



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

**Delegatura w Lublinie**  
**20-012 Lublin, ul. Ochotnicza 10**  
**Tel. (0-81) 532-35-31, 532-54-48,**  
**Fax (0-81) 532-08-26**  
**E-mail: [lublin@uokik.gov.pl](mailto:lublin@uokik.gov.pl)**

Lublin, dnia 16 czerwca 2010r.

RLU – 61 – 18/09/PM  
za p.o.

**Decyzja Nr RLU 6/ 2010**

**I.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50 poz. 331 ze zm.) i stosownie do art. 33 ust. 6 tejże ustawy i § 5 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107 poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko „Astro” Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie,

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

**uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę przedsiębiorcy „Astro” Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, jako bezprawne działanie polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007r., Nr 171, poz. 1206) poprzez wprowadzanie w błąd konsumentów w zakresie przysługujących im praw tj. niezgodnym z prawem stosowaniu przepisów art. 4 i art. 10 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.), co skutkuje nieuwzględnianiem reklamacji wnoszonych przez konsumentów w oparciu o niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 w/w ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

**II.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.), **w imieniu Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na „Astro” Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, karę pieniężną w wysokości 103.330,00 PLN (słownie: sto trzy tysiące trzysta trzydzieści i 00/100 złotych)** płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331, ze zm.)

## Uzasadnienie

Delegatura UOKiK w Lublinie otrzymała skargę konsumencką na praktyki stosowane przez przedsiębiorcę Astro Sp. z o. o. z siedzibą w Lublinie (dalej: *przedsiębiorca* lub *spółka*). Skarżący podniósł, że Przedsiębiorca w sposób bezpodstawny nie uwzględnia reklamacji składanych na podstawie ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, interpretując i stosując przepisy ustawy w sposób dla siebie korzystny.

Na skutek skargi konsumenckiej w dniu 5 października 2009 r. postanowieniem nr 176/09 wszczęte zostało postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów, uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, w związku z wykonywaniem przez Astro Sp. z o. o., działalności gospodarczej.

W toku postępowania wyjaśniającego w dniu 8 października 2009r. w siedzibie przedsiębiorcy w Lublinie została przeprowadzona kontrola. Przedmiotem kontroli było sprawdzenie wzorców umownych stosowanych przez przedsiębiorcę w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej oraz sprawdzenie sposobu rozpatrywania reklamacji składanych przez konsumentów z powodu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. W trakcie kontroli przeanalizowane zostały dokumenty związane z prowadzonymi przez przedsiębiorcę procedurami reklamacyjnymi. Kontroli podlegały jedynie reklamacje złożone w 2009 r. ze względu na to, że Spółka posiadała tylko reklamacje z 2009 r. Prezes zarządu spółki wyjaśnił, że reklamacje z poprzednich lat zostały zniszczone (nie były zarchiwizowane), ze względu na brak podjęcia przez konsumentów dalszych działań w tych sprawach.

Analiza treści reklamacji wykazała, iż w wielu przypadkach Przedsiębiorca odrzucił reklamacje opierając się na błędnej interpretacji art. 4 ustawy o sprzedaży konsumenckiej jako uzasadnienie podając: *„Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową.”*

W związku z powyższym Prezes Urzędu Postanowieniem nr 200/09 wszczął postępowanie administracyjne przeciwko Przedsiębiorcy pod zarzutem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez bezprawne działanie polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007r., Nr 171, poz. 1206) polegającej na wprowadzającego w błąd konsumentów działania „Astro” Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie tj. błędnym interpretowaniu i stosowaniu przepisów art. 4 i 10 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.), co skutkowało nieuwzględnianiem reklamacji wnoszonych przez konsumentów w oparciu o niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 w/w ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

W odpowiedzi na wszczęcie postępowania administracyjnego Przedsiębiorca stwierdził, że zarzut stosowania przez Spółkę nieuczciwej praktyki rynkowej nie jest uzasadniony.

Przedstawił własną interpretację art. 4 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, twierdząc między innymi, że „Należy przy tym zauważyć, że domniemanie o niezgodności towaru z umową obowiązuje jedynie przez 6 miesięcy od daty jego zakupu i w tym zakresie Sprzedawca zawsze respektuje reklamacje, jeżeli nie jest w stanie udowodnić, że towar był zgodny z umową w dacie jego wydania. W odniesieniu natomiast do innych przypadków, reklamacje są uwzględniane przez okres 2 lat od daty ich wydania, pod warunkiem jednak, że uda się ustalić na podstawie twierdzeń konsumenta, iż problem dotyczy niezgodności towaru z umową.”

### **Prezes UOKiK ustalił w niniejszej sprawie następujący stan faktyczny:**

Astro Sp. z o. o. z siedzibą w Lublinie jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000029349. Przedmiotem działalności gospodarczej przedsiębiorcy jest sprzedaż sprzętu RTV-AGD. Klientami przedsiębiorcy są zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy. Spółka prowadzi także sprzedaż hurtową, zaopatrując liczne sklepy oraz instytucje. Obecnie przedsiębiorca jest właścicielem 34 sklepów, które są zlokalizowane na terenie województwa lubelskiego, mazowieckiego, podkarpackiego oraz świętokrzyskiego. Spółka nie prowadzi sprzedaży przez internet.

Podczas przeprowadzanej kontroli poddano analizie dokumenty związane z prowadzonymi przez przedsiębiorcę procedurami reklamacyjnymi. Kontrolujący, po zapoznaniu się z treścią przedstawionych reklamacji – z 2009r. do czasu kontroli czyli 8 października 2009 (okres dziewięciu miesięcy), zobowiązali Przedsiębiorcę do dostarczenia kopii wszystkich reklamacji odrzuconych oraz wybranych kopii reklamacji uznanych. Przedsiębiorca uczynił zadość żądaniu dołączając także wzorce umowne: druk zgłoszenia reklamacji towaru niezgodnego z umową oraz pokwitowanie na sprzęt oddany do naprawy gwarancyjnej. Z dostarczonych przez Przedsiębiorcę materiałów wynika, że w okresie od początku 2009r. do października 2009r. było 31 reklamacji nie uznanych przez Spółkę w tym 9 przypadków (czyli 29% wszystkich odmów) było uzasadnione nie dotrzymaniem przez konsumenta 2 miesięcznego terminu zawiadomienia sprzedawcy o stwierdzeniu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, 10 przypadków (czyli 32% wszystkich odmów) było uzasadnione negatywną opinią serwisów naprawczych oraz 12 przypadków czyli (39% wszystkich odmów) było uzasadnione brakiem udokumentowania przez konsumenta faktu, że towar był niezgodny z umową w chwili jego wydania.

Analiza treści dostarczonych reklamacji wykazała, iż w większości przypadków Przedsiębiorca odrzucił reklamację opierając się na błędnej interpretacji art. 4 i art. 10 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.) (dalej: *ustawa o sprzedaży konsumenckiej*). Ta niewłaściwa interpretacja była umieszczana również w odpowiedziach kierowanych do Miejskich/Powiatowych Rzeczników Konsumentów, którzy występowali w imieniu konsumentów w ich indywidualnych sprawach.

Art. 4 ust. 1 w/w ustawy o sprzedaży konsumenckiej stanowi, że: *Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania”*.

Natomiast art. 10 ust. 1 powyższej ustawy stanowi zaś, że: „Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu; termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru. Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana, strony mogą ten termin skrócić, jednakże nie poniżej jednego roku”.

Przedsiębiorca nie uwzględniając reklamacji przywołuje fragment zapisu art. 4 ustawy o sprzedaży konsumenckiej o treści: „Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową.” Spółka przyjmuje, że sprzedający odpowiada za wady zakupionego sprzętu tylko i wyłącznie, gdy towar jest niezgodny z umową w chwili wydania. Jeśli wada ujawniła się po wydaniu towaru, to sprzedający za nią nie odpowiada.

W korespondencji reklamacyjnej z konsumentami Spółka wskazuje, że nie odpowiada za wystąpienie niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od daty wydania towaru kupującemu (art. 10 ust. 1 ustawy), gdyż jeśli ktoś używa sprzętu przez niecałe 2 lata i wszystko działa poprawnie, to nie jest możliwe żeby wada istniała w chwili wydawania towaru. Próbuje także uzasadnić, że gdyby wada istniała już w czasie zakupu, to kupujący musiałby ją stwierdzić natychmiast, a nie dopiero po pewnym czasie.

Poniżej Prezes Urzędu przedstawia przykładowe odpowiedzi kierowane przez Przedsiębiorcę do konsumentów w przypadku nie uznania reklamacji:

Przykład 1: (pismo z dnia 23.09.2009r. AMR 135/K/09)

„Zgodnie z art. 4 ust. 1 Ustawy z dnia 27 lipca 2002r o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego Sprzedawca odpowiada wobec kupującego jeżeli towar konsumpcyjny w chwili wydania jest niezgodny z umową. W swoim piśmie nie wskazuje Pani aby towar był niezgodny z umową w chwili jego wydania. W ocenie sprzedawcy w Pana przypadku zaistniała awaria eksploatacyjna urządzenia, Ustawodawca zaś nie wymaga, ani też umowa z konsumentem nie przewidywała aby sprzedawane urządzenie działało bezawaryjnie przez okres dwóch lat.”

Przykład 2: (pismo z dnia 07.08.2009r. AMR 106/K/09)

„Zgodnie z art. 4 ust. 1 Ustawy z dnia 27 lipca 2002r o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego Sprzedawca odpowiada wobec kupującego jeżeli towar konsumpcyjny w chwili wydania jest niezgodny z umową. Zatem sprzedawca nie odpowiada za bezawaryjne działanie sprzedanej rzeczy przez okres 2 lat. Zakupiony przez Pana telewizor przez prawie dwa lata działał poprawnie, zaistnienie usterki eksploatacyjnej nie świadczy o tym, że towar w chwili jego wydania był niezgodny z umową. Usterki eksploatacyjne nie są objęte odpowiedzialnością sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową.”

Przykład 3: (pismo z dnia 29.07.2009r. AMR 099/K/09)

„Zgodnie z art. 4 ust. 1 Ustawy z dnia 27 lipca 2002r o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego Sprzedawca odpowiada wobec kupującego jeżeli towar konsumpcyjny w chwili wydania jest niezgodny z umową. Domniemywa się również, że jeśli niezgodność została stwierdzona przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru, to niezgodność istniała w chwili zakupu. Ze zgłoszonej przez Panią reklamacji nie wynika, że opiekacz był niezgodny z umową w momencie jego sprzedaży. Ponadto nie chroni

*Panią już sześciomiesięczny okres domniemania bowiem wada towaru została przez Panią stwierdzona dopiero po roku używania rzeczy, w związku z czym można wnioskować, że jest to usterka eksploatacyjna. Zaznaczam również, że o niezgodności towaru z umową nie może przesądzać kolejna jego awaria, na które powołuje się Pani w zgłoszeniu reklamacyjnym. Mając na względzie powyższe, wobec braku odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, czego Pani nie udowodniła, reklamacja nie może zostać uznana.”*

Poprzez analizę zgromadzonego materiału dowodowego Prezes Urzędu ustalił, że w większości przypadków odpowiedzi, w których Spółka nie uznała reklamacji, nie było informacji odnoszących się do wskazanych przez konsumenta niezgodności towaru z umową. Spółka nie odnosiła się do przedstawionych przez konsumenta dowodów istnienia niezgodności. Przedsiębiorca nie wyjaśniał także jakie dowody uznaje za wystarczające do wykazania, iż niezgodność towaru z umową istniała w chwili wydania towaru.

Przepisy ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007r., Nr 171, poz. 1206) (dalej: *upnpr*) stanowią: art. 4 ust. 1 „*Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna 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*”, a art.5 ust. 3 pkt 4 „*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 trakcie postępowania Prezes Urzędu ustalił, że przychód Astro Sp. z o.o. w 2009r. wyniósł (...) - (sprawozdanie F-01).

Postanowieniem z dnia 22.02.2010 r. włączono do materiału dowodowego niniejszej sprawy materiał dowodowy zebrany w postępowaniu wyjaśniającym o sygnaturze akt RLU – 405-33/09/BP.

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

**I.** Wszczynając wobec Astro Sp. z o.o. postępowanie administracyjne Prezes UOKiK postawił przedsiębiorcy zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z bezprawnym działaniem polegającym na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 *upnpr* polegającej na wprowadzającego w błąd działania tj. błędnym interpretowaniu i stosowaniu przepisów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego.

Zgodnie z treścią art. 24 ust. 1 tej ustawy, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 tejże ustawy stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk

naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- 1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- 2) działanie to jest bezprawne;
- 3) działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

#### **Ad 1.**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy. Art. 4 pkt 1 uokik pojęcie przedsiębiorcy definiuje jako przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a także:

- a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej,
- b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu,
- c) osobę fizyczną, która posiada kontrolę, w rozumieniu pkt 4, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 13,
- d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2 - na potrzeby przepisów dotyczących praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatację zasobów naturalnych, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

**Astro Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie**, jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie (...)*. Tym samym Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

#### **Ad 2.**

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Pojęcie porządek prawny obejmuje nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.<sup>1</sup> Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. *O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego.*<sup>2</sup> Dla stwierdzenia bezprawności

<sup>1</sup> tak m.in. w jednym z ostatnich orzeczeń SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r., XVII AmA 45/07, niepubl.;

<sup>2</sup> wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., I PKN 267/2001, publ. OSN 2004/6/99

działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Odnosząc się do zarzutu zawartego w sentencji niniejszej decyzji, **bezprawność działania Spółki polega na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 upnpr.**

Wobec powyższego należy stwierdzić, co następuje.

Przepis art. 24 uokik zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 powołanej ustawy, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe. Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu upnpr, która jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W celu udowodnienia, że działania Spółki stanowią nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest także wykazanie, że przedmiotowa praktyka narusza art. 4 ust. 1 upnpr, określającą definicję nieuczciwej praktyki rynkowej.

Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio lub pośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 upnpr ma szeroki zakres i obejmuje w szczególności towar oraz prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych. W niniejszej sprawie za produkt należy uznać towar oraz związane z umową sprzedaży prawa i obowiązki stron z tytułu niezgodności towaru z umową. Przedstawiona wyżej praktyka Spółki ma przede wszystkim wpływ na możliwość (czy też jej brak) realizacji roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową. Pośrednio natomiast, praktyka może mieć wpływ na wybór kontrahenta przez konsumenta, który mógłby być odmienny, gdyby konsument wiedział o kwestionowanym przez Prezesa Urzędu sposobie realizacji roszczeń konsumentów.

Zatem oceniany w niniejszej decyzji stan faktyczny spełnia powyższe kryteria i może być uznany za praktykę rynkową w rozumieniu niniejszej ustawy.

Praktyka rynkowa będzie uznana za nieuczciwą, jeśli pozostanie sprzeczna z dobrymi obyczajami i w sposób istotny zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po zawarciu. W związku z powyższym zasadne jest dokonanie **oceny przesłanki nieuczciwości w kontekście naruszenia dobrych obyczajów oraz możliwości zniekształcenia w sposób istotny zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta.**

Zgodnie z przepisami upnpr nieuczciwe praktyki rynkowe dzielą się na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2 upnpr). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną tj. polegać na działaniu (art. 5 upnpr) lub bierną, tj. polegać na zaniechaniu (art. 6 upnpr) wprowadzającym w błąd. Dokonując oceny ww. wymienionych praktyk wprowadzających w błąd jako nieuczciwych praktyki rynkowe należy badać je poprzez pryzmat klauzuli generalnej zamieszczonej w art. 4 ust. 1 upnpr. Oznacza to, iż by wykazać, że stosowane przez danego przedsiębiorcę praktyki stanowią nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu przepisów upnpr, należy odnieść się

zarówno **do definicji praktyki wprowadzającej w błąd** (art. 5 upnpr), jak i **do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej** z art. 4 ust. 1 upnpr.

Biorąc pod uwagę treść ust. 1 art. 5 upnpr należy dodać, iż przedmiotowe działanie jest wprowadzającym w błąd, jeżeli w jakikolwiek sposób powoduje lub może ono powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 4 upnpr działanie przedsiębiorcy wprowadzające w błąd, może dotyczyć, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy.

W niniejszej sprawie koniecznym stało się więc przeanalizowanie przez Prezesa Urzędu, czy postępowanie Spółki polegające na odrzucaniu reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, jeżeli konsument nie wykazał istnienia niezgodności w chwili wydania towaru mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd, tj. mogło powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Wykazanie powyższego wymaga przeprowadzania stosownej analizy praktyki Spółki związanej z procedurą reklamacyjną. Spółka, w większości przypadków reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, których nieakceptowała odrzuca roszczenia konsumentów ze względu na niedostarczenie dowodów istnienia niezgodności towaru z umową w chwili jego wydania. Ponadto Spółka w odpowiedziach na reklamacje, ogranicza się do przytoczenia fragmentów przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej **nie podając innych, merytorycznych powodów odrzucenia reklamacji, a dodatkowo dokonuje błędnej interpretacji tych przepisów.**

Spółka, w swoich odpowiedziach nie odnosi się do zgłoszonych przez konsumenta niezgodności towaru z umową. Powszechnie stosowanym przez Spółkę sformułowaniem wykorzystywanym w odpowiedziach na reklamacje jest informacja o treści: „*Sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową*”, dodając jednocześnie, że konsument nie wykazał, że zakupiony towar posiadał wadę w dacie jego zakupu. Odpowiedzi Spółki mają dla konsumentów znikomą wartość informacyjną, wprowadzając ich w błąd. Informacje, które są w nich zawarte są niepełne, nie wyjaśniają w rzetelny sposób faktycznych powodów odrzucenia reklamacji; bazują na niezgodnej z prawem interpretacji przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej (art. 4 i art. 10 tej ustawy), co powoduje wprowadzanie konsumentów w błąd odnośnie ich uprawnień wynikających z niegodnością zakupionego towaru z umową zawartą z przedsiębiorcą w oparciu o przepisy tej ustawy.

Z ustaleń dokonanych przez Prezesa Urzędu wynika, iż treść wysyłanych do konsumentów odpowiedzi wprowadzała w błąd poprzez użycie takich twierdzeń, jak: „*W swoim piśmie nie wskazała Pani/Pan żadnej niezgodności towaru z umową, która istniałaby w dacie wydania sprzętu*” czy też „*W swoim piśmie nie wskazała Pani/Pan wady istniejącej w dacie zakupu*” lub „*W ocenie sprzedawcy w Pana przypadku zaistniała awaria eksploatacyjna urządzenia, Ustawodawca zaś nie wymaga, ani też umowa z konsumentem nie przewidywała aby sprzedawane urządzenie działało bezawaryjnie przez okres dwóch lat*” i „*Ze zgłoszonej przez Panią reklamacji nie wynika, że opiekacz był niezgodny z umową w momencie jego sprzedaży. Ponadto nie chroni Panią już sześciomiesięczny okres domniemania bowiem wada towaru została przez Panią stwierdzona dopiero po roku używania rzeczy, w związku z czym można wnioskować, że jest to usterka eksploatacyjna. Zaznaczam również, że o niezgodności towaru z umową nie może przesądzać kolejna jego awaria, na które powołuje się Pani w zgłoszeniu reklamacyjnym. Mając na względzie*



*powyższe, wobec braku odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, czego Pani nie udowodniła, reklamacja nie może zostać uznana.”*

Tym czasem w oparciu o obowiązujące przepisy prawa, tj. ustawę o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej konsument nie jest zobowiązany do przeprowadzenia dowodu na istnienie wady w towarze w momencie jego zakupu, jako warunku złożenia skutecznej reklamacji i istnienie czy też nie takiej wady nie ma wpływu na obowiązek sprzedawcy uwzględnienia reklamacji w okresie dwóch lat od daty zakupu towaru, jeżeli wada ujawni się w tym okresie czasu. Art. 4 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej zawiera jedynie domniemanie o istnieniu takiej wady w dniu zakupu, jeżeli ujawni się ona w terminie 6 miesięcy od zawarcia umowy kupna-sprzedaży.

Domniemanie to w żaden sposób nie wpływa na prawa konsumenta do skutecznej reklamacji w okresie dwóch lat od daty zakupu towaru i nie wymaga przeprowadzania dowodu na te okoliczności.

Spółka odrzucając reklamacje i jednocześnie powołując się na fakt, iż „*Sprzedawca odpowiada wobec kupującego ,tylko i wyłącznie w przypadku, gdy towar konsumpcyjny w chwili jego wydania był niezgodny z umową lub wada ujawniła się w okresie 6 miesięcy od daty zakupu*” informuje konsumenta o tym, że reklamacja może być uznana tylko i wyłącznie w przypadku stwierdzenia wady towaru w chwili jego wydania, co jest niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa. Zgodnie bowiem z zapisami art. 10 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej **sprzedawca odpowiada wobec konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową przez okres do dwóch lat od daty zakupu**. Spółka nie przytaczając żadnych faktycznych powodów potwierdzających swoje stanowisko odmawia uwzględnienia reklamacji bez jej merytorycznego rozpatrzenia. Spółka podając w swoich pismach skierowanych do konsumentów jedynie fragmenty obowiązujących przepisów, nie informując jednocześnie o ciężącej na niej odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową w przypadku stwierdzenia wady przed upływem dwóch lat od daty wydania towaru, zdaniem Prezesa Urzędu wprowadza w błąd swoich klientów co do ich praw w zakresie możliwości reklamacji wadliwego towaru. Brak tej pełnej i rzetelnej informacji w w/w pismach (dotyczącej odpowiedzialności sprzedawcy w stosunku do konsument), zdaniem Prezesa, jest działaniem wprowadzającym w błąd konsumentów, co do ich prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy lub do odstąpienia od umowy.

W opinii Prezesa Urzędu, w powszechnych w życiu codziennym w umowach sprzedaży zawieranych z udziałem konsumentów występuje nierówność stron stosunków konsumenckich. W umowach tego typu konsument zawsze będzie stanowił „słabszy element” strony podmiotowej stosunku zobowiązaniowego. Wynika to z tego, że sprzedawcy będący przedsiębiorcami, prowadząc działalność gospodarczą w sposób profesjonalny dysponują lub mogą dysponować: wiedzą, środkami finansowymi a także technicznymi, które decydują o ich silniejszej pozycji. Z założenia więc taka sytuacja powoduje konieczność zrównoważenia wzajemnych relacji pomiędzy stronami umów konsumenckich w taki sposób, aby jak najlepiej niwelować dysproporcje pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem.

O istocie realizacji wskazanego wyżej postulatu stanowią podejmowane działania legislacyjne tak na poziomie wspólnotowym jak i krajowym. Wobec tego, **Prezes Urzędu uważa, iż przedsiębiorca oferujący swoje towary klientom ma świadomość różnic w traktowaniu takich kontrahentów w stosunku do profesjonalnych uczestników rynku.**

Ponadto, trudno przyjąć, iż profesjonalnie działający przedsiębiorca zajmujący się masową sprzedażą towarów konsumpcyjnych, nie posiada doświadczenia w zakresie obsługi posprzedażnej. Spółka powinna więc liczyć się z tym, iż z prowadzeniem tego typu

działalności związane jest ryzyko gospodarcze, w postaci sprzedaży towarów, które w trakcie używania w okresie objętym ochroną prawną ujawnią wadliwość.

W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka stosowana wobec konsumentów powoduje, że obligatoryjny dwuletni okres odpowiedzialności sprzedawcy w stosunku do konsumentów z tytułu niezgodności towaru z umową **skrócony zostaje do 6 miesięcy**. Konsument uzyskujący od Spółki odpowiedź negatywną na zgłoszoną reklamację, w której brak jest merytorycznego odniesienia się do wskazanej przez niego niezgodności towaru z umową, dodatkowo wprowadza się go w błąd żądając przeprowadzenia dowodu na istnienie wady tkwiącej w towarze w momencie jego zakupu i uznając tylko 6 miesięczny okres od daty zakupu, jako prawnie obligujący sprzedawcę do uwzględniania reklamacji. W ocenie przeciętnego konsumenta, Spółka uniemożliwia mu dochodzenie roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową po upływie okresu domniemania wynikającego z art. 4 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Dla konsumenta nie jest zrozumiałe dlaczego po 6 miesiącach od momentu wydania towaru Spółka domaga się od niego wykazania faktów, które w jego przekonaniu zostały już w sposób oczywisty przedstawione (*przykład odpowiedzi 3 – str. 4 – 5 niniejszej decyzji*).

Prezes Urzędu uznał, że postępowanie Spółki powoduje przerzucenie ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej na konsumenta. Spółka, wykorzystując niewiedzę przeciętnego konsumenta z zakresu terminologii prawniczej, w kierowanych do niego odpowiedziach posługuje się zwrotami dla konsumenta niezrozumiałymi, wprowadzającymi go w błąd poprzez sprzeczną z prawem interpretację tych przepisów. W ten sposób, **wywołuje u niego wrażenie niemożliwości dochodzenia roszczeń** z tytułu niezgodności towaru z umową po upływie okresu 6 miesięcznego domniemania i nie przeprowadzenia dowodu na istnienia wady w zakupionym towarze w dacie jego zakupu. W opinii Prezesa Urzędu, Spółka wykorzystuje w ten sposób swoją przewagę kontraktową i nierzetelnie traktuje konsumenta poprzez wywołanie u niego błędnego przekonania, co do jego uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową.

Należy również podnieść, iż przy wyborze konkretnego towaru oraz kontrahenta istotne znaczenie dla konsumentów ma nie tylko cena, marka towaru ale również możliwość skorzystania z przysługujących nabywcom uprawnień związanych z możliwością dochodzenia roszczeń w przypadku wad zakupionego towaru. Fakt, wprowadzania konsumentów w błąd, co do sposobu i zakresu realizacji przysługujących im uprawnień na podstawie ustawy o sprzedaży konsumenckiej ma tym bardziej istotne znaczenie, iż w obecnym stanie prawnym gwarancja na towar (często nazywana gwarancją producenta) jest wyłącznie dodatkowym zabezpieczeniem a jej treść zależy od swobodnej decyzji gwaranta. W ocenie Prezesa Urzędu, opisana wyżej praktyka Spółki oraz sposób przekazywania przez nią informacji konsumentom wprowadza przeciętnego konsumenta oraz potencjalnego klienta w błąd i przez to może prowadzić do podjęcia decyzji, której w innych warunkach nie podjąłby.

W świetle ustawowej definicji decyzji dotyczącej umowy (art. 2 pkt 7 upnpr) decyzję konsumenta należy odnosić zarówno do sytuacji, w której konsument postanowi dokonać określonej czynności, jak i wówczas, gdy powstrzymuje się od jej dokonania. Oznacza to, iż należy uwzględnić nie tylko fakt zawarcia umowy lecz również wewnętrzne odczucia konsumenta, którymi kierował się decydując się na konkretny krok w zakresie zawarcia bądź nie umowy z konkretnym sprzedawcą. W niniejszej sprawie istotne znaczenie ma fakt wiedzy konsumenta o sposobie postępowania Spółki w przypadku reklamacji zgłoszonych po upływie 6 miesięcznego okresu domniemania wynikającego z art. 4 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. W ocenie Prezesa Urzędu konsument kupujący towar z tzw. elektroniki użytkowej u przedsiębiorcy posiadającego ugruntowaną renomę na polskim rynku ma

uzasadnione prawo oczekiwać, iż w przypadku wad towaru, jego reklamacja zostanie rozpatrzona w sposób rzetelny i merytoryczny. Fakt ten, biorąc pod uwagę wysoką przeciętną cenę tej grupy towarów, ma istotne znaczenie dla konsumenta przy wyborze sprzedawcy. Konsument dokonując wyboru pomiędzy różnymi sprzedawcami mającymi zbliżone oferty, a posiadający wiedzę o tym, iż jeden z nich utrudnia realizację roszczeń w przypadku niezgodności towaru z umową, prawdopodobnie dokonał by wyboru kontrahenta, który zapewni mu bezpieczną obsługę posprzedażną.

Zakwestionowane w niniejszej decyzji postępowanie Spółki uniemożliwia konsumentowi skuteczne dochodzenie swoich praw w przypadku zgłoszonych przez niego niezgodności towaru z umową. Spółka wbrew powszechnie przyjętym dobrym praktykom, bezprawnie odrzuca reklamacje powołując się na nie przedstawienie przez konsumenta dowodów potwierdzających istnienie niezgodności towaru z umową w chwili wydania towaru. Odpowiedzi Spółki wskazują, iż zgłoszenie reklamacyjne, ze względu na upływ 6 miesięcznego domniemania jest niezasadne.

Dla konsumenta działającego w dobrej wierze, zgłaszającego reklamację w postaci wadliwie działającego sprzętu np. AGD/RTV oczywiste będzie, iż przedmiotowa niezgodność z umową, nie mogła ujawnić się z innego powodu jak tylko z tego, że w towarze wystąpiły albo usterki użytego do jego produkcji materiału/części lub wada ujawniła się w wyniku błędów konstrukcyjnych/montażowych. Jeżeli konsument korzystał z towaru zgodnie z jego przeznaczeniem i instrukcją obsługi to w jego ocenie, dokonywanej w normalnym toku czynności, wada nie mogła powstać w inny sposób. W szczególności, jeżeli dany towar nie posiada żadnych zewnętrznych oznak nieprawidłowego używania w postaci uszkodzeń, śladów po uderzeniu, upadku, zalaniu itp., kierując się wyłącznie zasadami logicznego rozumowania, nie można w racjonalny sposób zaprzeczyć faktowi istnienia niezgodności w chwili wydania towaru w sytuacji, gdy w okresie 2 lat od chwili wydania ujawniła się niezgodność towaru z umową, która w normalnym toku czynności nie mogła wynikać z nieprawidłowego funkcjonowania.

W związku z powyższym należy stwierdzić, że Spółka poprzez działania polegające na odrzucaniu reklamacji w związku z bezprawną interpretacją zapisów art. 4 i art. 10 ustawy o sprzedaży konsumenckiej wprowadza w błąd konsumentów odnośnie ich praw dotyczących naprawy lub wymiany towaru w przypadku gdy podstawą reklamacji jest niezgodność towaru z umową. Przedsiębiorca narusza **dobrze obyczaje** w zakresie przyjmowania i rozpatrywania reklamacji w kontekście sposobu wykazania faktu istnienia niezgodności w chwili wydania towaru, które zostały ugruntowane wieloletnią praktyką. Spółka wbrew powszechnie przyjętym standardom odrzuca reklamacje, nie odnosząc się do nich merytorycznie wyłącznie ze względu na fakt, iż w opinii Spółki konsument nie udowodnił istnienia niezgodności w chwili wydania towaru lub, że wada ujawniła się po okresie 6 miesięcy od daty zakupu tego towaru. Jednocześnie Spółka nie informuje konsumenta jakie dowody uważa za wiarygodne oraz całkowicie pomija już zgłoszone przez konsumenta dowody, które konsument przeprowadza w zwykłym toku czynności. Spółka w żaden sposób nie uzasadnia takiego stanowiska. Konsument pozostaje więc z nierozpatrzoną reklamacją, bez merytorycznego uzasadnienia takiego stanowiska i z błędnymi informacjami co do przysługujących mu praw w przypadku niezgodności towaru z umową.

Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań

doktryny.<sup>3</sup> Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

W relacjach przedsiębiorców z konsumentami istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona w jednym z wyroków<sup>4</sup> Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w którym sąd stwierdził, iż: *istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności.*

O doniosłości i zasadności stosowania klauzuli dobrych obyczajów w relacjach pomiędzy przedsiębiorcami, a także pomiędzy przedsiębiorcami i konsumentami może świadczyć także fakt, iż posługuje się nią także ustawodawstwo Wspólnotowe. Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych<sup>5</sup> dookreśla jak powinno być rozumiane pojęcie dobrych obyczajów<sup>6</sup>. Sformułowane w dyrektywie określenie „zawodowej staranności” oznacza taką miarę szczególnych umiejętności i staranności, jakiej można rozsądnie oczekiwać w relacjach z konsumentem i która jest współmierna do wymagań uczciwej praktyki rynkowej i ogólnej zasady dobrej wiary w obszarze działalności gospodarczej przedsiębiorcy. Dotyczy to określonego stopnia staranności i fachowości, jakiego należy oczekiwać od kupca, zgodnie z ogólnie przyjętymi regułami zwyczaju handlowego w danej branży<sup>7</sup>.

Wobec powyższego, za sprzeczne z dobrymi obyczajami należy uznać takie zachowania, które w istotny sposób odbiegają od przyjętych standardów postępowania w danych okolicznościach. Na potrzeby niniejszego postępowania, aby stwierdzić, iż dane zachowanie narusza dobre obyczaje należy zdefiniować czym w konkretnych okolicznościach (relacja przedsiębiorca – konsument w procedurze reklamacyjnej) jest dobry obyczaj. Należy wyodrębnić i wskazać jakie, w świetle doktryny i orzecznictwa, zachowania przedsiębiorców zostały utrwalone i tym samym zakwalifikowane do kategorii dobrych obyczajów.

W opinii Prezesa Urzędu, należy zaznaczyć, iż dla kształtowania dobrych obyczajów w zakresie sposobu realizacji roszczeń konsumenckich z tytułu wad zakupionego towaru miało orzecznictwo sądowe powstałe na gruncie stosowania przepisów o rękojmi z Kodeksu

---

<sup>3</sup> np. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z 13 listopada 1991 r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4, J. Szwaja w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz, Warszawa 2000, str. 122-133, R. Stefanicki, Dobre obyczaje w prawie polskim, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5;

<sup>4</sup> Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., XVII Ama 118/04;

<sup>5</sup> Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady ( zwana dalej "dyrektywą o nieuczciwych praktykach handlowych");

<sup>6</sup> Dyrektywa posługuje się sformułowaniem „wymogów staranności zawodowej” (art. 5 ust. 2 pkt a), jednak na potrzeby polskiej implementacji przyjęto ugruntowane w polskiej doktrynie i orzecznictwie określenie „dobrych obyczajów” – Uzasadnienie do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym z dnia 23 sierpnia 2007 r. (Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206);

<sup>7</sup> Uzasadnienie do ustawy o przeciwdziałaniu...

cywilnego. Wynikało to z trudności, jakie przepisy prawa cywilnego powodowały u konsumentów dochodzących roszczeń z tytułu wad zakupionych towarów, a w szczególności kwestii rozkładu ciężaru dowodu w zakresie istnienia wady w momencie przejścia ryzyka niebezpieczeństwa na nabywcę. Sąd Najwyższy<sup>8</sup> wypowiadając się w kwestii stosowania przepisów o rękojmi wskazał, iż *porównanie pozycji "profesjonalisty" (bez względu na jego charakter) z sytuacją kontrahenta - nabywcy rzeczy, zaliczanego z istoty rzeczy do "słabych", uzasadnia posługiwanie się domniemaniem, że wady wynikły z przyczyny tkwiącej już poprzednio w rzeczy sprzedanej. Dlatego na nabywcy nie spoczywa ciężar dowodu, że wada powstała z przyczyny tkwiącej już poprzednio w rzeczy. Nie można więc mówić o odpowiedzialności z tytułu wady fizycznej rzeczy dopiero wówczas, gdy wynikła ona z uszkodzenia rzeczy przez kupującego po przejściu na niego niebezpieczeństwa.* Zgodnie z uchwałą Pełnego Składu SN wytyczne, co prawda, utraciły normatywny charakter ale mogą być one wykorzystywane w praktyce sądowej, tak jak wykorzystany może być każdy pogląd wyrażony na piśmie – w takim zakresie, w jakim przeprowadzona w wytycznych interpretacja norm prawnych pozostaje w zgodzie z obowiązującym prawem i zasadami demokratycznego państwa prawnego.<sup>9</sup> Bez względu jednak na utratę mocy ww. wytycznych SN, w opinii Prezesa Urzędu **należy podkreślić, iż postępowanie według zasad wskazanych w wytycznych SN wytworzyły w świadomości samych sprzedawców, a przede wszystkim konsumentów przekonanie, iż złożenie i rozpatrzenie reklamacji przez sprzedawcę nie powinno obciążać konsumenta dodatkowymi obowiązkami.**

W opinii Prezesa Urzędu, w ciągu wieloletniej praktyki stosowania przepisów o rękojmi także w stosunkach konsumenckich wytworzyła się i ugruntowała praktyka kupiecka związana ze sposobem przyjmowania i rozpatrywania reklamacji. W obrocie handlowym, zwłaszcza z udziałem konsumentów było oczywiste, iż zgłoszenie reklamacji nie wiązało się z dodatkowymi utrudnieniami, w szczególności w postaci wymagań dowodowych stawianych konsumentowi. Wręcz przeciwnie, reklamacje co do zasady były odrzucane jedynie w przypadku, gdy przedsiębiorca wykazał, iż nie jest odpowiedzialny za daną wadę (w szczególności gdy powstała ona po przejściu ryzyka niebezpieczeństwa na nabywcę). Istotnym jest, iż na etapie zgłoszenia i rozpatrywania reklamacji konsument nie natrafiał na przeszkody w postaci konieczności spełnienia swoistych wymogów dowodowych stawianych przez przedsiębiorcę. **Praktyka taka, poprzez wieloletnie stosowanie oraz brak kwestionującej jej linii orzeczniczej, stała się więc dobrym obyczajem funkcjonującym w obrocie handlowym z konsumentami.** Była ona bowiem stosowana pomimo tego, iż przepisy prawa nie formułowały szczególnych obowiązków po stronie przedsiębiorcy ani dodatkowych uprawnień, czy też domniemań na korzyść konsumenta. Postępowanie takie było uznawane jako uznana w obrocie zasada – dobra praktyka kupiecka.

Wobec tego, wieloletnia praktyka związana z realizacją procedury reklamacyjnej wywołała u konsumentów przekonanie, iż złożenie reklamacji powoduje powstanie po stronie przedsiębiorcy odpowiedzialnego z tytułu rękojmi, obowiązków faktycznych tj. przyjęcia reklamacji i jej rzetelnego rozpatrzenia. **Dobrym obyczajem w zakresie przyjmowania i rozpatrywania reklamacji zgłaszanych przez konsumentów jest więc przyjmowanie takich reklamacji w całym okresie odpowiedzialności sprzedawcy bez nakładania na**

<sup>8</sup> Uchwała z dnia 30 grudnia 1988 r., III CZP 48/88 – uchwała SN stanowiąca wytyczne w zakresie wykładni prawa i praktyki sądowej w sprawach rękojmi i gwarancji;

<sup>9</sup> Zgodnie z uchwałą Pełnego Składu SN z 5 maja 1992 r. (OSN 1993, poz. 1) wytyczne utraciły wprawdzie swój wiążący charakter, ale dając wyraz ustalonym poglądom judykatury odgrywają nadal w praktyce znaczącą rolę i mogą służyć zapewnieniu jednolitości wykładni i stosowania prawa. Z. Radwański, J. Panowicz-Lipska: Zobowiązania – część szczegółowa, Warszawa 2001, str. 29.;

konsumentów obowiązków, które dla przeciętnego konsumenta, w normalnym toku czynności, wykraczają poza niezbędne/konieczne do wykazania istnienia niezgodności w chwili wydania towaru. Dobrym obyczajem w procedurze reklamacyjnej jest także rzetelne rozpatrzenie reklamacji tj. takie, które rzeczowo odnosi się do zgłoszonych przez konsumenta roszczeń oraz ujawnionych niezgodności. Na uwagę zasługuje fakt, iż wskazane wyżej dobre obyczaje kupieckie były stosowane bez względu na istniejące przepisy prawa, które co istotne były mniej korzystne w relacjach konsumenckich od aktualnych przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej, które wprowadziły 6 miesięczne domniemanie istnienia niezgodności w chwili wydania towaru. Nie wydaje się, aby racjonalny ustawodawca implementując dyrektywę 99/44<sup>10</sup> o charakterze minimalnym zmierzał do obniżenia istniejącego ówczesnie zakresu ochrony konsumentów przysługującej im na podstawie przepisów o rękojmi z Kodeksu cywilnego.

**W odniesieniu do przedmiotowej sprawy, aby ocenić czy praktyka stosowana przez Spółkę narusza dobre obyczaje związane z procedurą przyjmowania i rozpatrywania reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową należy wskazać, jakie postępowanie sprzedawcy (w tym przypadku Spółki) można uznać za prawidłowe i uzasadnione. Oceny tej, można dokonać w oparciu o utrwalone, wskazane wyżej dobre obyczaje kupieckie przy uwzględnieniu obowiązujących przepisów prawa, w szczególności ustawy o sprzedaży konsumenckiej.**

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej „sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania.” W świetle natomiast art. 8 ww. ustawy, jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, to kupujący może żądać według swego wyboru nieodpłatnej naprawy albo wymiany na nowy. W przypadku niemożliwości realizacji tych roszczeń lub gdyby pociągało to za sobą nadmierne koszty albo znaczne niedogodności dla konsumenta, może on żądać obniżenia ceny albo odstąpić od umowy, jeżeli zaistniała niezgodność miała charakter istotny. Zgodnie z art. 10 ust. 1 ww. ustawy odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową wynosi **2 lata** od momentu wydania towaru konsumentowi, przy czym okres ten może być skrócony do roku w przypadku rzeczy używanych. Natomiast, w świetle art. 11 tego aktu prawnego uprawnień unormowanych w ustawie o sprzedaży konsumenckiej nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru z umową.

Należy więc podkreślić, iż zgodnie z przepisami ustawy o sprzedaży konsumenckiej, sprzedawca nie ma możliwości, jednostronnego ograniczenia dokonanego przez konsumenta wyboru określonego roszczenia, a także skrócenia terminu, w którym konsument może realizować uprawnienia z tytułu niezgodności towaru z umową.

Co istotne, w opinii Prezesa Urzędu modyfikacja uprawnień przysługujących konsumentowi nie może nastąpić tak w sposób bezpośredni np. poprzez oświadczenie sprzedawcy o niemożliwości skorzystania przez konsumenta z niektórych przysługujących mu uprawnień, **jak również w sposób pośredni tzn. poprzez stworzenie warunków/okoliczności, które pod pozorem postępowania zgodnego z prawem, skutkują niemożliwością, bądź znacznym utrudnieniem realizacji przysługujących konsumentowi uprawnień.**

---

<sup>10</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 99/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. (Dz.Urz. WE nr L 171 z 7 lipca 1999 r.) w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, zwana dalej „dyrektywą 99/44”;

W świetle przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej odpowiedzialność sprzedawcy powstaje w przypadku, gdy niezgodność istniała w chwili wydania towaru, a ujawniła się w okresie **dwóch lat** od tego momentu. Prezes Urzędu pragnie w tym miejscu podkreślić, iż o ile przesłanka „**istnienia niezgodności w chwili wydania towaru**” jest konstrukcją prawną, precyzującą zakres odpowiedzialności sprzedawcy, to **moment ujawnienia się tej niezgodności** jest stanem faktycznym, istniejącym obiektywnie i mogącym być zweryfikowanym w normalnym toku czynności.

Zgodnie z przytoczonym wyżej art. 4 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej sprzedawca odpowiada wyłącznie za niezgodność, która istniała w chwili wydania towaru konsumentowi. Przy czym **ustawa nie definiuje, jak należy rozumieć pojęcie „istnienie niezgodności z umową w chwili wydania towaru”**. Konsument działający w normalnym toku czynności, jest w stanie stwierdzić istnienie takiej niezgodności w momencie, gdy ujawni się ona w sposób mogący być przez konsumenta oraz przedsiębiorcę zauważony i zidentyfikowany. W rozważaniach należy pominąć kwestie takich niezgodności, których istnienie zależy od subiektywnej oceny podmiotu oceniającego, w szczególności zapach, jakość lub natężenie dźwięku, odcienie kolorów itp. Niemniej jednak, w ocenie Prezesa Urzędu, niezgodność towaru z umową, która istnieje obiektywnie i której stwierdzenie nie zależy od szczególnych preferencji oceniającego w sposób wystarczający dowodzi, iż towar jest niezgodny z umową.

Co do zasady, w opinii Prezesa Urzędu dla skorzystania przez konsumenta z uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową wystarczy wykazać, że rzecz (towar konsumpcyjny) **nie nadaje się do użycia w celu wynikającym z jej zwyczajnego przeznaczenia** lub, że **jej właściwości nie odpowiadają właściwościom cechującym towar danego rodzaju**. Okoliczności te konsument (niebędący znawcą techniki) może wykazać **samodzielnie** poprzez wskazanie widocznych „gołym okiem” efektów wystąpienia niezgodności, bez potrzeby wskazania ukrytych w towarze przyczyn jej wystąpienia. Samodzielne wykazanie niezgodności może w takim przypadku polegać na prostym porównaniu np. funkcjonowania egzemplarza towaru niezgodnego z umową z nowym egzemplarzem towaru, dostępnym na półce sklepowej, którego właściwości odpowiadają w pełni umowie. Wykazujący niezgodność konsument powinien wówczas wskazać różnicę pomiędzy właściwościami, które przewidywała umowa (widocznymi np. w nowym towarze stojącym na półce sklepowej), a niezgodnymi z umową cechami towaru reklamowanego. Innym sposobem wykazania niezgodności może być np. pokazanie przez konsumenta, że rzecz nie nadaje się do użycia do celu wynikającego z jej zwyczajnego przeznaczenia. Niezgodność może być wykazana także poprzez porównanie rzeczywistych cech towaru z oczekiwaniami dotyczącymi towaru tego rodzaju, opartymi na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela.

**Jedynie w szczególnym przypadku**, gdy samodzielne wskazanie przez konsumenta efektów wystąpienia niezgodności jest niemożliwe (np. pojawiają się one przejściowo, są niewidoczne „na pierwszy rzut oka” lub różnica pomiędzy prawidłowym a niezgodnym z umową działaniem towaru jest zbyt subtelna, np. lekkie odbarwienie kolorów w telewizorze, zła jakość dźwięku odtwarzanego z zestawu stereo, gorsza jakość prania w pralce automatycznej) niezbędne stają się inne formy dowodu niezgodności, np. opinia ekspercka.

**W ocenie Prezesa Urzędu, postępowanie Spółki związane z przyjmowaniem i rozpatrywaniem zgłaszanych przez konsumentów roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową w istotny sposób odbiega od ww. praktyki.** Tym samym, naruszone zostały odzwierciedlone w tej praktyce dobre obyczaje kupieckie, które wykształciły się w trakcie obowiązywania rękojmi. Zdaniem Prezesa Urzędu brak jest przesłanek, z powodu

których należałoby tym zasadom odmówić możliwości ich stosowania do umów regulowanych ustawą o sprzedaży konsumenckiej.

W opinii Prezesa Urzędu, naruszenie dobrych obyczajów nastąpiło także poprzez **wykorzystanie przez Spółkę silniejszej pozycji kontraktowej**. Spółka ma bowiem świadomość, iż udzielenie konsumentowi odpowiedzi na reklamacje o treści ww. spowoduje, iż dalsze dochodzenie roszczeń z tytułu niezgodności z umową będzie utrudnione, co w konsekwencji może skutkować odstąpieniem od ich dalszego dochodzenia. Trudno także oczekiwać, że Spółka nie ma świadomości, iż konsument nie dysponuje wiedzą, a także możliwościami technicznymi i często finansowymi, pozwalającymi mu na kontynuację sporu ze Spółką. Ponadto, wykorzystując silniejszą pozycję kontraktową, Spółka nie udziela konsumentowi merytorycznej odpowiedzi na przedstawione niezgodności, co powoduje niepewność konsumenta odnośnie przyczyn odrzucenia reklamacji. W tym kontekście sprzeczne z dobrymi obyczajami będzie postępowanie przedsiębiorcy, który mając silniejszą pozycję kontraktową uniemożliwia konsumentom realizację roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową, w przypadku reklamacji zgłaszanych po 6 miesiącach od chwili wydania towaru.

Zdaniem Prezesa Urzędu Spółka przedstawiając w pismach fragmenty przepisów prawnych, interpretowała je niezgodnie z wolą ustawodawcy odmawiając konsumentom prawa do skutecznej reklamacji zakupionych towarów okresie dwóch lat od daty zakupu.

Takie działanie, narusza prawo do rzetelnej, jednoznacznej informacji o przysługującym konsumentom uprawnieniach z tytułu niezgodności towaru z umową, jaką profesjonalista – przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego). Informacje kierowane przez Spółkę były dla konsumenta całkowicie nieprzydatne. Ich celem było jedynie udzielenie odpowiedzi w terminie 14 dni oraz wskazanie, że Spółka nie ponosi odpowiedzialności za ujawnioną niezgodność. Powyższe skutkowało wprowadzeniem konsumentów w błąd, co do przysługującym im uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową i sposobie ich dochodzenia.

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, zachodzą przesłanki uzasadniające uznanie działań Spółki za nieuczciwą praktykę rynkową zdefiniowaną w art. 5 ust. 3 pkt 4 polegającą na wprowadzającym konsumentów w błąd działaniu Spółki w zakresie praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy.

### **Ad 3.**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie*



*konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01).*

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania Spółki odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. W omawianym przypadku naruszenie przejawia się nieprzyjmowaniem lub odrzucaniem reklamacji zgłaszanych przez konsumentów po 6 miesiącach od wydania towaru lub terminie wcześniejszym, w przypadku, gdy konsument nie udowodni w sposób wymagany przez przedsiębiorcę istnienia niezgodności z umową w chwili jego wydania.

Przedmiotowa praktyka dotyczy lub potencjalnie może dotyczyć każdego konsumenta składającego reklamację. Rozstrzygnięcie podejmowane w niniejszej sprawie w ramach realizacji interesu publicznego nie dotyczy więc sytuacji pojedynczych konsumentów, lecz służy przeciwdziałaniu negatywnym zjawiskom występującym na rynku. Podejmowane przez Prezesa Urzędu działania mają przeciwdziałać tak rozumianym dysfunkcjom rynkowym nie tylko poprzez kształtowanie właściwych postaw rynkowych, wyznaczając wymagane i oczekiwane standardy zachowań uczestników rynku, ale także poprzez wspieranie i promowanie już istniejących postaw rynkowych, które zostały ugruntowane praktyką i orzecznictwem.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne.<sup>11</sup> Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem **interesów gospodarczych** (ekonomicznych) konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricto* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawa konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom rzetelną realizację ich uprawnień, w tym przypadku wynikających z ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

W opinii Prezesa Urzędu, oczywistym jest, iż uprawnienia przyznane konsumentom ustawodawstwem wspólnotowym i krajowym nie mogą być wyłącznie fasadowe ale mają stanowić realne zabezpieczenie ich interesów.

W tym też aspekcie, w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu gospodarczego konsumentów. Poprzez utrudnienie konsumentom dochodzenie roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową powoduje, iż **realna odpowiedzialność sprzedawcy (w odróżnieniu od prawnej)**, której korelatem jest uprawnienie konsumenta do żądania

---

<sup>11</sup> M. Szydło, „Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów”, *Monitor Prawniczy* 2004/17/791;

spełnienia roszczeń z tego tytułu, trwająca, zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej 2 lata, **zostaje skrócona do 6 miesięcy**.

W opinii Prezesa Urzędu, naruszenie interesu gospodarczego konsumentów, nie należy w tym przypadku ograniczać wyłącznie do uprawnień przysługujących im z tytułu niezgodności towaru z umową, powyższe może mieć także istotny wpływ na inne ich zachowania rynkowe.

W tym miejscu należy odnieść się do stanowiska Spółki zawartego w odpowiedzi na wszczęcie postępowania administracyjnego. W opinii Prezesa Urzędu, biorąc pod uwagę fakt, iż w przedstawionym oświadczeniu Spółka, co do zasady, podtrzymała swoje stanowisko prezentowane w toku niniejszego postępowania, wskazana przez Spółkę argumentacja nie zasługuje na uwzględnienie, świadczą o tym odpowiedzi udzielane konsumentom w przypadku nie uznania reklamacji.

Mając na uwadze powyższe orzeka się jak w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.

## **II. Rozstrzygnięcie w pkt II sentencji decyzji.**

Stosownie do art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 uokik. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadziła zatem zasadę fakultatywności kar nakładanych przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną, jak i prewencyjną (dyscyplinującą).

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar. Norma prawna wynikająca z art. 111 ww. ustawy stanowi jedynie, iż przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa między innymi w art. 106 należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy przy czym – stosownie do art. 130 ustawy antymonopolowej – przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, o którym mowa w art. 111 tej ustawy, uwzględnia się również okoliczność naruszenia przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 z późn. zm.).

Wskazać również należy, że kara pieniężna może być nałożona na przedsiębiorcę niezależnie od tego, czy dopuścił się naruszenia przepisów ustawy umyślnie, czy też nieumyślnie. Nałożona przez organ antymonopolowy kara powinna ponadto pełnić funkcję represyjną (tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów), a także prewencyjną, dyscyplinującą (tj. zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości). W zależności od stopnia naruszenia przepisów ustawy, ustala się funkcję prewencyjną lub represyjną za wiodącą.

W sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez **Astro Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie** praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, co daje podstawy do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik.

Ponieważ w 2009 roku Spółka uzyskała przychód w wysokości (...), maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na przedsiębiorcę w oparciu o ww. przepis wynosi (...).

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności **dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk**. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż stosowane przez Spółkę naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce na etapie wykonywania kontraktu – umowy sprzedaży i polega na odrzucaniu reklamacji zgłaszanych przez konsumentów, w przypadku, gdy konsument nie udowodni w sposób wymagany przez przedsiębiorcę istnienia niezgodności towaru z umową w chwili jego wydania.

Prezes Urzędu, dokonując oceny wagi stwierdzonych praktyk, wziął pod uwagę szereg zaistniałych okoliczności, które miały wpływ na stwierdzenie w konkretnym przypadku stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Prezes Urzędu zważył, iż postępowanie Spółki negatywnie wpływa na interesy konsumentów co powoduje, że ich nierówna pozycja kontraktowa w stosunku do przedsiębiorcy zostaje, poprzez działanie Spółki, jeszcze bardziej osłabiona. Prezes Urzędu zważył, że Spółka niejako automatycznie odrzuca reklamacje składane przez konsumentów po 6 miesiącach od chwili wydania towaru. W odpowiedziach na takie reklamacje Spółka nie ustosunkowuje się do wskazanych przez konsumentów niezgodności, a odrzucając reklamacje posługuje się standardowymi sformułowaniami powielanymi w różnych przypadkach, niezależnie od stanu faktycznego sprawy.

Brak jasnych kryteriów rozpatrywania reklamacji, a w konsekwencji odrzucanie ich bez merytorycznego rozpatrzenia tj. nie odnosząc się do wskazanych w reklamacjach konkretnych niezgodności jest dla konsumentów niezrozumiałe. Są oni wprowadzani w błąd co do faktycznie przysługujących im uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową. Działanie Spółki wywołuje u konsumentów wrażenie niemożliwości dalszego dochodzenia roszczeń, bądź też konieczności podjęcia dodatkowych czynności narażających ich na koszty. **Szkodliwość działania** Spółki jest zatem odczuwalna dla konsumentów w sposób znaczący, powoduje bowiem, iż konsument zostaje postawiony w sytuacji, w której ze względu na wprowadzenie go w błąd ma ograniczoną swobodę w korzystaniu z przysługujących mu uprawnień. W rezultacie, zostaje on z towarem niezgodnym z umową bez rzetelnej informacji o przyczynach odrzucenia reklamacji.

W ocenie Prezesa Urzędu istotne znaczenie ma także **charakter produktu oraz okoliczności w jakich konsument dochodzi przysługujących mu roszczeń**. Oferowane przez Spółkę towary należące do kategorii elektroniki użytkowej są ze swej natury skomplikowane technicznie i z reguły nabywane są po dokonaniu przez konsumenta dokładnego rozeznania na rynku. Konsument podejmując decyzje o nabyciu produktu, czyni to w przekonaniu o jak najlepszym stosunku ceny do jakości. Przy czym nieodzownym elementem jakości jest niezawodność towaru. Konsument ma prawo oczekiwać, iż zakup towaru u renomowanego sprzedawcy będzie skutkował tym, że w przypadku ujawnienia się jego niezgodności z umową będzie mógł liczyć na przywrócenie towaru do stanu zgodnego z umową w oparciu o szybką, sprawną i opartą na transparentnych zasady procedurę reklamacyjną. Konsument nabywający przedmioty gospodarstwa domowego (pralki, lodówki, zmywarki drobny sprzęt AGD) w przypadku wystąpienia niezgodności towaru z umową są narażeni na duże niedogodności w sytuacji przedłużających się czynności reklamacyjnych, a tym bardziej praktyk polegających na utrudnianiu realizacji uprawnień wynikających z niezgodności towaru z umową. Ze względu na charakter tych produktów pozbawienie konsumenta możliwości ich używania naraża go na znaczne niedogodności.

Oceniając wagę naruszenia organ antymonopolowy miał również na względzie, iż zakwestionowane praktyki wymierzone są we wszystkich konsumentów korzystających z usług Spółki, a zatem mają **charakter powszechny**. Należy wskazać, iż odpowiedzialność z tytułu niezgodności towaru z umową ponoszona jest przez przedsiębiorcę na zasadzie

ryzyka. Wobec tego, przedsiębiorca musi liczyć się z możliwością wystąpienia niezgodności towaru z umową w każdym momencie odpowiedzialności, a także wobec potencjalnie każdego nabywcy. Wobec tego, negatywne postępowanie Spółki zagraża każdemu konsumentowi, który nabył od Spółki towar jeżeli w trakcie jego używania ujawniła się niezgodność z umową. Praktyka stosowana przez Spółkę trwa co najmniej przez cały 2009r. – analizie zostały poddane reklamacje jedynie reklamacje złożone przez konsumentów w 2009r. ponieważ Spółka nie dysponowała reklamacjami z lat poprzednich.

W związku z powyższym organ antymonopolowy uznał, iż natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (...) przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2009r.

Na wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółkę miały także wpływ **określone okoliczności obciążające**.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, Prezes Urzędu bierze pod uwagę konieczność spełnienia przesłanek podmiotowych, tj. stwierdzenia, że określone w ww. przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność wzięcia pod uwagę przesłanki winy w przypadku stosowania kar pieniężnych określonych w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik wynika bezpośrednio nie tylko z treści tego przepisu, ale również ma umocowanie w ustawie zasadniczej. Zgodnie bowiem z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży zatem na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny posiadać umiejętność przewidzenia, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nie mogą skutecznie dowodzić braku świadomości naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W przedmiotowej sprawie nie budzi wątpliwości, iż Spółka ma świadomość istnienia przepisów prawa regulujących kwestie dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową. Spółka, posiada także wieloletnie doświadczenie w zakresie sprzedaży towarów konsumpcyjnych.

Prezes Urzędu wymierzając karę wziął pod uwagę, iż Spółka działa na terenie przekraczającym obszar miasta Lublin. Świadczą o tym lokalizacje sklepów oraz skargi konsumentów z różnych miast, wobec tego należy uznać, iż jej działalność ma **charakter ponadlokalny**.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniałe w niniejszej sprawie okoliczności obciążające uzasadniają zwiększenie wyjściowego poziomu kary o 5%.

W świetle powyższych okoliczności **wysokość kary** ustalono na poziomie **103.330,00 PLN (słownie: sto trzy tysiące trzysta trzydzieści i 00/100 złotych)**. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy i jednocześnie **stanowi ok. (...) przychodu osiągniętego przez nią w 2009r.**

Decydując o nałożeniu kary i jej wysokości wzięto pod uwagę wszystkie ww. okoliczności, jak i możliwości finansowe przedsiębiorcy. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary, należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W ocenie Prezesa Urzędu kara wymierzona w tej wysokości jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla strony niniejszego postępowania. W tym przypadku kara powinna spełnić jednak przede wszystkim funkcję represyjną, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przyczyniając się do zapewnienia trwałego zaniechania naruszania przez Spółkę w przyszłości reguł odnoszących się do ochrony praw konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

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

***Z up. Prezesa UOKiK  
Dyr. Delegatury w Lublinie  
Ewa Wiszniowska***

Otrzymuje:

[Redacted signature block]

a/a