

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

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 25 maja 2004r.

RPZ – 402/6/04/MK

DECYZJA nr RPZ 11/2004

Na podstawie art. 100b ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity - Dz. U. z 2003r., nr 86, poz. 804 ze zm.)* oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (*Dz. U. nr 18 poz. 172 ze zm.*)

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

odmawia się wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów na wniosek Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Koninie, w sprawie uznania za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działań P.H.U. Konimpex – Auto sp. z o.o. z siedzibą w Koninie, przy ulicy Poznańskiej 2A polegających na odmowie spełnienia roszczeń konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową, polegającej na wydaniu towaru niekompletnego, tj. samochodu bez zadeklarowanego w ulotce informacyjnej wyposażenia standardowego i nakazania jej zaniechania.

Uzasadnienie

W dniu 19 marca 2004r. do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu wpłynął wniosek Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Koninie o wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko P.H.U. Konimpex - Auto sp. z o.o. z siedzibą w Koninie (zwana dalej Sprzedawcą) pod zarzutem naruszania zbiorowych interesów konsumentów, poprzez nieuzasadnioną odmowę spełnienia roszczeń konsumenta z tytułu niezgodności zakupionego samochodu z umową.

Zasadniczą część materiału załączonego do wniosku o wszczęcie postępowania stanowi korespondencja prowadzona przez konsumenta ze Sprzedawcą. Przedmiotem wystąpień konsumenta, a następnie wnioskodawcy jest zarzut wydania nabywcy towaru niezgodnego z umową – niekompletnego. Powołując się na ulotkę informującą o standardowym i dodatkowym wyposażeniu poszczególnych modeli samochodów, dostępną w salonie sprzedaży, konsument domaga się usunięcia niezgodności, jaką jest brak obrotomierza, komputera pokładowego i nowej grafiki zegarów. Odmowę uczynienia zadość

żądaniom konsumenta Sprzedawca argumentuje przede wszystkim pełną świadomością klienta, co do właściwości pojazdu (klient sam podejmuje decyzję o kupnie konkretnego egzemplarza znajdującego się w salonie). Dodatkowo Sprzedawca podnosi, iż informacje zamieszczone w ulotce nie są integralną częścią umowy i mają jedynie orientacyjny charakter.

Korzystając z uprawnienia przyznanego w art. 100b w zw. z art. 85 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Urząd wszczął w dniu 22 marca 2004r. postępowanie wyjaśniające w celu uzyskania dodatkowych informacji niezbędnych do rozstrzygnięcia o wszczęciu lub odmowie wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W oparciu o zebrany w powyższym trybie materiał dowodowy, **Urząd ustalił następujący stan faktyczny :**

16 października 2003r. Konsument wybrał w salonie Sprzedawcy samochód i dokonał wpłaty zadatku. Do podpisania umowy i odbioru samochodu doszło dnia następnego. Po kilku dniach eksploatacji Konsument stwierdził wadę lampki sufitowej i oraz brak standardowego wyposażenia deklarowanego w ulotce informacyjnej. Ulotka opracowywana jest przez producenta, który zajmuje się także ich dystrybucją wśród dealerów. Przedmiotowa ulotka dostępna jest także na stronie internetowej producenta, aktualizowanej w ciągu kilku godzin od czasu zatwierdzenia jakichkolwiek zmian w specyfikacji samochodu, cenach, danych technicznych czy promocjach. Niestety nie jest pewne, z jakiego okresu pochodzi informacja, na którą powołuje się konsument. W ulotce zawarto jedynie datę produkcji wybranego modelu samochodu oraz klauzulę, przyznającą producentowi prawo zmian wyposażenia modeli z powodów uzasadnionych wymogami rynkowymi lub prawnymi.

O zauważonej niezgodności Konsument poinformowała Sprzedawcę. Sprzedawca przyjął reklamację lampki oświetlenia wnętrza pojazdu, nie uznał jednak zarzutu dotyczącego rozbieżności pomiędzy faktycznym wyposażeniem pojazdu a danymi zamieszczonymi w ulotce. Zdaniem Sprzedawcy, na Konsumentce ciąży obowiązek zachowania należytej staranności przy sprawdzaniu, czy kupowana przez niego rzecz wykazuje określone właściwości. Sprzedawca nie może zatem ponosić odpowiedzialności za stan wyposażenia, który był znany i zaakceptowany przez Konsumenta. W świetle wyjaśnień Sprzedawcy, również powoływanie się na teś ulotki, jako integralną część umowy stanowi nadużycie ze strony klienta.

Oceniając przedstawiony stan faktyczny oraz biorąc pod uwagę wymagane prawem przesłanki stwierdzenia praktyk naruszających zbiorowe interesy **Urząd zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Stwierdzenie istnienia przedmiotowej praktyki wymaga spełnienia dwóch przesłanek: bezprawności działania i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Bezprawność działania polega zarówno na naruszeniu obowiązujących przepisów prawa, jak i zasad współżycia społecznego oraz dobrych obyczajów. „Zbiorowe interesy konsumentów” to prawa nieograniczonej liczby konsumentów, nie stanowią przy tym sumy indywidualnych interesów dających się określić, nawet licznej, grupy konsumentów.

W art. 23a ust. 2 ww. ustawy zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten nawiązuje między innymi do czynów

nieuczciwej konkurencji, stosowania klauzul wpisanych do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych oraz szeroko ujmowanego przysługującego konsumentowi prawa do informacji.

Systemowe działanie przedsiębiorcy - sprzedawcy wyrażające się w nagminnym naruszaniu regulacji normujących obrót konsumencki stanowi, zatem przejaw praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działania w analizowanym stanie faktycznym polegać mogłaby na naruszeniu przepisów ustawy z dnia 27 lipca 2002r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U., nr 141, poz. 1176). Zgodnie z tą ustawą podstawę odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru z umową stanowią przepisy art. 4 ww. ustawy oraz ewentualnie gwarancja określająca obowiązki gwaranta, gdy cechy i jakość sprzedanego towaru nie odpowiadają wskazanej przez niego właściwości.¹

Zgodnie z art. 4 ust. 3 ustawy *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej* domniemywa się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany, oraz gdy jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju. Takie samo domniemanie przyjmuje się, gdy towar odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela; w szczególności uwzględnia się zapewnienia wyrażone w oznakowaniu towaru lub reklamie, odnoszące się do właściwości towaru. Z przepisu tego wynika, iż wbrew temu co twierdzi Sprzedawca, zapewnienia producenta w kwestii wyposażenia standardowego bądź dodatkowego oferowanego pojazdu wyznaczać mogą granice odpowiedzialności sprzedawcy.²

O tym czy sprzedawca rzeczywiście ponosi odpowiedzialność w konkretnym przypadku decydują okoliczności towarzyszące nawiązaniu danego stosunku prawnego. Sprzedawca może, bowiem zwolnić się od odpowiedzialności, jeżeli wykaze na przykład, że zapewnienie producenta nie mogło mieć wpływu na decyzję kupującego o zawarciu umowy, albo też, że jego treść sprostowano przed zawarciem umowy (art. 5 ww. ustawy). Odpowiedzialność sprzedawcy zostaje także wyłączona w sytuacji, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć (art. 7 ww. ustawy). Dotyczy to przede wszystkim sytuacji, w której mamy do czynienia z niezgodnością jawną, czyli taką, która jest łatwo zauważalna dla konsumenta przy odbiorze rzeczy. Wreszcie domniemywa się, że towar, którego właściwości uzgadnianie są indywidualnie, jest zgodny z umową, jeżeli ma cechy okazanej próbki lub wzoru (art. 4 ust. 2 ww. umowy).

W tym miejscu ustosunkować się należy do drugiej, istotniejszej dla rozstrzygnięcia Urzędu przesłanki, mianowicie *naruszenia zbiorowych interesów konsumentów*. Nawet, jeśli w ocenianym stanie faktycznym udało się wykazać Sprzedawcy bezprawność działania, celowe wprowadzenie w błąd, to nie wystarczy by sformułować zarzut stosowania praktyk określonych w art. 23 a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Wnioskodawca opisuje jednostkowy spór konsumenta ze Sprzedawcą. W wyjaśnieniach złożonych w toku

¹ Na gruncie obowiązujących przepisów za udzielenie gwarancji uważa się nie tylko osobno i wyraźnie sformułowane oświadczenie gwarancyjne, ale również oświadczenia wyrażone na przykład w reklamie.

² W obrocie profesjonalnym w dalszym ciągu obowiązuje art. 71 kodeksu cywilnego, zgodnie z którym ogłoszenia, reklamy, cenniki i inne informacje, skierowane do ogółu lub do poszczególnych osób, poczynają się w razie wątpliwości nie za ofertę, lecz za zaproszenie do zawarcia umowy. Sens tego przepisu sprowadza się do tego, że wątpliwości, co do ich znaczenia prawnego należy tłumaczyć na korzyść stanowiska, że mają charakter i znaczenie zaproszenia do rozpoczęcia rokowań, a nie oferty do zawarcia określonej umowy

postępowania wyjaśniającego Sprzedawca utrzymywał, że nie odnotował skarg konsumenckich dotyczących niezgodności towaru z umową polegającej na wydaniu kupującemu samochodu bez deklarowanego w materiałach informacyjnych wyposażenia poszczególnych modeli samochodów. Zgodnie z tym, co napisano powyżej zbiorowy interes konsumentów to prawo przysługujące ogółowi konsumentów. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów uprawnienie bądź roszczenia pojedynczego konsumenta, wynikające z konkretnego stosunku umownego.

Stosownie do treści art. 23 a ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* – znajduje ona zastosowanie w przypadku ochrony interesów konsumentów podejmowanej w interesie zbiorowym. Wobec powyższego - warunkiem niezbędnym do uruchomienia instrumentów w ustawie przewidzianych, jest wymóg, aby działania przedsiębiorców, którym zarzucono naruszenie jej przepisów stanowiły potencjalne zagrożenie interesu zbiorowego, nie zaś jednostki lub dającej się zindywidualizować grupy.

Tymczasem w sprawie będącej przedmiotem wniosku o wszczęcie postępowania antymonopolowego nie sposób dopatrzeć się naruszenia interesu zbiorowego, gdyż skutki umowy zawartej pomiędzy Konsumentem i P.H.U. Konimpex – Auto sp. z o.o. nie dotyczą szerszego kręgu uczestników rynku. Dotykają jedynie interesów pojedynczego konsumenta.

Przesądza to o braku możliwości domagania się ochrony prawnej na gruncie ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Art. 100 b ww. ustawy stanowi, że Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, odmówić wszczęcia postępowania, jeżeli z zawartych we wniosku oraz posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynika, że zbiorowe interesy nie uległy naruszeniu.

Wobec powyższego orzeczono, jak na wstępie.

Niemniej, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu rozważa możliwość wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych przez Auto Fiat Poland S.A. Aktualnie trwa postępowanie wyjaśniające, którego celem jest ustalenie, czy rozpowszechniane przez producenta informacje dotyczące wyposażenia poszczególnych modeli samochodów odzwierciedlają ofertę faktycznie udostępnianą konsumentom

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ww. ustawy w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Edward Stawicki

Otrzymuje :

Powiatowy Rzecznik Konsumentów
ul. 1 – go Maja 9
62 – 510 Konin