny koszt wadliwy wyrób do siedziby firmy, dołączając kopię umowy kupna-sprzedaży oraz paragon.” [ust. 4 Warunków gwarancji]

⁴ Por. wyrok SN z dnia 08 maja 2014 r., III SK 45/13.

⁵ A. Kubiak-Cyruł, *Komentarz do art. 580 Kodeksu cywilnego*, [w:] B. Kaczmarek-Templin (red.), P. Stec (red.), D. Szostek (red.), *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, Warszawa 2014, s. 525.

W ocenie Prezesa Urzędu, z cytowanego postanowienia wprost wynika, że Przedsiębiorca narzuca konsumentom ponoszenie kosztów dostarczenia reklamowanego na podstawie gwarancji towaru. Zapis taki niewątpliwie stoi w sprzeczności z art. 580 § 1 Kc.

Zakwestionowane postanowienie wzorca umowy sprzedaży jest nie tylko sprzeczny z art. 580 § 1 Kc, lecz również wprowadza konsumentów w błąd. Zgodnie z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., 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. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji dotyczących praw konsumenta (art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r.).

Zdaniem Prezesa Urzędu, zamieszczając we wzorcu umowy postanowienie sugerujące konieczność ponoszenia kosztów dostawy w przypadku składania przez kupującego reklamacji na podstawie gwarancji, Przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd, co do przysługujących im uprawnień wynikających z udzielonej gwarancji (co do możliwości bezpłatnego korzystania z uprawnień gwarancyjnych).

Nie może ulegać wątpliwości, że zakwestionowane postanowienie może potencjalnie wpływać na decyzję konsumenta dotyczącą umowy. Konsument, wobec jego jednoznacznej treści, może bowiem zrezygnować ze skorzystania z przyznanych mu uprawnień gwarancyjnych, właśnie z uwagi na konieczność poniesienia kosztów dostawy reklamowanego towaru do sprzedawcy.

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca zaprzestał stosowania postanowienia wzorca umowy sprzedaży kwestionowanego w pkt I sentencji decyzji 06 kwietnia 2017 r. W konsekwencji stwierdzono, że Przedsiębiorca zaniechał z tym dniem opisanej praktyki.

Uwzględniając powyższe, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów orzeczono jak w pkt I sentencji

3. Wniosek o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

W toku postępowania Przedsiębiorca wniósł o wydanie decyzji na podstawie art. 28 u.o.k.k. Jednocześnie Przedsiębiorca zobowiązał się do zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzenie do stosowanego wzorca umowy sprzedaży istotnych modyfikacji oraz zastosowanie nowego wzorca reklamacji towarów z tytułu rękojmi za wady fizyczne.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 powołanej ustawy, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania - że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. Natomiast, w przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 ustawy, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Wykładnia ww. przepisu prowadzi do wniosku, że realizacja złożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania powinna prowadzić do wyeliminowania zarzuconej mu praktyki względnie – w przypadku zaniechania praktyki – jej trwających skutków.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie wydanie decyzji na podstawie ww. przepisu nie jest uzasadnione.

W ocenie Prezesa Urzędu, zgromadzony materiał dowodowy w sposób jednoznaczny potwierdza stosowanie przez Przedsiębiorcę niedozwolonych praktyk, przy tym charakter zarzuconych Przedsiębiorcy działań przemawia za zasadnością nałożenia w tym przypadku kary pieniężnej.

Podkreślenia wymaga, że Przedsiębiorca w swoim zobowiązaniu nie uwzględnił żadnych propozycji w zakresie usunięcia skutków zarzuconych mu praktyk. W ocenie Prezesa Urzędu, samo zaniechanie ich stosowania nie może stanowić przesłanki uzasadniającej wydanie decyzji zobowiązującej w niniejszej sprawie.

W tym kontekście na uwagę zasługuje okoliczność, że zakwestionowane przez Prezesa Urzędu praktyki dotyczą podstawowych uprawnień konsumentów, tj. prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz uprawnień gwarancyjnych. Mając na względzie tę okoliczność, a nadto względy prewencyjne, w ocenie Prezesa Urzędu za zasadne uznać należy nałożenie na Przedsiębiorcę kary pieniężnej.

W związku z brakiem wystarczającego uzasadnienia do zastosowania art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I i II sentencji.

4. Kara

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., 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. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 3, że obrót oblicza się jako sumę udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych - w przypadku braku dokumentów. Art. 106 ust. 5 ustawy stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

[usunięto]

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy, 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 u.o.k.k. nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy 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).

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 u.o.k.k., 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 wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych praktyk i ich możliwe negatywne skutki w sferze ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania wobec Przedsiębiorcy tego środka represji w zakresie wszystkich zarzuconych przedsiębiorcy praktyk.

Przy ustaleniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na nieumyślne naruszenie przez Przedsiębiorcę ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie obu praktyk. Zdaniem Prezesa Urzędu omawiane naruszenia nie miały charakteru umyślnego, a ich stosowanie należy wiązać z naruszeniem zasad ostrożności. Jako profesjonalista, Przedsiębiorca ma bowiem obowiązek na bieżąco monitorować wszystkie przepisy, które regulują warunki prowadzenia działalności. Uwzględnienie przez Przedsiębiorcę w prowadzonej działalności powszechnie obowiązujących przepisów prawa nie wymaga zachowania szczególnej bądź nadzwyczajnej staranności. Prezes Urzędu uznaje zatem, że Przedsiębiorca mógł bez przeszkód sprawdzić i ustalić, jakie obowiązki nakładają na niego obowiązujące przepisy prawa w zakresie sprzedaży konsumenckiej.

4.1. Pkt III.1. sentencji

Co do pierwszej z zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawniała się ona na etapie zawierania kontraktu, a w związku z tym, że wprowadzenie w błąd dotyczyło prawa konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, praktyka ta dotyczyła również etapu wykonania umowy.

Przy ocenie stopnia szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że naruszała ona bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Zwrócić należy uwagę, że prawo do otrzymania zwrotu spełnionych na rzecz przedsiębiorcy świadczeń jest jednym z podstawowych skutków odstąpienia konsumenta od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy. Pozbawienia konsumenta możliwości dochodzenia zwrotu wpłaconych Przedsiębiorcy kwot godzi zatem bezpośrednio w sens uregulowanej w art. 27 u.p.k. instytucji prawnej. Zaznaczyć należy, że Przedsiębiorca stosując tę praktykę bezpośrednio godził nie tylko w interesy prawne, ale również w interesy ekonomiczne konsumentów, z którymi zawierał umowy.

Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu wziął w tym przypadku pod uwagę, że praktyka miała długotrwały charakter, gdyż stosowana była przez Przedsiębiorcę od dnia 01 lutego 2015 r. do dnia 12 września 2016 r.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu Przedsiębiorcy w 2016 r., tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezesa Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, nie dopatrzył się okoliczności obciążających. Natomiast, za okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uznał fakt zaniechania przez Przedsiębiorcę stosowania omawianej praktyki, w tym okoliczność, że jej zaniechanie nastąpiło jeszcze w trakcie prowadzonego przez Prezesa Urzędu postępowania wyjaśniającego. Okoliczność ta uzasadnia obniżenie kwoty bazowej kary o [usunięto], do kwoty [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 5.442,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu Przedsiębiorcy w 2016 r. oraz ok. [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

4.2. Pkt III.2. sentencji

W zakresie drugiej z zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk, Prezes Urzędu uwzględnił, że ujawniała się ona na etapie zawierania kontraktu, a w związku z tym, że wprowadzenie w błąd dotyczyło uprawnień przyznawanych konsumentom w udzielanej przez Przedsiębiorcę gwarancji, praktyka ta dotyczyła również etapu wykonania umowy. Zwrócić w tym miejscu należy uwagę na okoliczność, że immanentną cechą instytucji gwarancji jest jej nieodpłatność. W tych okolicznościach przerzucanie na konsumentów kosztów dostawy reklamowanego towaru, uznać należy za naganne. Zwarzyć przy tym należy, że konsumenci, mając w świadomości konieczność poniesienia kosztów reklamacji złożonej na podstawie gwarancji, mogli podjąć decyzję o zaniechaniu reklamowania wadliwego towaru i to właśnie z uwagi na wprowadzenie ich przez Przedsiębiorcę w błąd co do konieczności poniesienia związanych z tym kosztów.

Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu wziął w tym przypadku pod uwagę, że praktyka miała długotrwały charakter, gdyż była ona przez Przedsiębiorcę stosowana od 01 lutego 2015 r. do dnia 06 kwietnia 2017 r.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu Przedsiębiorcy w 2016 r., tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku drugiej z zarzuconych praktyk, nie dopatrzył się okoliczności obciążających. Natomiast, za okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uznał fakt zaniechania przez Przedsiębiorcę stosowania omawianej praktyki, w tym okoliczność, że do zaniechania doszło w toku postępowania o stwierdzenie tej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Okoliczność ta uzasadnia obniżenie kwoty bazowej kary o [usunięto], do kwoty [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 4.198,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu Przedsiębiorcy w 2016 r. oraz ok. [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstraszaający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

5. Koszty postępowania

Art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960r.- Kodeks postępowania administracyjnego. Stosownie do 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.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Przedsiębiorcy, w wysokości 33,8 zł.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 Kpc – 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 Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV decyzji, na podstawie art. 264 § 2 Kpa w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1 i § 2 Kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu
Jarosław Krüger