



**PREZES  
URZĘDU 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](mailto:poznan@uokik.gov.pl)

RPZ- 61/15/11/AR

Poznań, dnia 14 listopada 2011 r.

**DECYZJA Nr RPZ 27/2011**

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. nr 50 poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;

1. na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ww. ustawy uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zamieszczanie przez HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku u we wzorcu umowy sprzedaży postanowienia, wpisanego do rejestru postanowień umownych uznanych za niedozwolone, o treści:

*„Wszelkie dodatkowe ustalenia poczynione w formie ustnej pomiędzy Kupującym a Przedstawicielem Handlowym a będące w sprzeczności z treścią niniejszej umowy są nieważne i nie rodzą żadnych skutków prawnych” (§ 5 ust. 12 umowy sprzedaży);*

**i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 15 lipca 2011 r.**

2. na podstawie art. 26 ust. 1 ww. ustawy uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zamieszczanie przez HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku we wzorcu umowy sprzedaży postanowień, wpisanych do rejestru postanowień umownych uznanych za niedozwolone, o treści:
  - a) *„W przypadku opóźnienia w dokonywaniu płatności firma Harmedy zobowiązuje się do telefonicznego lub listownego powiadomienia dłużnika o powstałej zaległości. Kosztami wierzyciel obciąży dłużnika. Umowny koszt windykacji telefonicznej wynosi 15 zł za każdą przeprowadzoną rozmowę, koszt wysłania korespondencji 20 zł od każdego wysłanego listu. Koszty windykacji telefonicznej i listownej nie mogą przekroczyć w sumie kwoty 150 zł” (§ 5 ust. 6 umowy sprzedaży);*
  - b) *„Kupujący zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić firmę Harmedy o zmianie nazwiska, adresu miejsca pracy, zamieszkania pod rygorem odpowiedzialności za powstałą szkodę. Pisma nie odebrane z*

powodu zmiany adresu bez powiadomienia firmy Harmedy będą zostawiane w aktach ze skutkiem doręczenia” (§ 6 ust. 2 umowy sprzedaży);

- c) „Sądem właściwym do rozstrzygnięcia ewentualnych sporów wynikających z realizacji niniejszej umowy, jest zgodnie z art. 34 kpc w zw. z art. 454 kc Sąd miejsca wykonania umowy. W przypadku świadczenia na rachunek bankowy Sprzedającego będzie to Sąd właściwy dla miasta Opalenica bowiem rachunek bankowy na który zgodnie z umową Kupujący zobowiązany jest uiścić kwotę znajduje się w BZ WBK S.A., O/Opalenica” (§6 ust. 8 umowy sprzedaży);

**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

3. na podstawie art. 26 ust. 1 ww. ustawy uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na udostępnianiu przez HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku konsumentom dokonującym zakupu poza lokalem przedsiębiorstwa wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy sprzedaży zawierającego wprowadzającą w błąd informację o podstawie prawnej skorzystania z ww. uprawnienia tj. art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U z 2000r., Nr 22, poz. 271 ze zm.), co może utrudniać konsumentom realizację uprawnień wynikających z art. 2 tej ustawy w zakresie sposobu i terminu skorzystania z nich i stanowi praktykę rynkową wprowadzającą w błąd określoną w **art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1** ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206) **i nakazuje się zaniechania jej stosowania.**
4. na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ww. ustawy uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku polegające na utrudnianiu konsumentom realizacji uprawnień określonych w art. 2 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r., Nr 22, poz. 271 ze zm.) poprzez zastrzeżenie we wzorcu umowy sprzedaży, iż „Zwrot towaru następuje wyłącznie w Biurze Handlowym Sprzedającego za pokwitowaniem w godzinach pracy biura po uprzednim telefonicznym uzgodnieniu terminu”, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w **art. 4 ust. 1** ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206) **i stwierdza się zaniechanie z dniem 15 lipca 2011 r.;**
5. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nakłada się na HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku:
- 1) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt 1 sentencji niniejszej decyzji, karę pieniężną w wysokości 1 160 zł (słownie: tysiąc sto sześćdziesiąt złotych), płatną do budżetu państwa;
  - 2) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt 2 sentencji niniejszej decyzji karę pieniężną w wysokości 2 321 zł (słownie: dwa tysiące trzysta dwadzieścia jeden złotych), płatną do budżetu państwa;

- 3) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt 3 sentencji niniejszej decyzji, karę pieniężną w wysokości 3 867 zł (słownie: trzy tysiące osiemset sześćdziesiąt siedem złotych), płatną do budżetu państwa;
- 4) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt 4 sentencji niniejszej decyzji, karę pieniężną w wysokości 2 901 zł (słownie: dwa tysiące dziewięćset jeden złotych), płatną do budżetu państwa.

### Uzasadnienie

Do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu wpłynęła skarga konsumentka, w treści której podniesiono, że HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku (dalej także: Przedsiębiorca, Spółka) stosuje w obrocie z konsumentami wzorzec umowy sprzedaży zawierający postanowienia stanowiące niedozwolone postanowienia umowne w rozumieniu art. 385<sup>1</sup>- 385<sup>3</sup> k.c. oraz klauzule wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone.

Postanowieniem z dnia 02 lutego 2011 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez Przedsiębiorcę uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Przedmiotem prowadzonej przez Spółkę HARMEDY działalności gospodarczej jest sprzedaż poza lokalem przedsiębiorcy wyrobów w postaci mat masujących, poduszek, zagłówek i okularów. Przedsiębiorca przesłał kopie 10 umów sprzedaży zawartych w systemie ratalnym. Nadto, wskazał, iż w 2011 r. (do dnia 16 czerwca 2011 r.) zawarł [...] umów sprzedaży, natomiast w 2010 r. [...] umów sprzedaży. W okresie od 01 stycznia 2010 r. do 16 czerwca 2011 r. konsumenci [...] razy odstępując od umowy sprzedaży, zwrócili zakupiony towar. Pismem z dnia 23 lutego 2011 r. Przedsiębiorca przesłał również umowy współpracy z Lukas Bankiem S.A. z siedzibą we Wrocławiu oraz Kredyt Bankiem S.A. z siedzibą w Warszawie. Mocą porozumień z ww. bankami, pracownicy firmy HARMEDY zobowiązani są do przygotowywania projektów umów kredytowych na specjalnych formularzach bankowych oraz gromadzenia i przekazywania do Banku dokumentów i informacji niezbędnych do zawarcia umowy kredytu. Nadto, Przedsiębiorca obowiązany jest do poinformowania kontrahenta o możliwości i terminie odstąpienia od umowy kredytowej.

Analiza stosowanego przez Przedsiębiorcę wzorca umowy sprzedaży dała podstawę do wszczęcia postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w :

1. **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na zamieszczeniu we wzorcu umowy sprzedaży postanowień, wpisanych do rejestru postanowień umownych uznanych za niedozwolone, o treści:
  - a. *„W przypadku opóźnienia w dokonywaniu płatności firma Harmedy zobowiązuje się do telefonicznego lub listownego powiadomienia dłużnika o powstałej zaległości. Kosztami wierzyciel obciąża dłużnika. Umowny koszt windykacji telefonicznej wynosi 15 zł za każdą przeprowadzoną rozmowę, koszt wysłania korespondencji 20 zł od każdego wysłanego listu. Koszty windykacji telefonicznej i listownej nie mogą przekroczyć w sumie kwoty 150 zł”* (§ 5 ust. 6 umowy sprzedaży);

- b. „Wszelkie dodatkowe ustalenia poczynione w formie ustnej pomiędzy Kupującym a Przedstawicielem Handlowym a będące w sprzeczności z treścią niniejszej umowy są nieważne i nie rodzą żadnych skutków prawnych” (§ 5 ust. 12 umowy sprzedaży);
  - c. „Kupujący zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić firmę Harmedy o zmianie nazwiska, adresu miejsca pracy, zamieszkania pod rygorem odpowiedzialności za powstałą szkodę. Pisma nie odebrane z powodu zmiany adresu bez powiadomienia firmy Harmedy będą zostawiane w aktach ze skutkiem doręczenia” (§ 6 ust. 2 umowy sprzedaży);
  - d. „Sądem właściwym do rozstrzygnięcia ewentualnych sporów wynikających z realizacji niniejszej umowy, jest zgodnie z art. 34 kpc w zw. z art. 454 kc Sąd miejsca wykonania umowy. W przypadku świadczenia na rachunek bankowy Sprzedającego będzie to Sąd właściwy dla miasta Opalenica bowiem rachunek bankowy na który zgodnie z umową Kupujący zobowiązany jest uiścić kwotę znajdują się w BZ WBK S.A., O/Opalenica” (§6 ust. 8 umowy sprzedaży);
2. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na udostępnianiu konsumentom dokonującym zakupu poza lokalem przedsiębiorstwa wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy sprzedaży zawierającego wprowadzającą w błąd informację o podstawie prawnej skorzystania z ww. uprawnienia tj. art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U z 2000r., Nr 22, poz. 271 ze zm.), co może utrudniać konsumentom realizację uprawnień wynikających z art. 2 tej ustawy w zakresie sposobu i terminu skorzystania z nich i stanowić praktykę rynkową wprowadzającą w błąd określoną w **art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1** ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206).
3. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegających na utrudnianiu konsumentom realizacji uprawnień określonych w art. 2 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U z 2000r., Nr 22, poz. 271 ze zm.) poprzez zastrzeżenie we wzorcu umowy sprzedaży, iż „Zwrot towaru następuje wyłącznie w Biurze Handlowym Sprzedającego za pokwitowaniem, w godzinach pracy biura po uprzednim telefonicznym uzgodnieniu terminu”, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową określoną w **art. 4 ust. 1** ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206).

Przedsiębiorca zawiadomiony o wszczęciu postępowania, pismem z dnia 07 lipca 2011r. ustosunkował się do przedstawionych zarzutów i oświadczył, że wprowadził zmiany do dotychczasowego wzorca umowy, w zakresie zakwestionowanych przez Prezesa Urzędu postanowień. W szczególności, poinformował, iż opracował nowy, zmieniony wzorzec umowy sprzedaży, z treści którego wykreślił kwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienie § 5 ust. 12. Zmienił również treść dotychczasowego postanowienia zamieszczonego w § 6 ust. 2 wzorca, nadając mu następujące brzmienie: „Kupujący zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić firmę HARMEDY o zmianie nazwiska oraz adresu zamieszkania pod rygorem odpowiedzialności za powstałą szkodę. Pisma nie odebrane z powodu zmiany adresu bez powiadomienia firmy HARMEDY będą zostawiane w aktach ze skutkiem doręczenia”. Jak oświadczył, dokonał również analizy treści postanowienia zamieszczonego w § 5 ust. 6 przedmiotowego wzorca. Przedstawiając swoje stanowisko odnośnie postanowienia zawartego w § 6 ust. 8 wzorca umowy sprzedaży, Przedsiębiorca oświadczył, że zapis ten był przedmiotem analizy Sądu Rejonowego w Nowym Tomyślu. Jak wynika z relacji Spółki, w tej sprawie kupująca podniosła zarzut braku właściwości miejscowej Sądu. Ww. Sąd

uwzględnił jej zarzuty, wydając postanowienie o przekazaniu sprawy do innego sądu, powołując się przy tym na niedozwolone zapisy wzorca umowy. Spółka HARMEDY zaskarżyła przedmiotowe postanowienie do Sądu Okręgowego w Poznaniu, który w dniu 17 czerwca 2011 r. uchylił ww. postanowienie Sądu Rejonowego w Nowym Tomyślu, potwierdzając, zdaniem Spółki, że analizowany zapis nie jest niedozwolonym postanowieniem umownym. Przedsiębiorca zadeklarował również przesłanie odpisu ww. postanowienia Sądu Rejonowego w Nowym Tomyślu oraz przedmiotowego orzeczenia Sądu Okręgowego w Poznaniu, niezwłocznie po jego uzyskaniu z ww. Sądu. Ponadto, Spółka zmieniła treść § 6 ust. 6 wzorca umowy poprzez zastąpienie pierwotnego postanowienia zapisem o treści: „Zwrot towaru może nastąpić za pośrednictwem poczty, kuriera albo bezpośrednio w Biurze Handlowym Sprzedającego za pokwitowaniem, w godzinach pracy biura, po uprzednim telefonicznym uzgodnieniu terminu”. Zmodyfikowany wzorzec Przedsiębiorca wprowadził do obrotu z konsumentami w dniu 15 lipca 2011 r.

Spółka nie odniosła się natomiast do zarzutu dotyczącego zamieszczenia we wzorcu oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa błędnej podstawy prawnej do skorzystania z ww. uprawnień.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.), pismem z dnia 06 października 2011r. Przedsiębiorca został poinformowany o możliwości zapoznania się z materiałem dowodowym i wypowiedzenia się co do zebranych materiałów i dowodów zgromadzonych w aktach sprawy. Z uprawnień tego Przedsiębiorca skorzystał w dniu 13 października 2011 r.

Pismem z dnia 17 października 2011 r. pełnomocnik Spółki podtrzymał swoje dotychczasowe stanowisko, kwestionując tożsamość postanowienia zawartego w § 5 ust. 6 wzorca umowy sprzedaży oraz przesyłając odpis sentencji postanowienia Sądu Rejonowego w Nowym Tomyślu z dnia 17 czerwca 2011 r. (sygn. akt...).

### **Prezes Urzędu ustalił co następuje:**

HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku jest przedsiębiorcą zarejestrowanym w Sądzie Rejonowym Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000330219 i prowadzi działalność gospodarczą w zakresie m.in. produkcji leków i pozostałych wyrobów farmaceutycznych, produkcji podstawowych substancji farmaceutycznych oraz hurtowej sprzedaży wyrobów farmaceutycznych.

Przedmiotem faktycznie prowadzonej działalności Przedsiębiorcy jest m.in. sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami. W ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, zajmuje się sprzedażą poza lokalem przedsiębiorstwa sprzętu medycznego i rehabilitacyjnego (urządzenia masujące) m.in.: maty, okulary, zagłówki i poduszki.

Przedsiębiorca w ramach organizowanych przez siebie pokazów na terenie całego kraju zawiera z konsumentami umowy sprzedaży ww. wyrobów. W 2010 r. Przedsiębiorca zawarł łącznie [...] umów sprzedaży swoich wyrobów, od których w [...] przypadkach konsumenci odstąpili. W 2011 r. Przedsiębiorca zawarł łącznie [...] umów sprzedaży. W okresie od 01 stycznia 2010 r. do 16 czerwca 2011 r. konsumenci [...] razy zwrócili do Spółki zakupiony towar. Na ww. liczbę odstąpień [...] przypadków dotyczyło sytuacji, w której konsumenci zwrócili zakupiony towar za pośrednictwem poczty, zaś jedynie w [...] przypadkach towar ten zwrócono osobiście w siedzibie Spółki.

Przedsiębiorca zawiera umowy sprzedaży w oparciu o dwustronicowy wzorzec ww. umowy. Na pierwszej stronie analizowanego wzorca, obok oznaczenia Przedsiębiorcy i jego danych adresowych znajdują się dane osobowe klienta oraz tabela ze specyfikacją zakupywanego towaru. Poniżej tabeli Spółka zamieściła deklarację klienta odnośnie wyboru sposobu płatności, przewidując trzy możliwości: zapłatę w całości, zapłatę całości ceny w odroczonym terminie oraz zakupu towaru na raty na podstawie umowy kredytowej zawartej ze współpracującymi z Przedsiębiorcą podmiotami. Pod ww. deklaracją zamieszczono informację o wydaniu konsumentowi towaru. U dołu strony umowę podpisuje przedstawiciel handlowy Spółki oraz klient, deklarując równocześnie, czy otrzymał towar w dniu podpisania przedmiotowej umowy. Treść ogółu praw i obowiązków kontrahentów Przedsiębiorcy, Spółka zamieściła na odwrocie przedmiotowego dokumentu. Podpisując umowę sprzedaży, klient potwierdza zapoznanie się z ww. warunkami własnoręcznym podpisem. W treści ogólnych warunków umowy, Przedsiębiorca informuje konsumenta, który nie otrzymał zakupionego w dniu pokazu towaru o tym, że zostanie on dostarczony w terminie maksymalnie 21 dni od podpisania tej umowy za pośrednictwem poczty. Udziela także kupującemu gwarancji jakości na okres 24 miesiące od dnia wydania konsumentowi towaru. Uprawnienia wynikające z doręczanej stronie karty gwarancyjnej nie wyłączają uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową. Ogólne warunki umowy szczegółowo określają również sposób zapłaty ceny oraz konsekwencje niedotrzymania przez kontrahenta ustalonych terminów płatności. W dalszej części analizowanego dokumentu, Przedsiębiorca określa procedurę windykacyjną stosowaną w przypadku opóźnienia w dokonywaniu płatności. Mocą przedmiotowych postanowień Spółka zobowiązuje się do listownego lub telefonicznego powiadomienia o zadłużeniu, szacując, że koszt każdej przeprowadzonej rozmowy wynosi 15 zł, a wysłania listu poleconego 20 zł oraz ograniczając maksymalną wysokość ww. działań windykacyjnych do wysokości 150 zł. Przedsiębiorca zastrzega sobie również karę umowną na wypadek pozostawiania konsumenta w zwłoce z zapłatą co najmniej dwóch rat. Przewiduje również prowadzenie windykacji terenowej na koszt dłużnika, w przypadku gdy zadłużenie przekroczy wysokość trzech rat, szacując, iż koszt tego typu windykacji nie może przekroczyć jednorazowo 300 zł. Dodatkowo Przedsiębiorca zabezpiecza wykonanie umowy sprzedaży wekslem *in blanco*. W dalszej części ogólnych warunków umowy, Spółka wyłącza swoją odpowiedzialność za wszelkie ustalenia ustne poczynione między kupującym a przedstawicielem handlowym, pozostające w sprzeczności z treścią zawartej umowy. W postanowieniach końcowych, Przedsiębiorca informuje konsumenta o przetwarzaniu jego danych osobowych. poucza również o konieczności powiadomienia Spółki o zmianie adresu zamieszkania, nazwiska i miejsca pracy, pod rygorem uznania za skutecznie doręczoną przesyłki wysłanej na dotychczasowy adres. Spółka informuje także o prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz obowiązkach konsumenta wynikających z realizacji ww. uprawnień. Kupujący poświadczą również, iż otrzymał specjalny druk ze wzorem oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Na wypadek zaistnienia pomiędzy kontrahentami sporu na tle przedmiotowej umowy, Spółka zastrzega właściwy miejscowo sąd, który rozpozna sprawę.

Spółka wręcza również wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy, który ma postać formularza z miejscami do wypełnienia. W treści ww. formularza Przedsiębiorca jako podstawę ww. uprawnień wskazał art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Ustalono ponadto, że Spółka, w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, zawarła w dniu 21 grudnia 2009 r. z Kredyt Bankiem S.A. z siedzibą w Warszawie umowę o współpracy w zakresie organizacji finansowania sprzedaży kredytem bankowym. Z treści ww. umowy wynika, iż Przedsiębiorcy powierzono wykonywanie czynności faktycznych związanych z działalnością bankową w zakresie sprzedaży ratalnej oferowanych przez Spółkę

towarów. Do obowiązków Przedsiębiorcy należy m.in. gromadzenie i przekazywanie informacji i dokumentów niezbędnych do podjęcia przez Kredyt Bank S.A. decyzji związanych z udzieleniem kredytu, w tym w szczególności sporządzenie projektu umowy kredytowej na specjalnych drukach firmowych banku kredytującego. Zgodnie z przedmiotową umową, upoważnieni pracownicy zobligowani są do poinformowania klienta o możliwości, terminie i miejscu odstąpienia od umowy kredytu zawartej w celu sfinansowania zakupu wyrobów relaksacyjnych. Przedsiębiorca zawarł również umowę współpracy w zakresie organizacji finansowania sprzedaży kredytem bankowym z Lukas Bankiem S.A. z siedzibą we Wrocławiu, na mocy której powierzono Przedsiębiorcy wykonywanie czynności faktycznych związanych z działalnością bankową w zakresie organizacji finansowania kredytem bankowym sprzedaży asortymentu produktów znajdujących się w ofercie handlowej Przedsiębiorcy. Nadto, w przypadku odmowy udzielenia konsumentowi przez ww. Banki kredytu ratalnego, Przedsiębiorca umożliwi rozłożenie płatności na raty płatne bezpośrednio na jego rachunek bankowy.

Przedsiębiorca pozyskuje nowych klientów za pomocą rozpowszechnianych przez siebie zaproszeń na specjalne pokazy akwizycyjne oraz tzw. kart spotkań wypełnianych przez osoby obecne na prezentacjach oferowanych przez Spółkę urzędzeń. Ww. zaproszenie stanowi dwustronicową ofertę Przedsiębiorcy, w której prezentuje on wyroby relaksacyjne takie jak poduszka masująca sziatzu, maseczka żelowa, okulary masujące, fotel masujący czy mata masująca z pasem. W treści przedmiotowego zaproszenia Spółka zaprasza na bezpłatne masaże ww. urządzeniami, wskazując termin i adres najbliższego spotkania akwizycyjnego. Przedsiębiorca jest również w trakcie budowy swojej strony internetowej pod adresem: [www.harmedy.eu](http://www.harmedy.eu)

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

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Przedsiębiorcy. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie wyżej opisana przesłanka została spełniona, istnieje możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Przepis art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22<sup>1</sup> k.c. w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. z przepisami określonych aktów prawnych oraz z zasadami współzycia społecznego i dobrymi obyczajami. 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:

- A) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- B) działanie to jest bezprawne;
- C) działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

## **A)**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy. Zgodnie z jej art. 4 pkt 1, pod pojęciem tym należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1905 ze zm.) oraz: 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 działalności gospodarczej, b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2 – na potrzeby przepisów dotyczących (...) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (trzeci człon definicji przedsiębiorcy zawartej w art. 4 pkt 1 uokik [lit. c]) znajduje zastosowanie wyłącznie w postępowaniach w sprawach koncentracji). Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, przedsiębiorcą w jej rozumieniu jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej).

HARMEDY Sp. z o.o. z siedzibą w Buku jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą m.in. produkcji urządzeń, instrumentów medycznych oraz wyrobów, produkcji i sprzedaży detalicznej artykułów użytku domowego. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powołanego powyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. 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.

## **B)**

Bezprawność, do której odwołuje się ustawodawca, tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z prawem. Stanowisko takie znajduje też oparcie w uzasadnieniu rządowego projektu ustawy nowelizacyjnej z dnia 5 lipca 2002 r. (Dz. U. Nr 129, poz. 1102), która wprowadziła do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z którym „same przepisy art. 23a – 23d ustawy nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, także zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.” Pogląd ten mimo, iż odnosi się do poprzednio obowiązujących przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 15 grudnia 2000 r., pozostaje nadal aktualny. Pojęcie „porządek prawny” obejmuje zatem nakazy i



zakazy wynikające z normy prawnej, a także nakazy i zakazy wynikające z norm moralnych i obyczajowych określanych, jako zasady współżycia społecznego. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Przy jej ocenie rozważyć należy każdorazowo kwestię, czy czyn sprawcy był zgodny, czy też niezgodny z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego - jako reguły postępowania wyznaczone przez nakazy i zakazy wynikające z norm prawa pozytywnego (w szczególności prawa cywilnego, karnego, administracyjnego, pracy, finansowego, ustaw i aktów prawnych regulujących poszczególne dziedziny gospodarki, itp.) oraz nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego, czyli tzw. dobre obyczaje (por.: G. Bieniek, Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga III. Zobowiązania. Tom I, Warszawa 2006, także Lex Polonica). O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego (uzasadnienie do I PKN 267/2001 wyrok Sądu Najwyższego – Izba Administracyjna – Lex Polonica).

Sąd Najwyższy wskazał, że o bezprawności działania można mówić wówczas, gdy nie zachodzi żadna ze szczególnych okoliczności usprawiedliwiających określone działanie, tj. działanie dozwolone przez obowiązujące przepisy, wykonywanie prawa podmiotowego, zgoda pokrzywdzonego lub działanie w obronie uzasadnionego interesu (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19.10.1989 r. II CR 419/89 OSP 1990/11-12 poz. 377).

W art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten wymienia między innymi stosowanie we wzorcach umów niedozwolonych postanowień umownych oraz nieuczciwe praktyki rynkowe naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie należy ocenić jako bezprawne, gdy przedsiębiorcy podejmują działania sprzeczne z ustawą lub nie wykonują obowiązków, które na nich ciąży.

### C)

Przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości, rozumianej jako nieokreślonej i nieograniczonej grupy podmiotów, których nie da się zidentyfikować. 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 tzn. aktualnych i przyszłych klientów HARMEDY Sp. z o.o., który swoją ofertę sprzedaży kieruje do znacznej, nieokreślonej liczby konsumentów. Potencjalnie wszyscy odbiorcy oferty Przedsiębiorcy (nieograniczona grupa konsumentów) zostali dotknięci przedmiotowymi naruszeniami.

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 (patrz: M. Szydło, „Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów”, *Monitor Prawniczy* 2004/17/791). Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu gospodarczego konsumentów przede wszystkim poprzez udzielanie konsumentom wprowadzającej w błąd informacji, co mogło skutkować podjęciem przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której nie podjąłby w innych warunkach. W niniejszej sprawie zasadnym jest również uwzględnienie szerszej postaci interesu konsumentów, tj. prawa do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Według E. Łętowskiej, *należy tu też uwzględnić nienygodę organizacyjną, mitręę, stratę czasu, nierzetelność traktowania, wprowadzenie w błąd, a także naruszenie prywatności* (Prawo Umów Konsumentckich, wydanie 2, Warszawa 2002 r., str. 341). Działanie HARMEDY Sp. z o. o. godzi bowiem w podstawowe prawo konsumentów, jakim jest prawo do rzetelnej i prawdziwej informacji, której konsument może oczekiwać od przekazu profesjonalisty.

#### 1.

W toku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu zakwestionował m.in. stosowanie we wzorcu o nazwie „umowa sprzedaży” niedozwolonych postanowień umownych.

Rozważając kwestię bezprawności ww. zachowania Przedsiębiorcy, zwrócić należy uwagę, iż Prezes Urzędu może stwierdzić stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów także w odniesieniu do przedsiębiorcy, który nie był stroną postępowania sądowego zakończonego wpisaniem danej klauzuli do rejestru niedozwolonych postanowień umownych. Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 grudnia 2005r. sygn. akt VI ACa 760/05 podkreślił, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest posługiwanie się postanowieniem wpisanym do rejestru w oderwaniu od zagadnienia, czy wpis do rejestru powstał w związku ze stosowaniem wzorca umowy przez podmiot, co do którego bada się stosowanie praktyki. Naruszenie interesów konsumentów może nastąpić, jak wskazał Sąd, w wyniku działań podmiotów, które stosują klauzule abuzywne już wpisane do rejestru, przy czym wpis taki związany był z działaniami innych przedsiębiorców. Z kolei w wyroku z dnia 25 maja 2005r. sygn. akt XVII Ama 46/04, Sąd Okręgowy w Warszawie- Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK) wyraził pogląd, że dla uznania określonej klauzuli za niedozwolone postanowienie umowne wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie klauzul powinien być bowiem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane

postanowienie. Jeśli więc cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną, oba zapisy można uznać za tożsame.

Przedstawione powyżej orzecznictwo potwierdza uchwała 7 sędziów Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006r. sygn. akt III SZP 3/2006, w której uznano, że *stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479<sup>1</sup> Kodeksu postępowania cywilnego, może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a<sup>1</sup>*. Odwołując się do argumentów o charakterze celowościowym oraz kierując się potrzebą zapewnienia skuteczności tego przepisu, Sąd Najwyższy podkreślił, że *praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów obejmuje również przypadki wprowadzenia jedynie zmian kosmetycznych, polegających na przestawieniu szyku wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru, która wywołuje takie same skutki godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej co wpisana do rejestru*.

Nie jest więc konieczna dokładna, literalna zbieżność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej. Niedozwolone będą również takie postanowienia umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, której treść zostanie ustalona w oparciu o jej wykładnię.

#### 1.a.

Zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, objął m.in. postanowienie o treści: „*W przypadku opóźnienia w dokonywaniu płatności firma Harmedy zobowiązuje się do telefonicznego lub listownego powiadomienia dłużnika o powstałej zaległości. Kosztami nierzyciel obciążą dłużnika. Umowny koszt windykacji telefonicznej wynosi 15 zł za każdą przeprowadzoną rozmowę, koszt wysłania korespondencji 20 zł od każdego wysłanego listu. Koszty windykacji telefonicznej i listownej nie mogą przekroczyć w sumie kwoty 150 zł*” (§ 5 ust. 6 umowy sprzedaży).

Ww. postanowienie, choć nie jest identyczne w brzmieniu i dotyczy odrębnej branży działalności gospodarczej, mieści się w hipotezie klauzuli uznanej za niedozwoloną na mocy wyroku SOKiK z dnia 6 sierpnia 2009r. sygn. akt XVII Amc 624/09, o treści: „*W przypadku nietykonania zobowiązań wynikających z niniejszej umowy kredytobiorca poniesie koszty związane z monitorowaniem kredytobiorcy: 1) telefoniczne upomnienie kredytobiorcy związane z nieterminową spłatą- 13 zł, 2) korespondencja kierowana do kredytobiorcy związana z nieterminową spłatą kredytu (zawiadomienie, upomnienie, prośba o dopłatę, wystawienie bankowego tytułu egzekucyjnego), za każde pismo. Opłatą za korespondencję kierowaną do poręczycieli bank obciąża dodatkowo kredytobiorców według tych samych stawek- 15 PLN, 3. wyjazd interwencyjny do kredytobiorcy- 50 zł*” (poz. 1796 rejestru). W uzasadnieniu ww. wyroku SOKiK orzekł, że brak określenia procedur, jakimi kieruje się bank przy podejmowaniu czynności związanych z dochodzeniem należności może prowadzić do dowolności jego działania w zakresie zasad, terminów czy częstotliwości korzystania z wymienionych środków, co w konsekwencji może prowadzić do większego zadłużenia konsumenta. Sąd podkreślił, że brak regulacji w tym zakresie powoduje, że bank ma możliwość podejmowania działań, a tym samym naliczania ww. opłat według własnego uznania, bez zachowania określonej kolejności i terminów. Oznacza to również, że przedsiębiorca może podejmować równoległe kilka czynności

---

<sup>1</sup> w obowiązującej obecnie ustawie z dnia 16.02.2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów uregulowana została w art. 24.

windykujących lub w krótkich odstępach czasu, nie dając konsumentowi szansy na podjęcie odpowiednich działań w związku z otrzymanym monitem.

W konsekwencji, konsument może ponosić dodatkowe, znaczące i nieuzasadnione koszty. Jak zauważył SOKiK, treść tego postanowienia może wywoływać u konsumenta błędne przekonanie co do praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy zwłaszcza, że na podstawie wzorca konsument nie jest w stanie ustalić jakie w przypadku opóźnień w zapłacie środki podejmie bank, z jaką częstotliwością i w jakiej kolejności. W konsekwencji konsument nie ma pełnej wiedzy o rodzaju i wysokości opłat, które obowiązany będzie uiścić na wypadek opóźnienia.

W ocenie Prezesa Urzędu, brak określenia w kwestionowanym wzorcu umownym Spółki zasad obciążania konsumenta opłatami w przypadku nienależytego wykonywania przez konsumenta zobowiązań wynikających z umowy sprzedaży i procedur ich nakładania pozwala na uznanie, że kwestionowana klauzula mieści się w hipotezie ww. klauzuli wpisanej do rejestru.

#### 1.b.

Zastrzeżenia Prezesa Urzędu wzbudziło także postanowienie § 5 ust. 12 wzorca umowy sprzedaży, w świetle którego: *„Wszelkie dodatkowe ustalenia poczynione w formie ustnej pomiędzy Kupującym a Przedstawicielem Handlowym a będące w sprzeczności z treścią niniejszej umowy są nieważne i nie rodzą żadnych skutków prawnych”*. W ocenie Prezesa Urzędu, przedmiotowe postanowienie jest zbieżne w swych skutkach z postanowieniem wpisanym do rejestru niedozwolonych postanowień umownych w pozycji 261.

SOKiK wielokrotnie uznawał za niedozwolone klauzule, które w sposób niezgodny z prawem wyłączały lub istotnie ograniczały odpowiedzialność przedsiębiorcy w związku z działaniami (zaniechaniami) jego agentów (osób, którym powierzał wykonanie usługi). Wyrokiem z dnia 04 sierpnia 2004r. w sprawie o sygn. alt XVII Amc 40/03 SOKiK uznał za niedozwoloną klauzulę postanowienie o treści: *„Organizator nie ponosi odpowiedzialności z tytułu informacji udzielonych przez Agentów, a odbiegających od określonych niniejszymi warunkami postanowień. Ponadto organizator nie ponosi odpowiedzialności za udzielone przez Agentów informacje sprzeczne z treścią katalogów i biuletynów informacyjnych, zawierających aktualną ofertę Organizatora”*. Ww. postanowienie zostało wpisane do rejestru niedozwolonych w dniu 22 lutego 2005 r. w pozycji 261.

Oba porównywane postanowienia, choć regulujące stosunki prawne w dwóch różnych branżach: sprzedaży konsumenckiej i turystyce, pozostają sprzeczne z art. 385<sup>3</sup> pkt 2 w zw. z art. 474 Kodeksu cywilnego. Przedmiotowe postanowienia ograniczają bowiem odpowiedzialność Przedsiębiorcy za działania osób, którymi posługuje się on przy zawieraniu umów i ewentualnym ich wykonywaniu. Tymczasem, zgodnie z art. 474 Kodeksu cywilnego, dłużnik ponosi na zasadzie ryzyka odpowiedzialność za osoby, którym powierza wykonanie zobowiązania w całości lub części. Zatem, za działania „pomocników” przedsiębiorca odpowiada jak za własne działania. Odpowiada bowiem za niewykonanie lub nienależyte wykonanie przez osobę trzecią wszelkich obowiązków, jakie w związku z zawarciem określonej umowy na siebie przyjął (vide: orzeczenie Sądu Najwyższego z 19 lutego 1976 r., II CR 24/76, OSN 1976, Nr 12, poz. 267). Podkreślić przy tym należy, iż kwestia ewentualnej odpowiedzialności przedstawicieli (reprezentantów czy agentów) względem Przedsiębiorcy wynikająca z wiążących ich umów współpracy czy zlecenia, pozostaje poza zainteresowaniem potencjalnych klientów, należy bowiem do wewnętrznych relacji przedsiębiorców i nie ma żadnego wpływu na zasady i zakres odpowiedzialności Przedsiębiorcy jako sprzedawcy względem klientów.

Z tych samych względów za niedozwolone uznane zostało, wyrokiem z dnia 24 listopada 2004r. sygn. akt XVII Amc 119/03, postanowienie w brzmieniu: *MAZUR POL wyłącza swoją odpowiedzialność z tytułu informacji udzielonych przez akwizytorów i pośredników dotyczących warunków a odbiegających od niniejszych postanowień* (pozycja 308 rejestru).

W ocenie Prezesa Urzędu, analizowane postanowienia zmierzają do wprowadzenia konsumentów w błąd co do osoby, którą obciąża odpowiedzialność za niewykonanie bądź nienależyte wykonanie umowy oraz zakresu jej odpowiedzialności. Ww. postanowienia wyczerpują zatem przesłanki niedozwolonego postanowienia umownego, określonego w art. 385<sup>3</sup> pkt 2 Kodeksu cywilnego.

Wskazać należy, iż wyłączenie odpowiedzialności Przedsiębiorcy za informacje udzielane przez jego przedstawicieli i poczynione z nimi ustalenia ma szczególnie wymiar zwłaszcza przy organizowaniu sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa. Zważyć należy, iż to właśnie reprezentant Przedsiębiorcy jest jedyną osobą, z którą klient ma kontakt podczas pokazu. To on udziela konsumentowi wszelkich informacji dotyczących nabywanego towaru, a także warunków samej transakcji. Konsument nie ma faktycznej możliwości zweryfikowania prawdziwości twierdzeń takiego przedstawiciela handlowego.

Zdaniem Prezesa Urzędu, kwestionowane postanowienie mieści się w hipotezach ww. klauzul abuzywnych. Pomimo różnic w treści wywołują one tożsame skutki prawne, ponieważ prowadzą do wyłączenia, w sposób sprzeczny z prawem, odpowiedzialności Przedsiębiorcy za działania osób, które działając na jego rzecz zawierają umowy z konsumentami.

#### 1.c.

Przesłanki niedozwolonego postanowienia umowy, o którym mowa w art. 385<sup>3</sup> pkt 9 Kodeksu cywilnego, spełnia, zdaniem Prezesa Urzędu, postanowienie o treści: *„Kupujący zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić firmę Harmedy o zmianie nazwiska, adresu miejsca pracy, zamieszkania pod rygorem odpowiedzialności za powstałą szkodę. Pisma nie odebrane z powodu zmiany adresu bez powiadomienia firmy Harmedy będą zostawiane w aktach ze skutkiem doręczenia”* (§ 6 ust. 2 umowy sprzedaży).

Postanowienie to jest tożsame z klauzulą uznaną za niedozwoloną wyrokiem SOKiK z dnia 16 kwietnia 2007r, sygn. akt XVII Amc 43/06 i wpisaną następnie do rejestru niedozwolonych postanowień umownych w pozycji 1207. Zgodnie z sentencją ww. wyroku, niedozwolone są postanowienia o treści: *W przypadku zmiany adresu każda ze stron zobowiązana jest niezwłocznie pisemnie powiadomić o tym drugą stronę. W przypadku nie powiadomienia o zmianie adresu, korespondencja kierowana na ostatni znany adres będzie uznawana za skutecznie doręczoną.* W ocenie Prezesa Urzędu, nie może budzić także wątpliwości tożsamość tego postanowienia z klauzulą o treści: *Oświadczenia i zawiadomienia Activ Investment przesłane kupującemu na podany adres do korespondencji uważa się za skutecznie doręczone. Kupujący zobowiązany jest w trakcie trwania niniejszej umowy do natychmiastowego zawiadomienia Activ Investment o każdej zmianie adresu swego zamieszkania, pod rygorem uznania za skutecznie doręczone oświadczeń i zawiadomień Activ Investment przesłanych kupującemu na adres wskazany w niniejszej umowie* (klauzula wpisana do rejestru w pozycji 1482, na podstawie wyroku SOKiK z dnia 20 maja 2008r. sygn. akt XVII Amc 107/07).

Stosownie do art. 61 Kodeksu cywilnego, oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią. W ocenie Prezesa Urzędu, ww. postanowienie pozwala Przedsiębiorcy na dokonanie wiążącej interpretacji umowy w zakresie uznania, że doszło do skutecznego doręczenia skierowanych do konsumenta oświadczeń Przedsiębiorcy, w przypadku zmiany adresu

konsumenta wskazanego w umowie. W sytuacji opisanej w zakwestionowanym postanowieniu, konsument może zostać pozbawiony możliwości rzeczywistego zapoznania się z oświadczeniem woli Przedsiębiorcy, a jednocześnie narażony będzie na jego skutki.

#### 1.d.

W toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu zakwestionował również postanowienie zawarte w § 6 ust. 8 w stosowanym przez Przedsiębiorcę wzorcu umowy sprzedaży, w myśl którego: „*Sądem właściwym do rozstrzygnięcia ewentualnych sporów wynikających z realizacji niniejszej umowy, jest zgodnie z art. 34 kpc w zw. z art. 454 kc Sąd miejsca wykonania umowy. W przypadku świadczenia na rachunek bankowy Sprzedającego będzie to Sąd właściwy dla miasta Opalenica bowiem rachunek bankowy na który zgodnie z umową Kupujący zobowiązany jest uiścić kwotę znajduje się w BZ WBK S.A., O/Opalenica*”.

Interpretacja stosowanego przez Przedsiębiorcę postanowienia prowadzi do wniosku, że mieści się ono w hipotezie klauzuli niedozwolonej wpisanej w pozycji: 1496 rejestru niedozwolonych postanowień umownych, kwestionującego właściwość miejscową sądu, wskazaną w przepisach kodeksu postępowania cywilnego.

Zgodnie z art. 27 k.p.c. powództwo wytacza się przed sąd I instancji, w którego okręgu pozwany ma miejsce zamieszkania. Z kolei zgodnie z art. 34 k.p.c. powództwo o ustalenie istnienia umowy, o jej wykonanie, rozwiązanie lub unieważnienie, jako też o odszkodowanie z powodu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy wytoczyć można przed sąd miejsca jej wykonania.

Wyrokiem z dnia 16 marca 2006r. sygn. akt XVII Amc 59/05, SOKiK uznał za niedozwolony zapis o treści: „*Właściwym do rozstrzygnięcia sporów wynikających z niniejszego regulaminu jest Sąd powszechny właściwy miejscowo dla miejsca zawarcia umowy*” (klauzula wpisana w dniu 10 września 2008 r. do rejestru niedozwolonych postanowień umownych w pozycji 1496).

Kwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienie § 6 ust. 8 analizowanego wzorca oraz przywołane powyżej niedozwolone postanowienie umowne narzucają rozpoznanie sprawy przez sąd, który w świetle przepisów kodeksu postępowania cywilnego nie jest wyłącznie właściwy miejscowo do rozpoznania ewentualnego sporu, a tym samym stanowią niedozwolone postanowienia umowne, o których mowa w art. 385<sup>3</sup> pkt 23 Kodeksu cywilnego. Za niezgodne z ww. przepisem uznaje się bowiem postanowienia, które nie tylko wyłączają właściwość sądu wyznaczonego według przepisów Kodeksu postępowania cywilnego w ogóle, ale też te, które ograniczają zakres możliwości przewidzianych w tej ustawie, w wyniku czego sytuacja konsumentów ulega pogorszeniu. W omawianym przypadku postanowienie wzorca umowy wyłącza możliwość zastosowania przemiennej właściwości miejscowej sądu, gdyż pozbawia konsumentów prawa do rozpoznania ewentualnego sporu przez sąd właściwy według miejsca wykonania świadczenia niepieniężnego, które jest tożsame z miejscem zamieszkania klienta. Klauzula stosowana przez Przedsiębiorcę może więc godzić w interesy konsumentów mających miejsce zamieszkania poza Bukiem.

Należy podkreślić, że wszystkie umowy zawierane z konsumentami oparte były na wzorcu zawierającym ww. zakwestionowane klauzule. Należy zatem przyjąć, że skutkami jej stosowania objęci byli wszyscy klienci firmy HARMEDY Sp. z o.o. w Buku. Spełniona zatem została przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

## 2.

W świetle art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy mające postać nieuczciwej praktyki rynkowej.

Zgodnie z art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (zwaną dalej ustawą o p.n.p.r.), stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Celem wykazania, iż przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest również stwierdzenie, iż zarzucane mu zachowanie mieści się w pojęciu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 cyt. ustawy. 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.

Ustawa o p.n.p.r dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na nieuczciwe praktyki rynkowe zakazane w każdych okolicznościach oraz praktyki rynkowe zakazane po spełnieniu przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 tej ustawy, tj. klauzuli generalnej. Przepis art. 4 ust. 1 ustawy o p.n.p.r. stanowi, iż 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, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Pod pojęciem „sprzeczności z dobrymi obyczajami” na gruncie przedmiotowej ustawy należy rozumieć swego rodzaju klauzulę rzetelności, oznaczającą zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia zachowania konsumenta na rynku poprzez brak rzetelnego informowania go o istotnych cechach produktu. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W wyroku z dnia 23 lutego 2006r., sygn. akt XVII Ama 118/04, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, iż w stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami Sąd uznał działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.

Podkreślić przy tym należy, iż ustawa o p.n.p.r. posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta, w odniesieniu do którego powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie Przedsiębiorcy powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 omawianej ustawy, za przeciętnego konsumenta uważa się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów. Taki konsument posiada określony zasób informacji o otaczającej go rzeczywistości i potrafi go wykorzystać dokonując analizy przekazów rynkowych. Jest to konsument sceptyczny wobec kierowanych do niego praktyk rynkowych, który umiejętnie korzysta ze stworzonych możliwości

wyboru. Podnieść jednocześnie należy, iż orzecznictwo Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości wskazuje na konieczność odniesienia powyższych cech przeciętnego konsumenta do produktu, do którego odnosi się dana praktyka rynkowa (wyrok ETS z dnia 22 czerwca 1999r., C-342/97, wyrok ETS w sprawie Gurt Springenheide i Tusky C-210/96). Europejski Trybunał Sprawiedliwości wskazał m.in., iż charakter odróżniający znak towarowy należy oceniać w odniesieniu do przypuszczalnego sposobu postrzegania go przez właściwie poinformowanego oraz dostatecznie uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta danej kategorii towarów i usług ( wyrok ETS z dnia 7 lipca 2005 r., C-353/03). Podkreślić należy, że niniejszy test przeciętnego konsumenta jest testem dynamicznym, tzn. nakazuje on dokonywać oceny „przeciętnego konsumenta” z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy w sytuacji, gdy praktyki rynkowe kierowane są do określonej zbiorowości (tzw. segmentacja konsumentów np. dzieci, osoby starsze czy osoby niepełnosprawne). Taki pogląd znalazł również uznanie w orzecznictwie polskich sądów. I tak Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 3 grudnia 2003 roku wskazał, iż sama wysokość ceny nabywanego samochodu wyklucza potraktowanie nabywcy jako nieostrożnego konsumenta bezkrytycznie odnoszącego się do haseł reklamowych i nie posiadającego podstawowych informacji, gdyż polski odbiorca reklamy w tym segmencie rynku samochodowego posiadał już umiejętność odczytywania informacji reklamowych (wyrok z dnia 3 grudnia 2003r. sygn. akt I CK 358/02). Podobnie w wyroku z dnia 6 grudnia 2007 roku Sąd Apelacyjny w Warszawie stwierdził, iż do kręgu adresatów reklamy „tanich linii” lotniczych należy zaliczyć osoby wykształcone, posiadające zasób wiedzy i doświadczenia życiowego w zakresie funkcjonowania takiego rodzaju przedsiębiorców w tym zakupu biletów online, co odróżnia ich od osób należących do kręgu przeciętnych konsumentów (sygn. akt VI ACa 842/07).

Przenosząc powyższe uwagi na grunt niniejszej sprawy podnieść należy, iż charakter prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności gospodarczej, jak i rodzaj sprzedawanych przez niego produktów, wskazuje na fakt, że ww. oferta nie była kierowana do jakiejś określonej, dającej się wyodrębnić grupy konsumentów. Niemniej jednak sprzedawane przez Przedsiębiorcę produkty przeznaczone były głównie dla osób z chorobami krążenia, bólami odcinka lędźwiowego, rwą kulszową, dyskopatią, reumatyzmem itp., a więc docelowymi nabywcami kwestionowanych produktów miały być przede wszystkim osoby dotknięte ww. chorobami. Biorąc jednak pod uwagę fakt, iż w pokazach akwizycyjnych uczestniczą również osoby zdrowe, konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Będzie to zatem konsument dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych – charakterystycznych dla osób zawierających umowy poza siedzibą przedsiębiorstwa.

## 2.a.

W toku postępowania Przedsiębiorcy zarzucono stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej określonej w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 u.p.n.p.r. W świetle przywołanego przepisu za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd uznaje się działanie, które w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Ustawodawca wymienia w szczególności działanie polegające na wprowadzającym w błąd informowaniu o przysługujących konsumentowi prawach, w tym m.in. prawa do odstąpienia od umowy.

Podkreślić należy, iż prawo konsumenta do odstąpienia od umowy jest szczególnym prawem przysługującym konsumentowi, które stanowi równocześnie wyjątek od zasady *pacta sunt*



*servanda* obowiązującej na gruncie prawa zobowiązań. W przypadku zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, zgodnie z brzmieniem art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, konsument ma prawo do odstąpienia od umowy, bez podania przyczyn, w terminie 10 dni od dnia jej zawarcia. Przedmiotowe pouczenie powinno zostać przekazane konsumentowi na piśmie przed zawarciem umowy, a nadto winno ono zawierać termin do złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Przedsiębiorca winien również wręczyć konsumentowi wzór takiego oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W niniejszej sprawie, choć Spółka informuje we wzorcu umowy sprzedaży o uprawnieniu do odstąpienia od umowy, wręcza jednak konsumentom wzorec takiego oświadczenia, w treści którego błędnie przytacza jego podstawę prawną wskazując, że powyższe uprawnienie wynika bezpośrednio z treści art. 7 ust. 1 cyt. ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Tymczasem, przywołana przez Przedsiębiorcę podstawa prawna dotyczy umów zawieranych na odległość tj. bez jednoczesnej obecności obu stron i przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość. Choć na pozór oba typy uprawnień do odstąpienia od umów (zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa czy też zawartej na odległość) wydają się tożsame, ich stosowanie w praktyce rodzi zasadniczo różne skutki prawne dla konsumenta.

Po pierwsze, od uznania tego, czy mamy do czynienia z umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa czy na odległość, zależy ustalenie chwili, od której rozpoczyna bieg dziesięciodniowy termin do odstąpienia od umowy. W przypadku umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa ww. termin rozpoczyna swój bieg od dnia zawarcia umowy. Z kolei, w przypadku umowy zawartej na odległość, termin ten liczy się od dnia wydania rzeczy, a tylko w przypadku świadczenia usług od dnia zawarcia umowy. Przenosząc powyższe na grunt przedmiotowej sprawy, stwierdzić należy, iż w przypadku, gdy do zawarcia umowy dojdzie na pokazie akwizycyjnym, konsument ma, zgodnie z art. 2 ust. 1 cyt. powyżej ustawy, 10 dni na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy począwszy od dnia jej zawarcia. Z kolei przyjęcie metody obliczania terminu do złożenia przedmiotowego oświadczenia właściwej dla umów zawartych na odległość, a wskazanej w podstawie prawnej wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, prowadziłoby do sytuacji, w której konsumentowi, który nie otrzymał bezpośrednio po pokazie i zawarciu umowy sprzedaży zakupionego towaru przysługiwałoby ww. uprawnienie w terminie 10 dni od wydania tego towaru. Konsument pozostawałby więc w błędzie co do terminu przysługującego mu uprawnienia, a w konsekwencji mógł złożyć takie oświadczenie po upływie ustawowego terminu. Przedmiotowa sytuacja nie jest sytuacją czysto hipotetyczną. W praktyce, bardzo często zdarzają się bowiem sytuacje, w których konsument otrzymuje zakupiony towar dopiero w kilka dni od daty zawarcia umowy. Chodzi więc o sytuacje, w których konsument zapoznaje się z wzorcowym modelem danego produktu na pokazie akwizycyjnym i decydując się na jego zakup, wyraża jednocześnie zgodę na jego doręczenie w terminie późniejszym. W takim wypadku, w świetle art. 2 cyt. ustawy, nie można przyjąć, że termin na odstąpienie od umowy liczy się od dnia wydania rzeczy. W doktrynie podkreśla się, że nieuprawnione jest w takim wypadku porównywanie tego typu umowy z umową zawieraną na odległość (vide: Magdalena Olczyk, Komentarz do art. 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, Lex/El. 2004). Chociaż konsument nie otrzymuje produktu od razu, jest w stanie zapoznać się z jego właściwościami w chwili prezentowania produktu przez sprzedawcę. Przy umowach zawieranych na odległość takiej możliwości nie ma, poza tym, że może obejrzeć produkt np. na zdjęciu.

Po drugie, w obu typach umów różne są skutki braku pouczenia konsumenta o przysługującym mu uprawnieniu do odstąpienia od umowy i niewręczenia mu wzoru takiego oświadczenia. W przypadku umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, konsument może odstąpić od umowy w terminie 10 dni od dnia, w którym, dowiedział się o istnieniu takiego

uprawnienia, nie później jednak niż 3 miesiące od dnia zawarcia umowy. Tymczasem, w przypadku umowy zawartej na odległość, gdy przedsiębiorca nie udzielił informacji o przysługującym konsumentowi prawie do odstąpienia od umowy, wtedy odpowiednie zastosowanie ma art. 10 ust. 3 cyt. ustawy, zgodnie z którym termin ten zasadniczo wynosi 3 miesiące od dnia wydania rzeczy.

Po trzecie, inne są katalogi wyłączeń umów, do których nie stosuje się przepisów o umowach zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Inna również jest regulacja w zakresie kosztów związanych ze zwrotem towaru, jakimi może obciążyć przedsiębiorca konsumenta w razie odstąpienia od umowy. W przypadku bowiem umowy zawartej na odległość, gdy wykonanie zobowiązania jest niemożliwe, a konsument nie wyraża zgody na świadczenie zastępcze, ma on prawo odstąpić od umowy z jednoczesnym zastrzeżeniem, iż zwrot rzeczy następuje na koszt przedsiębiorcy. Takiego rozwiązania ustawodawca nie przewidział w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Wreszcie, różne są skutki prawne złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy w obu typach umów powiązanych z tzw. umowami pakietowymi. W przypadku bowiem umowy sprzedaży w systemie ratalnym zawartej na odległość, zgodnie z art. 13 ust. 2 ww. ustawy, oświadczenie konsumenta o odstąpieniu od umowy sprzedaży jest skuteczne także w odniesieniu do umowy kredytowej. Przy umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa podstawą do złożenia skutecznego odstąpienia od umowy kredytowej finansującej zakup określonego towaru jest art. 12 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 100, poz. 1081 ze zm.).

Wyspecyfikowanie przez ustawodawcę, w art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wśród elementów działań, które mogą wprowadzać w błąd odnośnie praw przysługujących konsumentom przesądza o ich kluczowej roli w podejmowaniu decyzji rynkowej konsumenta. Zgodnie z dominującym w doktrynie poglądem, odnoszącym się co prawda do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ale adekwatnym również na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, wystarczająca jest potencjalna możliwość wywołania błędu (vide: E. Nowińska, M. du Val, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, LexisNexis Warszawa 2001, s. 79). Dzieje się tak wtedy, gdy informacje towarzyszące sprzedaży określonego towaru czy usługi mogą wpłynąć na decyzję konsumenta, co do jej/jego nabycia. Oceny, czy dane działanie przedsiębiorcy wprowadza w błąd, należy dokonywać zawsze *ad casum*, biorąc pod uwagę wszystkie elementy praktyki rynkowej oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji (z uzasadnienia rządowego projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Nie ulega wątpliwości, iż udostępnianie konsumentom wzorca oświadczenia o odstąpieniu od umowy sprzedaży zawierającego błędną podstawę prawną, może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy sprzedaży. Konsument może bowiem sądzić, że uprawnienie do odstąpienia od umowy będzie mu przysługiwało od chwili, w której doręczono mu towar. W przypadku, gdy zakupione produkty dostarczane są do konsumenta kilka/kilkanaście, czy nawet kilkadziesiąt dni po pokazie akwizycyjnym, konsument może błędnie sądzić, że dopiero z tą chwilą rozpoczyna się bieg terminu do złożenia przedmiotowego oświadczenia. Może zatem pozostawać w błędzie, co do tego, iż do złożenia takiego oświadczenia niezbędne jest wydanie mu towaru. W konsekwencji może to oznaczać, że termin do skorzystania z uprawnienia do odstąpienia od umowy upłynie, zanim konsument otrzyma towar bądź zdecyduje się na skorzystanie z tego uprawnienia dopiero po jego otrzymaniu. Zważyć bowiem należy, iż Spółka zastrzega sobie możliwość doręczenia zakupionego towaru w terminie aż 21 dni od daty podpisania umowy. Kupując zatem towar, którego konsument nie otrzymuje bezpośrednio po pokazie, pozostaje on w błędnym przekonaniu, odnośnie terminu do skorzystania z omawianego uprawnienia. Sądzi więc, że ma dłuższy czas na przemyślenie zakupu i ewentualną rezygnację.

Należy podkreślić, że każdy konsument, który zawarł z Przedsiębiorcą umowę sprzedaży otrzymał wzorec oświadczenia o odstąpieniu, w treści którego błędnie przytoczono podstawę prawną. Należy zatem przyjąć, że skutkami jej stosowania objęci byli wszyscy klienci firmy HARMEDY Sp. z o.o. w Buku. Spełniona została zatem przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

## 2.b.

Zastrzeżenia Prezesa Urzędu wzbudziło postanowienie § 6 ust. 6 wzorca umowy sprzedaży o treści: „Zwrot towaru następuje wyłącznie w Biurze Handlowym sprzedającego za pokwitowaniem w godzinach pracy biura po uprzednim telefonicznym uzgodnieniu terminu”.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., zniekształcenie lub możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta może dotyczyć etapu przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Zgodnie z poglądem doktryny sprzeczne z dobrymi obyczajami są „działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania” (K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., s. 804). W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej traktowania kontrahenta, które wyklucza nakładanie na konsumenta nadmiernie uciążliwych obowiązków, które musi on wykonać w ramach realizacji prawa do odstąpienia od umowy. W odniesieniu do przedmiotowej sprawy, aby ocenić czy praktyka stosowana przez Przedsiębiorcę narusza dobre obyczaje związane ze skorzystaniem przez konsumenta z prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa należy wykazać, jakie postępowanie sprzedawcy można uznać za prawidłowe i uzasadnione. Oceny tej, należy dokonać w oparciu o utrwalone, wskazane wyżej dobre obyczaje kupieckie przy uwzględnieniu obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa, a w szczególności ustawy z dnia 02 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r., nr 22, poz. 271 ze zm.).

Zważyć należy, iż w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za produkt niebezpieczny ( w art. 2 ust. 3) ustawodawca określił, że w razie skorzystania przez konsumentów z uprawnienia do odstąpienia od umowy to, co strony świadczyły ulega zwrotowi w stanie niezmienionym. Zwrot ww. świadczeń powinien nastąpić niezwłocznie, nie później jednak niż w terminie czternastu dni. W przypadku, gdy konsument dokonał przedpłaty, przedsiębiorca zobowiązany jest zapłacić odsetki ustawowe od dnia przedpłaty. Ustawodawca przewidział zatem obowiązek *restitutio ad integrum*, czyli zwrotu wzajemnych świadczeń obu stron umowy. Analizowany przepis w żadnym jednak razie nie precyzuje sposobu dokonania zwrotu zakupionego towaru, a tym bardziej nie statuuje obowiązku osobistego zwrotu dostarczonych towarów do siedziby Przedsiębiorcy. Takie uregulowanie, zdaniem Prezesa Urzędu, może znacznie utrudniać albo wręcz uniemożliwiać skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia od umowy. Szczególną uwagę zwrócić należy na fakt, iż Przedsiębiorca prowadzi swoją działalność gospodarczą na terenie całego kraju, organizując w wielu miastach specjalne pokazy akwizycyjne, podczas których jego przedstawiciele zawierają z kontrahentami nowe umowy. Prezes Urzędu dysponuje odpisami umów zawartych m.in. we Wrocławiu, Gdańsku, Zambrowie, Olsztynie czy Sosnowcu. Nałożenie na konsumentów mających miejsce zamieszkania w ww. miastach obowiązku osobistego dostarczenia zwracanych towarów do biura handlowego Przedsiębiorcy w Opalenicy (pod Poznaniem) rodzi po ich stronie m.in. konieczność ponoszenia dodatkowych kosztów związanych ze zorganizowaniem podróży oraz problemy natury organizacyjnej, jak chociażby konieczność zwolnienia z pracy. Sporny zapis w bezprawny sposób ogranicza więc uprawnienie konsumenta wynikające z treści art. 2 ust. 3

ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za produkt niebezpieczny, uniemożliwiając mu dokonanie zwrotu zamówionego towaru w inny bardziej dogodny dla konsumenta sposób niż osobista wizyta w siedzibie Przedsiębiorcy.

Należy podkreślić, iż zgodnie z przepisami cyt. ustawy sprzedawca nie ma możliwości, jednostronnego ograniczenia dokonanego przez konsumenta wyboru sposobu zwrotu towaru w ramach realizacji instytucji *restitutio ad integrum*. W ocenie Prezesa Urzędu, postępowanie Przedsiębiorcy związane z ograniczeniem prawa zwrotu świadczenia wzajemnego w ramach realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy poprzez wskazanie, że jest on możliwy wyłącznie osobiście w siedzibie Przedsiębiorcy i to w uzgodnionych z nim godzinach, w istotny sposób odbiega także od przyjętej w tym zakresie praktyki. Tym samym, naruszone zostały odzwierciedlone w tej praktyce dobre obyczaje kupieckie, które wykształciły się w trakcie obowiązywania przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zdaniem Prezesa Urzędu, brak jest równocześnie racjonalnych przesłanek, z powodu których Przedsiębiorca mógłby odmówić konsumentowi zwrotu zakupionego towaru za pośrednictwem poczty, kuriera, czy innego upoważnionego podmiotu trzeciego.

W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętny konsument nie ma świadomości, iż działanie Spółki jest w rzeczywistości postępowaniem wbrew jego uprawnieniom wynikającym z dobrych obyczajów kupieckich. Ponadto, Przedsiębiorca naruszył prawo do rzetelnego traktowania konsumenta – jako partnera umowy, nakładając na niego nadmiernie uciążliwe obowiązki związane ze skorzystaniem z uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, wykraczające poza wskazany powyżej ustawowy zakres. W opinii Prezesa Urzędu, naruszenie dobrych obyczajów nastąpiło poprzez wykorzystanie przez Przedsiębiorcę silniejszej pozycji kontraktowej. Ma on bowiem świadomość, iż zamieszczenie postanowienia o zakwestionowanej treści we wzorcu umowy sprzedaży spowoduje, iż realizacja uprawnienia do odstąpienia od umowy będzie utrudniona, co w konsekwencji może skutkować rezygnacją ze skorzystania z przedmiotowego uprawnienia. Ostatecznie mogło to więc prowadzić do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, który w wyniku otrzymania błędnego pouczenia o sposobach realizacji prawa do odstąpienia od umowy sprzedaży, mógł wyciągnąć niewłaściwe wnioski odnośnie przysługujących mu uprawnień.

W toku postępowania Przedsiębiorca podniósł, że pomimo treści § 6 ust. 6 wzorca umowy sprzedaży, przyjmował zwroty zakupionych towarów za pośrednictwem Poczty Polskiej. Jak wynika z oświadczenia Przedsiębiorcy, na łączną liczbę odstąpień od umowy w 2011 r. – [...], aż w [...] przypadkach zwrot wyrobów odbywał się za pośrednictwem poczty.

Nie ulega jednak wątpliwości, że działanie Przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Przedmiotowa praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów, gdyż działania Przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta ww. Przedsiębiorcy.

### 3.

Zgodnie z treścią art. 27 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o zaniechaniu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania przedmiotowej praktyki. Zatem stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, a następnie zaniechanie jej stosowania w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających

zbiorowe interesy konsumentów, obliguje Prezesa Urzędu do wydania decyzji w trybie art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W niniejszym postępowaniu Spółka częściowo zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu wzorca umowy sprzedaży zawierającego postanowienia wpisane do rejestru postanowień umownych uznanych za niedozwolone. W szczególności Spółka wykreśliła z treści zmodyfikowanego wzorca umowy sprzedaży postanowienie § 5 ust. 12. Przedmiotową zmianę wprowadziła do obrotu z konsumentami w dniu 15 lipca 2011 r. Biorąc pod uwagę powyższe, na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowania przedmiotowej praktyki w wyżej opisanym zakresie (pkt 1 sentencji niniejszej decyzji).

Ustosunkowując się do treści zarzutów, Przedsiębiorca przedstawił również zmodyfikowaną wersję dotychczasowego § 6 ust. 2 wzorca umowy sprzedaży, o treści: „*Kupujący zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić firmę Harmedy o zmianie nazwiska oraz adresu zamieszkania pod rygorem odpowiedzialności za powstałą szkodę. Pisma nie odebrane z powodu zmiany adresu bez powiadomienia firmy Harmedy będą zostawiane w aktach ze skutkiem doręczenia*”, którą to zmianę Spółka wprowadziła do obrotu prawnego w dniu 15 lipca 2011 r. W ocenie Prezesa Urzędu, wprowadzona przez Spółkę zmiana ma charakter wyłącznie kosmetyczny i nie wyłącza abuzywności zakwestionowanego postanowienia. Przedsiębiorca ograniczył się wyłącznie do wykreślenia z treści analizowanego postanowienia obowiązku powiadomienia Spółki o zmianie miejsca zatrudnienia. Na mocy tego postanowienia, konsument w dalszym ciągu może zostać pozbawiony możliwości zapoznania się z oświadczeniem woli Przedsiębiorcy, a jednocześnie narażony będzie na jego skutki. Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu nakazał zaniechania stosowania przedmiotowej praktyki (pkt 2 sentencji niniejszej decyzji).

Oдноśnie postanowienia § 5 ust. 6 wzorca umowy sprzedaży, Przedsiębiorca podważył jego abuzywność. Wskazał, że koszty windykacyjne wymienione w ww. postanowieniu uznać należy za zwyczajowe i nienapuszające interesów konsumenta. W związku z powyższym Przedsiębiorca powielił zakwestionowane postanowienie w nowej wersji wzorca umowy sprzedaży. Wobec powyższego zachodziła konieczność orzeczenia, jak w pkt 2 sentencji niniejszej decyzji (pkt 2 sentencji niniejszej decyzji).

Ustosunkowując się do zarzutu abuzywności postanowienia zamieszczonego w § 6 ust. 8 wzorca umowy sprzedaży, narzucającego rozpoznanie ewentualnego sporu przez Sąd Rejonowy właściwy dla Opalenicy, Przedsiębiorca powołał się na orzeczenie Sądu Okręgowego w Poznaniu z dnia 17 czerwca 2011 r., w treści którego Sąd rzekomo potwierdził, iż zakwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienie nie jest zapisem niedozwolonym. Spółka przedłożyła jedynie odpisu sentencji ww. postanowienia. Prezes Urzędu nie miał zatem możliwości ustosunkowania się do powołanej okoliczności. Niemniej jednak, opierając się o przywołaną przy okazji omawiania przedmiotowego postanowienia klauzulę abuzywną, Prezes Urzędu stwierdził tożsamość obu porównywanych postanowień i orzekł jak w pkt 2 sentencji niniejszej decyzji.

W toku prowadzonego postępowania, Przedsiębiorca całkowicie pominął kwestię zarzutu dotyczącego wprowadzania konsumentów w błąd oдноśnie podstawy prawnej uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, a przywołanej w treści wzoru oświadczenia o odstąpieniu od ww. umowy doręczanego konsumentom przy zawarciu umowy. Zmieniając wzorzec umowy sprzedaży, nie przedłożył również poprawionego wzoru tego oświadczenia. Prezes Urzędu przyjął zatem, że Przedsiębiorca w dalszym ciągu stosuje w obrocie z konsumentami pierwotnie przedłożony wzorzec tego oświadczenia. Równocześnie podkreślić

należy, iż zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ciężar udowodnienia, iż zaniechano stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów spoczywa na Przedsiębiorcy. Przepis ten zakłada, iż to przedsiębiorca wywodzi korzystne dla siebie skutki prawne z udowodnienia okoliczności zaprzestania stosowania ww. praktyk. Jest on zatem zobowiązany do udowodnienia, że zaprzestał stosowania bezprawnej praktyki. Takie udowodnienie powinno nastąpić poprzez dostarczenie przez Spółkę Prezesowi Urzędu dokumentów, które pozwalają na jednoznaczne stwierdzenie zaniechania ww. praktyki. Warunkiem wydania decyzji stwierdzającej zaniechanie stosowania praktyki naruszającej zbiorowy interes konsumentów jest udowodnienie w sposób jednoznaczny i niebudzący wątpliwości do momentu wydania decyzji, że przedsiębiorca zaniechał jej stosowania. Podkreślić również należy, iż z art. 7 i art. 77 Kodeksu postępowania administracyjnego wynika, iż obowiązek wyczerpującego zebrania i rozpatrzenia całego materiału dowodowego ciąży na organie prowadzącym postępowanie administracyjne. „*Nie znaczy to, iż strona jest zwolniona od współdziałania w realizacji tego obowiązku, zwłaszcza gdy nieudowodnienie określonej czynności faktycznej może prowadzić do rezultatów niekorzystnych dla strony*” (wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 26.10.1984r., II S.A. 1205.84). Obowiązek poszukiwania dowodów ciąży zatem nie tylko na organie administracji, obarcza on także stronę, która zresztą, z reguły, w swym dobrze pojmowanym interesie, powinna wykazywać dbałość o przedstawienie środków dowodowych. Biorąc pod uwagę fakt, że podmiot gospodarczy reprezentowany przez profesjonalnego pełnomocnika nie przedstawił okoliczności jednoznacznie przesądzających o zaniechaniu stosowania przedmiotowej praktyki, a organ nie ma obowiązku wzywania przedsiębiorcy do złożenia dowodów ewentualnego zaprzestania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interes konsumentów, Prezes Urzędu był zobligowany do wydania decyzji na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i orzekł jak w pkt 3 sentencji decyzji.

Odnosnie zarzutu opisanego w pkt 4 sentencji niniejszej decyzji, Przedsiębiorca zmienił treść zakwestionowanego postanowienia, nadając mu brzmienie: „*Zwrot towaru może nastąpić za pośrednictwem poczty, kuriera albo bezpośrednio w Biurze Handlowym Sprzedającego za pokwitowaniem, w godzinach pracy biura po uprzednim telefonicznym uzgodnieniu terminu*”. Tym samym, Spółka zlikwidowała dotychczasowe ograniczenia w zakresie zwrotu towaru w przypadku skorzystania przez konsumenta z uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. dopuścił możliwość zwrotu świadczenia w inny, aniżeli osobista wizyta w biurze handlowym Spółki, sposób- bardziej dogodny dla konsumentów mających miejsce zamieszkania poza miejscowością, w której siedzibę ma Przedsiębiorca. Zmodyfikowany wzorzec umowy sprzedaży został wprowadzony do obrotu z konsumentami w dniu 15 lipca 2011 r. W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt 4 sentencji decyzji.

#### 4.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może w drodze decyzji nałożyć na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w rozumieniu art. 24 ustawy, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Z powołanego wyżej przepisu wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. Zatem o tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Zwrócić należy uwagę, iż przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 cyt. ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu winien uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej, wymieniając okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz skalę naruszenia, Prezes Urzędu uznał, że nałożenie kar pieniężnych na HARMEDY Sp. z o.o. jest w pełni uzasadnione.

Ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwoty bazowe, stanowiące podstawę do dalszych ustaleń wysokości kar, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonych w ten sposób kwot bazowych.

Przychód osiągnięty przez HARMEDY Sp. z o.o. w 2010 r. wyniósł [...] zł. Maksymalna kara pieniężna, która mogłaby zostać nałożona na Przedsiębiorcę to w przybliżeniu [...] zł.

#### 4.1.

W prowadzonym postępowaniu Spółce przypisano stosowanie 4 postanowień niedozwolonych. Choć żadnego z nich nie można zakwalifikować jako szczególnie dotkliwego dla konsumentów, to jednak naruszają one interesy konsumentów poprzez pozbawienie ich określonych uprawnień bądź też ograniczenie odpowiedzialności wynikającej z przepisów prawa. W ocenie Prezesa Urzędu, nie ma wątpliwości, że postanowienia te są przejawem nierzetelnego traktowania konsumentów i bezpośrednio naruszają ich interesy.

Okolicznością przemawiającą za zastosowaniem wobec Spółki kar pieniężnych, w zakresie stosowania niedozwolonych postanowień umownych, jest ponadto fakt, iż jako podmiot profesjonalnie prowadzący działalność gospodarczą, powinna ona mieć świadomość, że nie może stosować klauzul uznanych za niedozwolone i wpisanych do rejestru niedozwolonych postanowień umownych. Rejestr ten, co wymaga podkreślenia, jest jawny i powszechnie dostępny, a stosowanie postanowień do niego wpisanych oznacza wprowadzenie do umowy elementu bezwzględnie przez prawo zakazanego. Przedsiębiorca winien zatem zdawać sobie sprawę z konieczności konstruowania wzorców umownych z uwzględnieniem przepisów art. 385<sup>1</sup> i nast. Kodeksu cywilnego, jak również konieczności dostosowywania wykorzystywanych przez siebie wzorców do treści wpisów zamieszczanych w rejestrze.

W trakcie prowadzonego postępowania administracyjnego Przedsiębiorca zaniechał stosowania niedozwolonego postanowienia umownego określonego w pkt 1 sentencji niniejszej decyzji. W zakresie pozostałych zakwestionowanych przez Prezesa Urzędu postanowień wzorca umowy sprzedaży, Spółka podważyła możliwość zakwalifikowania ich jako klauzule abuzywne i w dalszym ciągu zamieszcza je w aktualnie stosowanym wzorcu umowy sprzedaży. Biorąc pod uwagę powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, zasadne stało się nałożenie na Spółkę dwóch odrębnych kar pieniężnych.

Ustalając wysokość kary pieniężnej, w przypadku praktyki opisanej w pkt 1 sentencji niniejszej decyzji, Prezes Urzędu wziął pod uwagę przede wszystkim stopień naruszenia interesów ekonomicznych konsumentów. Postanowienie § 5 ust. 12 analizowanego wzorca umowy sprzedaży ogranicza bowiem odpowiedzialność Przedsiębiorcy za działania osób, którymi posługuje się przy zawieraniu umów i ewentualnym ich wykonywaniu. Zważyć przy tym należy, że prowadzona przez Spółkę działalność gospodarcza w znacznej mierze opiera się na informacjach udzielanych przez przedstawicieli handlowych Przedsiębiorcy udzielanych na specjalnych pokazach akwizycyjnych.

Wymierzając karę w niniejszej sprawie Prezes Urzędu wziął po uwagę również roczny okres stosowania stwierdzonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Nakładając

karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozważył, czy określone w tym przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu, nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu rozważył całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, opisane w niniejszej decyzji działania – podejmowane przez Przedsiębiorcę w zakresie stosowania w obrocie z udziałem konsumentów wzorca umowy, zawierającego postanowienie tożsame z klauzulami abuzywnymi wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych – powinny być się kojarzyć z nieuchronnością bezprawnego naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Należy jednak przyznać, że w zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyraźnej intencji Spółki naruszenia tych interesów. Zebrane w trakcie niniejszego postępowania wyjaśnienia i informacje mogą zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie Przedsiębiorcy. Pomimo tego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu uznał, iż waga omawianego naruszenia w niniejszej sprawie kształtuje się na poziomie [...] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010 r. Tym samym, ustalona w ten sposób kwota bazowa wynosi po zaokrągleniu 1 289 zł (słownie: tysiąc dwieście osiemdziesiąt dziewięć złotych).

Prezes Urzędu ustalając karę wziął także pod uwagę okoliczność wykazania przez Przedsiębiorcę zaniechania stosowania przedmiotowego niedozwolonego postanowienia umownego. Po wszczęciu niniejszego postępowania Spółka poinformowała o zaprzestaniu stosowania zakwestionowanego postanowienia z dniem 15 lipca 2011 r. W związku z powyższym uznać należało, iż Przedsiębiorca niezwłocznie zaniechał stosowania zarzuconej mu, w pkt 1 sentencji niniejszej decyzji, praktyki. Powyższe należy poczytać jako okoliczność łagodząca, uzasadniająca obniżenie poziomu wymiaru kary o 30%.

Prezes Urzędu ustalając karę wziął pod uwagę okoliczność, iż stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów swoim zasięgiem obejmowała teren całego kraju. Spółka organizuje bowiem swoje pokazy na terenie całej Polski. Powyższe należy poczytywać jako okoliczność obciążającą, tym samym uzasadniającą zwiększenie poziomu wymiaru kary o 20%.

Podsumowując, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na Spółkę karę w wysokości 1160 zł (słownie: tysiąc sto sześćdziesiąt złotych), co odpowiada [...] % przychodu Przedsiębiorcy osiągniętemu w 2010 r. i równocześnie stanowi [...] % kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i proporcjonalna do możliwości finansowych Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że orzeczona kara prawidłowo spełni zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń w przyszłości zarówno przez Spółkę, jak i przez innych przedsiębiorców.

Biorąc pod uwagę powyższe, orzeczono jak w pkt 5.1) sentencji niniejszej decyzji.

#### 4.2

Przedsiębiorcy zarzucono także stosowanie wzorca umowy zawierającego klauzule abuzywne o treści wskazanej w pkt 2 sentencji niniejszej decyzji.



Rozstrzygając o szkodliwości stwierdzonego naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił stopień naruszenia interesu ekonomicznego konsumentów. Postanowienie narzucające rozpoznanie sprawy przez określony miejscowo sąd stanowi co prawda przejaw naruszenia interesu ekonomicznego konsumenta, gdyż może powodować dla niego dodatkowe koszty związane z dojazdami oraz stratę czasu. Niemniej jednak, zakwestionowane postanowienie niezwykle rzadko znajduje zastosowanie w praktyce. Z kolei, postanowienie opisujące procedurę windykacyjną, w istotny sposób wpływa na sytuację prawną konsumentów poprzez takie ukształtowanie obowiązków, które prowadzić może do obciążenia ich nadmiernymi i niczym nieuzasadnionymi kosztami prowadzenia ewentualnych czynności windykacyjnych. Przedmiotowe postanowienie dotyczy jednak wyłącznie kontrahentów Spółki, którzy zalegają z zapłatą ceny z tytułu zawartej umowy sprzedaży. Podobnie, w przypadku oceny stopnia szkodliwości postanowienia przewidującego uznanie za skutecznie doręczoną przesyłki na ostatni znany Spółce adres zamieszkania konsumenta, stwierdzić należy, że przedmiotowa klauzula może wywoływać po stronie kontrahenta Przedsiębiorcy negatywne skutki w związku z brakiem możliwości zapoznania się z treścią oświadczenia złożonego przez Spółkę.

Na ustalenie kwoty bazowej kary wpływ powinien mieć także, zdaniem Prezesa Urzędu, okres trwania naruszenia, który wyniósł 1 rok.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzą o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [...] % przychodu Przedsiębiorcy w 2010r. tj. 1 934 zł (słownie: tysiąc dziewięćset trzydzieści cztery złote) po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające lub łagodzące. Zdaniem Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie nie występują okoliczności łagodzące, które przemawiałyby za obniżeniem ustalonej uprzednio wysokości kwoty bazowej kary. Równocześnie brak wystarczających podstaw do przypisania Przedsiębiorcy umyślności działania, a więc zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jako okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uwzględnił natomiast fakt, iż stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów swoim zasięgiem obejmowała teren całego kraju. Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu podwyższył ustaloną kwotę bazową o 20%, do ostatecznej kwoty 2321 zł (słownie: dwa tysiące trzysta dwadzieścia jeden złotych) po zaokrągleniu, stanowiącej [...] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010 r. oraz [...] % kary maksymalnej.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. kara jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara ta pełni przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu.

Z tych też względów orzeczono jak w pkt 5.2) sentencji decyzji.

#### 4.3.

Praktyka przypisana Spółce, polegająca na doręczaniu konsumentom wzorca oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w treści którego Przedsiębiorca wskazuje błędną podstawę prawną do skorzystania z przedmiotowego uprawnienia, ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, ale miała wpływ również na etapie jego wykonania.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki należy wskazać, że naruszyła ona podstawowe prawo konsumenta tj. prawo do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W niniejszej sprawie konsumenci, pod wpływem działań Spółki, podejmowali konkretne decyzje, o skutkach finansowych, których inaczej by nie podjęli, w wyniku czego naruszone zostały ich istotne interesy ekonomiczne. Przypisana HARMEDY Sp. z o.o. w pkt 3 sentencji decyzji nieuczciwa praktyka handlowa mogła potencjalnie uniemożliwić skuteczne odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, gdyż konsument mógł błędnie przypuszczać, że ma więcej czasu na przemyślenie zakupu i ewentualną rezygnację z zawartej wcześniej umowy, a tym samym uniemożliwiała konsumentom podjęcie w pełni świadomej decyzji dotyczącej zawarcia kontraktu.

Przy nakładaniu kary istnieje konieczność spełnienia przesłanek podmiotowych, tj. stwierdzenia, że określone naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa nieumyślność naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wyklucza istnienia podstaw do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej. Stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia przepisów ww. ustawy daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidywać, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Jeżeli przedsiębiorcy mimo to naruszają reguły chroniące zbiorowe interesy konsumentów, uzasadnione jest zastosowanie wobec nich kar pieniężnych, już wówczas gdy mieli możliwość przewidzenia, że ich działania naruszają prawo lub gdy nie dołożyli należytej staranności, by norm prawa ochrony konsumentów nie naruszyć.

W ocenie Prezesa Urzędu, HARMEDY Sp. z o.o. – jako profesjonalny podmiot, powinien dołożyć należytej staranności opracowując wzorce umów przedkładane konsumentom. Prowadząc działalność gospodarczą polegającą na sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa, Przedsiębiorca winien doskonale znać przepisy prawne regulujące tego typu sprzedaż. Spółka winna zatem rozważyć wszelkie okoliczności dotyczące przekazania informacji o obowiązkach i uprawnieniach przysługujących konsumentom, w tym także potrzebę ochrony interesów konsumentów rozumianych jako prawo do rzetelnej i nie wprowadzającej w błąd informacji, a w przeciwnym razie – uwzględnić możliwość naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W niniejszej sprawie brak jednak wystarczających podstaw do przypisania Przedsiębiorcy umyślności działania, a więc zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania. Jak wynika z przedłożonych przez Spółkę dokumentów przedmiotowy wzorzec umowy stosowany był co najmniej od 1 roku.

Z uwagi na powyższe, uwzględniając wszystkie okoliczności, w tym szkodliwość działań Spółki, Prezes Urzędu ustalił za ww. naruszenie kwotę bazową, będącą podstawą do dalszych przeliczeń kary, na poziomie [...] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010r. tj. w kwocie 3 223 złote po zaokrągleniu.

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

Jako okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uwzględnił ogólnopolski zasięg działalności Spółki. Przedsiębiorca organizował bowiem pokazy akwizycyjne, na których podpisywał umowy z konsumentami, na terenie całego kraju.

Konkludując, Prezes Urzędu uznał za zasadne podwyższenie ustalonej kwoty bazowej o 20%, czyli do kwoty w przybliżeniu 3 867 złotych. Tak ustalona kara stanowi ok. [...] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010 roku oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary.

W ocenie Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako odczuwalna sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Kara ta podkreśla naganność zachowania Spółki, a jednocześnie jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych – licznych przedsiębiorców prowadzących podobną działalność przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Z uwagi na powyższe, orzeczono jak w pkt 5.3) sentencji niniejszej decyzji.

#### 4.4

Spółce przypisano również stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na bezprawnym ograniczaniu uprawnień konsumenta, wynikającego z treści art. 2 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za produkt niebezpieczny, uniemożliwiając konsumentowi dokonanie zwrotu zamówionego towaru w inny bardziej dogodny dla konsumenta sposób niż osobista wizyta w siedzibie Przedsiębiorcy. Wskazać należy, iż przedmiotowa praktyka ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, ale miała wpływ również na etapie jego wykonania.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. nieuczciwa praktyka rynkowa naruszyła podstawowe prawo konsumenta tj. prawo do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Pod wpływem ww. informacji konsumenci, w obawie przed dodatkowymi kosztami związanymi z podróżą i stratą czasu, mogli zrezygnować z realizacji przysługującego im uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, a tym samym podjąć konkretną decyzję o negatywnych dla nich skutkach finansowych, której inaczej mogliby nie podjąć, w wyniku czego naruszone zostały ich interesy ekonomiczne. Wążąc kwotę bazową omawianej praktyki Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania.

Przy nakładaniu kary istnieje konieczność spełnienia przesłanek podmiotowych, tj. stwierdzenia, że określone naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa nieumyślność naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wyklucza istnienia podstaw do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej. Stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia przepisów ww. ustawy daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidywać, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Jeżeli przedsiębiorcy mimo to naruszają reguły chroniące zbiorowe interesy konsumentów, uzasadnione jest zastosowanie wobec nich kar pieniężnych, już wówczas gdy mieli możliwość przewidzenia, że ich działania naruszają prawo lub gdy nie dołożyli należytej staranności, by norm prawa ochrony konsumentów nie naruszyć. W niniejszej sprawie brak wystarczających podstaw do przypisania Przedsiębiorcy umyślności działania, a więc zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Miarkując karę, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę fakt, iż pomimo zamieszczenia we wzorcu umowy sprzedaży postanowienia zastrzegającego obowiązek zwrotu zakupionego towaru osobiście w biurze handlowym Przedsiębiorcy w określonych przez Spółkę godzinach, Przedsiębiorca respektował zwroty złożone za pośrednictwem poczty. Z przedstawionych przez

Spółkę danych liczbowych wynika, iż w przeważającej większości konsumenci zwracali towar za pośrednictwem poczty. Niemniej jednak, jak wynika z przedstawionej przez Spółkę dokumentacji, wzorzec umowy zawierający przedmiotowe postanowienie nakładające obowiązek osobistego zwrotu zakupionego towaru w siedzibie Przedsiębiorcy, stosowany był w obrocie z konsumentami od roku. Stosowana przez Spółkę praktyka nie miała zatem charakteru długotrwałego.

W związku z powyższym Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie [...] % przychodu Przedsiębiorcy w 2010 r., tj. w wysokości w przybliżeniu 3 223 zł.

W dalszym etapie kalkulacji kar Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności łagodzące lub obciążające i jaki powinny one mieć wpływ na ostateczny wymiar kar.

Jako okoliczność obciążającą w zakresie zarzucanej Przedsiębiorcy praktyki Prezes Urzędu przyjął ogólnopolski zasięg stwierdzonego naruszenia. Jak już wcześniej wspomniano, Spółka sprzedawała swoje towary na terytorium całej Polski. Powyższa okoliczność, uzasadnia, zdaniem Prezesa Urzędu, podwyższenie ustalonej uprzednio kwoty bazowej o 20%.

Z kolei, jako okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu potraktował fakt, iż Przedsiębiorca zaniechał stosowania zarzucanej mu praktyki. Niezwłocznie bowiem po wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zmodyfikował treść zakwestionowanego postanowienia zamieszczonego we wzorcu umowy sprzedaży w sposób wykluczający jego dalsze kwestionowanie przez Prezesa Urzędu. W nowym wzorcu umowy sprzedaży Spółka zagwarantowała konsumentom możliwość zwrotu towaru także za pośrednictwem poczty czy kuriera. Uwzględniając wyżej wskazaną okoliczność, Prezes Urzędu stwierdził, że zachodzi podstawa do złagodzenia wysokości ustalonej uprzednio kwoty bazowej o 30%.

Reasumując, Prezes Urzędu uznał za zasadne obniżenie ustalonej uprzednio kwoty bazowej o 10%. Ostatecznie Prezes Urzędu uznał więc za zasadne nałożenie na Spółkę kary w wysokości 2 901 zł (słownie: dwa tysiące dziewięćset jeden złoty), co stanowi w przybliżeniu [...] % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2010 r. i [...] % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara pieniężna nałożona na Przedsiębiorcę jest adekwatna do okresu oraz stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tych też względów orzeczono jak w pkt 5.4) sentencji decyzji.

Zdaniem Prezesa Urzędu, kara pieniężna wskazana w pkt 5.4) sentencji niniejszej decyzji spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców prowadzących działalność polegającą na sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Ustalając wysokość kary na poziomach wskazanych w pkt 5. 1) - 4) sentencji niniejszej decyzji, Prezes Urzędu uwzględnił również zasady rozsądku i celowości karania, zakładające, że Prezes Urzędu nie powinien stosować sankcji, która doprowadziłaby po stronie przedsiębiorcy do trwałej niezdolności prowadzenia działalności gospodarczej ani wyższej niż ta, jaka jest wystarczająca dla osiągnięcia zakładanego celu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 9 kwietnia 1997r. sygn. akt XVII Ama 3/97, Lex nr 56442). Analizując dokumenty finansowe

Przedsiębiorcy Prezes Urzędu uznał, że kary w tej wysokości nie uniemożliwią Przedsiębiorcy dalszego prowadzenia działalności gospodarczej.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu

z upoważnienia Prezesa UOKiK  
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu  
Jarosław Krüger

Otrzymują:

1/Krzysztof Adamczewski  
Kancelaria Adwokacka  
ul. Zamkowa 7/13  
61-768 Poznań  
*reprezentujący: HARMEDY Sp. z o.o.*  
2/ a/a