



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W BYDGOSZCZY**

ul. Jagiellońska 34, 85-097 Bydgoszcz
tel. (052) 345-56-44, Fax (052) 345-56-17
e-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 30.11.2005 r.

Znak: RBG-61-14/05/AB

Tesco Polska Sp. z o.o.
ul. Kapelanka 56
30-347 Kraków

Decyzja Nr RBG 35/2005

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2003 roku nr 86 poz. 804, z późn. zmianami w Dz.U. z 2003 roku nr 60 poz. 535, Dz.U. z 2003 roku nr 170 poz. 1652, Dz.U. z 2004 roku nr 93 poz. 891, Dz.U. z 2004 roku nr 96 poz. 959, Dz.U. z 2005 r. Nr 163, poz. 1362, Dz.U. z 2005 r. Nr 184, poz. 1539), oraz §3a ust. 3 i §6 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

na podstawie art. 23d ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, **stwierdza się, że praktyka Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie**, polegająca na zamieszczaniu na tabliczkach informujących o cechach sprzedawanych towarów (konfiguracji), ustawianych przy tych towarach, zastrzeżenia: „Gwarancja 12 miesięcy”, nie wprowadza konsumentów w błąd co do możliwości korzystania z uprawnień określonych ustawą z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 r. Nr 141, poz. 1176, ze zm. w Dz.U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959), gdyż wraz z całokształtem okoliczności dotyczących tego zastrzeżenia, w tym:

1. zamieszczanie na tabliczkach umieszczonych przy towarach informacji zarówno o 12, jak i 24 miesięcznym terminie gwarancji;
2. opracowanie formularza zgłoszenia reklamacyjnego w sposób dający konsumentom możliwość wyboru roszczeń zarówno z tytułu gwarancji, jak i niezgodności towaru z umową;
3. wywieszenie tablic informacyjnych w Punktach Obsługi Klienta hipermarketów Uczestnika;

4. wywieszenie w Punktach Obsługi Klienta hipermarketów Uczestnika tekstu ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego;
5. opracowanie instrukcji postępowania pracowników Uczestnika w przypadku zgłaszania reklamacji przez konsumentów, pt. „Zgłoszenia Reklamacyjne w Punkcie Obsługi Klienta”, oraz „Zasady rozpatrywania zgłoszeń reklamacyjnych przez Punkt Obsługi Klienta”,

nie sugeruje, że po upływie 12 miesięcy, konsumenci są pozbawieni możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową,

a tym samym, nie naruszając obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, **nie narusza zbiorowych interesów konsumentów**, o których mowa w art. 23a ust. 2 w związku z art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uzasadnienie

Decyzją nr RBG 23/2005 z dnia 17 maja 2005 roku, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie (zwana dalej „Uczestnikiem”), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej „Prezesem Urzędu”):

- I. na podstawie art. 23a ust. 1 i 2, oraz art. 23c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** zamieszczanie na tabliczkach informujących o cechach produktów (konfiguracji), ustawianych przy tych produktach, iż okres gwarancji tych produktów wynosi 12 miesięcy **i nakazał zaniechanie jej stosowania;**
- II. na podstawie art. 23a ust. 1 i 2, oraz art. 23c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** informowanie konsumentów za pośrednictwem tablic informacyjnych, znajdujących się w Punkcie Obsługi Klienta, iż określone produkty „*nie podlegają zwrotowi*” **i nakazał zaniechania jej stosowania;**
- III. na podstawie art. 23a ust. 1 i 2, oraz art. 23e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** umieszczenie na tablicy informacyjnej, znajdującej się w hipermarkecie TESCO we Włocławku tablicy informacyjnej, zgodnie z którą „*Wadliwy towar objęty gwarancją możesz reklamować do końca terminu na jaki opiewa gwarancją! Wadliwy towar objęty rękojmią możesz reklamować:*”
 - *Towar nieżywnościowy – nie później niż 1 miesiąc od daty wykrycia wady (maksymalnie do roku od daty zakupu);*
 - *Towar żywnościowy – w terminie przydatności do spożycia natychmiast po wykryciu wady*”;**i stwierdził jej zaniechanie w styczniu 2005 roku.**

Od decyzji jak wyżej, pismem z dnia 6.06.2005 r., odwołał się Uczestnik, zarzucając Prezesowi Urzędu:

1. naruszenie art. 23a ust. 1 i 2, oraz art. 23c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwana dalej „ustawą”), przez błędne przyjęcie, że Tesco Polska dopuściła się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
2. naruszenie art. 7 i art. 77 kpa w związku z zebraniem i rozpatrzeniem materiału dowodowego w sposób niewyczerpujący,

i na tej podstawie wniósł o zmianę zaskarżonej decyzji i stwierdzenie, że praktyki opisane w pkt I i pkt II decyzji nie naruszają zbiorowych interesów konsumentów.

Po zapoznaniu się z treścią odwołania, Prezes Urzędu decyzją nr RBG 32/2005 z dnia 18 sierpnia 2005 r. uchylił pkt I decyzji nr RBG 23/2005 z dnia 17 maja 2005. Uwzględnił przy tym argument Uczestnika, że informacja o 12 miesięcznym terminie gwarancji sama w sobie nie narusza zbiorowych interesów konsumentów, gdyż stanowi informację prawdziwą, oraz zgodną z obowiązującym prawem. Jednocześnie, postanowieniem nr RBG 106/2005 z dnia 18.08.2005 r. Prezes Urzędu zmienił treść zarzutu stawianego Uczestnikowi w taki sposób, aby opis praktyki zarzucanej Uczestnikowi zawierał elementy konieczne dla postawienia mu zarzutu działania bezprawnego. W tym celu, wszczął z urzędu przeciwko Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji, poprzez zamieszczanie na tabliczkach informujących o cechach sprzedawanych towarów (konfiguracji), ustawianych przy tych towarach, zastrzeżenia: „Gwarancja 12 miesięcy”, co może wprowadzić konsumentów w błąd co do możliwości korzystania z uprawnień określonych ustawą z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, gdyż wraz z całokształtem okoliczności dotyczących tego zastrzeżenia, sugeruje, że po upływie 12 miesięcy, konsumenci są pozbawieni możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową.

Pismem z dnia 12.09.2005 r. Uczestnik podtrzymał swoje stanowisko podkreślając, że zarzut dopuszczenia się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów winien być rozpatrzony w szczególności w świetle takich okoliczności jak: - zamieszczanie informacji na temat praw konsumentów i zasad odpowiedzialności sprzedawcy w każdym Punkcie Obsługi Klienta Uczestnika, - zamieszczanie na tabliczkach przy towarze informacji zarówno o 12 jak i 24 miesięcznym terminie gwarancji, - treść formularza przyjęcia reklamacji zawierający opcję wyboru roszczenia. Tym samym, w ocenie Uczestnika, szeroki kontekst okoliczności związanych z udzielaniem przez niego informacji dotyczących zasad reklamowania towarów, nie wprowadzał konsumentów w błąd co do możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową po upływie 12 miesięcy.

Zebranie materiału dowodowego, oraz ustalenie stanowiska Uczestnika postępowania, pozwoliło na zamknięcie postępowania dowodowego w niniejszej sprawie w dniu 21.10.2005 r.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu ustalił co następuje:

Uczestnik jest przedsiębiorcą prowadzącym detaliczny handel wielkopowierzchniowy (hipermarkety).

W związku ze sprzedażą produktów AGD i RTV, Uczestnik wystawia przy produktach tabliczki informujące konsumentów o konfiguracji sprzętu. Jedną z przekazywanych informacji jest informacja o terminie gwarancji udzielanej przez producenta. W toku kontroli przeprowadzonej przez Prezesa Urzędu w dniu 8.12.2004 r. w toku postępowania wyjaśniającego RBG-61-18/04/AB (hipermarket w Bydgoszczy), oraz w dniu 24.01.2005 r. w toku postępowania wyjaśniającego RBG-61-01/05/MW (hipermarkety we Włocławku i Olsztynie), ustalono, iż co do części produktów, konsumenci informowani są o 12 miesięcznym terminie gwarancji, a co do pozostałych o 24 miesięcznym terminie. W toku postępowania Uczestnik potwierdził, iż analogiczna praktyka dotyczy wszystkich hipermarketów na terenie całego kraju.

Zróznicowanie terminów gwarancji, o czym informuje konsumentów Uczestnik, odpowiada treści warunków gwarancji udzielanych przez producentów co do poszczególnych towarów.

Zgłoszenie reklamacyjne stosowane przez Uczestnika zawiera zapis, zgodnie z którym, konsument ma możliwość wyboru roszczeń spośród wszelkich dostępnych mu możliwości, w tym z tytułu gwarancji i niezgodności towaru z umową. Możliwość dokonania wyboru jest czytelna i nie sugeruje konsumentom wyboru żadnej konkretnej opcji, pozostawiając tę kwestię uznaniu konsumentów.

W Punktach Obsługi Klienta hipermarketów Uczestnika widnieją tablice informujące konsumentów o ich uprawnieniach związanych z możliwością reklamacji zakupionych towarów. Ich treść odpowiada ustawie z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 r. Nr 141, poz. 1176, ze zm. w Dz.U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959 – zwana dalej „ustawą o szczególnych warunkach”). Wywieszony jest również tekst samej ustawy, o której mowa.

Pracownicy Punktów Obsługi Klienta (zwane dalej „POK”) hipermarketów Uczestnika zostali przez niego wyposażeni w dokumenty mające charakter instrukcji postępowania w przypadku zgłaszania reklamacji przez konsumentów, pt. „Zgłoszenia Reklamacyjne w Punkcie Obsługi Klienta”, oraz „Zasady rozpatrywania zgłoszeń reklamacyjnych przez Punkt Obsługi Klienta”. Dokumenty, o których mowa, uwzględniają bieżący stan prawny, a w szczególności prawa i obowiązki stron umowy sprzedaży konsumenckiej określone ustawą o szczególnych warunkach. Według zapewnień pracowników POK, w razie takiej potrzeby, dokumenty te są udostępniane zainteresowanym konsumentom.

W oparciu o dokonane ustalenia faktyczne, Prezes Urzędu zważył co następuje:

Zgodnie z art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwana dalej „ustawą”), *Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. (ust. 1) Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479[45] Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów. (ust. 2)*

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów wymaga zatem spełnienia dwóch warunków:

1. bezprawności działania przedsiębiorcy,
2. naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Jedną z praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów jest zgodnie z art. 23a ust. 2 w związku z art. 23a ust. 1 ustawy, naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co zarzucono Uczestnikowi w związku z jego praktyką polegającą na zamieszczaniu na tabliczkach informujących o konfiguracji sprzedawanych towarów, ustawianych przy tych towarach, zastrzeżenia: „Gwarancja 12 miesięcy”. Tym samym, przesłanki, o których mowa powyżej, zostaną rozpatrzone w świetle zarzutu postawionego Uczestnikowi.

Bezprawność działania:

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach, *„Sprzedawca odpowiada wobec kupującego (konsumenta), jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania.”*. Natomiast, zgodnie z art. 10 ust. 1 tej ustawy, *„Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru*

konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu; (...)."

Oznacza to, iż każdy konsument ma prawo reklamować towar niezgodny z zawartą umową sprzedaży w terminie dwóch lat od dnia jego wydania.

Zgodnie z art. 13 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach, *„W dokumencie gwarancyjnym należy zamieścić podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w tym w szczególności nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej. Ponadto powinno być w nim zawarte stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową."*

Tym samym, udzielenie gwarancji przez producenta nie może prowadzić do ograniczenia, bądź wyłączenia uprawnień konsumentów z tytułu niezgodności towaru z umową. Natomiast nie został ustawowo określony minimalny termin gwarancji, co pozostawia przedsiębiorcom w tym zakresie całkowitą swobodę, i może być przedmiotem konkurencji między nimi.

W szczególnych przypadkach, jeśli producent udziela gwarancji na okres 12 miesięcy, istnieje potencjalne niebezpieczeństwo, iż konsumenci, którzy nie rozróżniają poszczególnych reżimów odpowiedzialności wiążących się z umową sprzedaży konsumenckiej, uznają, iż po upływie 12 miesięcznego terminu gwarancji, wyłączona jest możliwość dochodzenia przez nich jakichkolwiek roszczeń, w tym z niezgodności towaru z umową. Skutek, o jakim mowa, może w szczególności wystąpić, jeśli sprzedawca towaru będzie eksponował 12 miesięczny termin gwarancji, oraz ukrywał przed konsumentami zasady własnej odpowiedzialności. Aspekt ten zdecydował o postawieniu Uczestnikowi zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 2 w związku z art. 23a ust. 1 ustawy, której istotą jest niepełne i nierzetelne informowanie konsumentów.

Rozstrzygając o zarzucie postawionym Uczestnikowi, Prezes Urzędu uwzględnił aktualnie obowiązujący w prawie Wspólnot Europejskich i transponowany do Polski model „oświeconego” konsumenta, tj. odbiorcy wyedukowanego, rozważnego, krytycznego, który posiada zdolność decydowania o swojej konsumpcji. Model ten został wypracowany w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości na tle przepisów zakazujących stosowania reklamy wprowadzającej w błąd. Biorąc pod uwagę, że istotą zarzutu w niniejszej sprawie jest w istocie wprowadzenie konsumentów w błąd co do czasowych granic ochrony prawnej przyznanej im w związku z zawarciem umowy sprzedaży, model ten należy zastosować w pełni do ustalonego stanu faktycznego.

Niewątpliwym jest w niniejszej sprawie, że Uczestnik zamieszczał przy towarach tabliczki informujące o konfiguracji sprzętu ADG i RTV. Część z tych tabliczek zawierała ponadto informację o treści: „Gwarancja 12 miesięcy”. Wydając decyzję nr RBG 23/2005 z dnia 17.05.2005 r. Prezes Urzędu poprzestał na tym stwierdzeniu, i na tej podstawie uznał, że informacja jest niepełna, skoro nie zawiera wiadomości o dłuższym – 24 miesięcznym terminie odpowiedzialności sprzedawcy, co może sugerować konsumentom, iż po upływie 12 miesięcy są oni pozbawieni ochrony prawnej. W tym miejscu słusznie podniósł Uczestnik, że oceniając „pełność” informacji o prawach konsumentów, Prezes Urzędu winien uwzględnić także inne, niż przedmiotowe tabliczki, sposoby komunikacji z konsumentami.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu uwzględnił następujące okoliczności, mające istotny wpływ na ocenę zasadności zarzutu postawionego Uczestnikowi:

1. zamieszczanie na tabliczkach umieszczonych przy towarach informacji zarówno o 12, jak i 24 miesięcznym terminie gwarancji;
2. opracowanie formularza zgłoszenia reklamacyjnego w sposób dający konsumentom możliwość wyboru roszczeń zarówno z tytułu gwarancji, jak i niezgodności towaru z umową;

3. wywieszenie tablic informacyjnych w Punktach Obsługi Klienta hipermarketów Uczestnika;
4. wywieszenie w Punktach Obsługi Klienta hipermarketów Uczestnika tekstu ustawy o szczególnych warunkach;
5. opracowanie instrukcji postępowania pracowników Uczestnika w przypadku zgłaszania reklamacji przez konsumentów, pt. „Zgłoszenia Reklamacyjne w Punkcie Obsługi Klienta”, oraz „Zasady rozpatrywania zgłoszeń reklamacyjnych przez Punkt Obsługi Klienta”.

W ocenie Prezesa Urzędu, okoliczności te równoważą ewentualną możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd na skutek lektury tabliczek informujących o 12 miesięcznym terminie gwarancji.

Prezes Urzędu zauważa jednocześnie, że istnieje potencjalna możliwość, że sugerując się informacją o 12 miesięcznym terminie gwarancji, konsumenci zrezygnują z dochodzenia należnych im roszczeń jeszcze zanim udadzą się do Punktów Obsługi Klienta, gdzie mogą uzyskać odpowiednią informację na ten temat. Nie może to jednak przesądzić o uznaniu działań Uczestnika za bezprawne, skoro wykraczając poza obowiązki ustawowe, podjął on z własnej inicjatywy działania zmierzające do zapewnienia konsumentom możliwie szerokiego dostępu do informacji na temat przysługujących im uprawnień. Co więcej, nie stwierdzono aby Uczestnik podejmował jakiegokolwiek działania zmierzające do ukrycia przed konsumentami zasad, w tym terminów, własnej odpowiedzialności za sprzedawane towary.

Także przyjęty przez Prezesa Urzędu za właściwy w niniejszej sprawie model przeciętnego, oświeconego konsumenta, przemawia za wnioskiem, iż konsument należycie dbający o własny interes, podejmuje samodzielnie kroki w celu ustalenia zakresu swoich uprawnień. Za minimum tej staranności, Prezes Urzędu uznał zwrócenie się do Punktów Obsługi Klienta hipermarketów Uczestnika, których funkcjonowanie jest faktem znanym i utrwalonym w świadomości konsumentów (dotyczy wszystkich sieci hipermarketów), oraz samodzielną lekturę wywieszonych tam informacji, bądź skorzystanie z pomocy pracowników Uczestnika.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu uznał, że Udzielana konsumentom informacja cyt. „Gwarancja 12 miesięcy” stanowiła informację prawdziwą i zgodną z obowiązującym prawem, a w połączeniu z innymi działaniami informacyjnymi Uczestnika, rzetelnie informującą konsumentów o terminie gwarancji udzielonej przez producenta na dany towar, i nie wprowadzającą w błąd co do możliwości korzystania z uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową, w tym również po upływie terminu gwarancji.

Tym samym, praktyce Uczestnika nie można przypisać cechy niepełnego i nierzetelnego informowania konsumentów o czym mowa w art. 23a ust. 2 ustawy, oraz bezprawności w rozumieniu art. 23a ust. 1 tej ustawy. Czyni to zbędnym ocenę spełnienia pozostałych przesłanek uznania praktyki za godzącą z zbiorowe interesy konsumentów, i przesądza o konieczności wydania decyzji na podstawie art. 23d ustawy, zgodnie z którym *„Jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23a, Prezes Urzędu wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.”*

Mając na uwadze powyższe, należało orzec jak w sentencji

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

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Andrzej Chajęcki
Dyrektor Delegatury UOKiK
w Bydgoszczy