

Sygn. akt XVII AmC 1554/12

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 19 grudnia 2012 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w składzie:

Przewodniczący: SSR del. Adam Malinowski

Protokolant: Marika Józefczyk

po rozpoznaniu na rozprawie w dniu 7 grudnia 2012 r. w Warszawie sprawy

z powództwa (...) w P.

przeciwko M. I.

o uznanie postanowienia wzorca umowy za niedozwolone

1. uznaje za niedozwolone i zakazuje pozwanemu wykorzystywania w obrocie z konsumentami postanowienia wzorca umowy o treści:

"Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany postanowień regulaminu z ważnych powodów, w tym zmiany przepisów prawnych";

2. zasądza od pozwanego na rzecz powoda, tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego, kwotę 360 (trzysta sześćdziesiąt) złotych;

3. nakazuje pobrać od pozwanego na rzecz Skarbu Państwa (Kasa Sądu Okręgowego w Warszawie), tytułem nieuiszczonej opłaty od pozwu, od której powód był zwolniony, kwotę 600 (sześćset) złotych;

4. zarządza publikację prawomocnego wyroku w Monitorze Sądowym i Gospodarczym na koszt strony pozwanej.

SSR del. Adam Malinowski

sygn. akt XVII AmC 1554/12

UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 2012-03-09 powód (...) z siedzibą w P. domagał się uznania za niedozwolone i zakazania wykorzystywania w obrocie z konsumentami postanowienia o treści:

„Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany postanowień regulaminu z ważnych powodów, w tym zmiany przepisów prawnych (...)”,

zawartego w pkt. 53 wzorca umowy "REGULAMIN Super Promocji (...) w Sieci Sklepów (...)", którym posługuje się pozwany - M. I. - prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą (...) w (...). Nadto wniósł o zasądzenie kosztów procesu.

W ocenie powoda wskazane postanowienie wzorca umowy stanowi niedozwoloną klauzulę, gdyż jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i rażąco narusza interesy konsumentów. Wypełnia tym hipotezę art. 385[1] § 1 kc, zgodnie z którym postanowienia umowy zawieranej z konsumentem niezgodnione indywidualnie nie wiążą go, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy, z wyłączeniem

postanowień określających główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny (niedozwolone postanowienia umowne). Powód podniósł, iż zakwestionowana klauzula powinna zostać uznana za niedozwoloną, gdyż w sposób sprzeczny z prawem dopuszcza możliwość dowolnego dokonywania zmian w regulaminie w dowolnym czasie bez zachowania terminów wypowiedzenia.

Pozwany domagał się oddalenia powództwa i wniósł o zasądzenie kosztów procesu. Wniósł także o połączenia spraw toczących się między stronami przed tutejszym Sądem, zarejestrowanych w repertorium AmC pod numerami od 1550/12 do 1564/12.

Zarzucił, że żądanie pozwu nie nawiązuje do wprowadzonego do obrotu wzorca umowy, bowiem zawarte w powołanym dokumencie oświadczenie pozwanego ma charakter jednostronny i stanowi przyrzeczenie publiczne w rozumieniu art. 919 kc, a tym samym nie podlega kontroli w toku postępowania o uznanie postanowienia wzorca umowy za niedozwolone.

Niezależnie od powyższego pozwany zaprzeczył, jakoby postanowienie to naruszało dobre obyczaje i interesy konsumentów w sposób rażący.

Nadto zaprzeczył, jakoby powód i pozwany mieli w niniejszym postępowaniu legitymację procesową.

Pozwany wniósł również o przeprowadzenie dowodu z przesłuchania świadków, stron, a także z dokumentów na okoliczność dokonania ogłoszenia publicznego o konkursie, treści oświadczenia zawierającego przyrzeczenie publiczne oraz brak legitymacji procesowej

Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny:

Pozwany prowadzi działalność gospodarczą polegającą m.in. na organizacji działań promocyjnych na rzecz innych podmiotów. Pozwany był organizatorem konkursu, przeprowadzonego w dniach 2011-10-12 do 2011-10-23, na zlecenie firmy (...) S.A. z siedzibą w K. (pkt 4 regulaminu). Zasady konkursu zostały określone w regulaminie zawierającym zapis, do którego odwołuje się żądanie pozwu, tj. "Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany postanowień regulaminu z ważnych powodów, w tym zmiany przepisów prawnych (...)" (pkt 53 regulaminu). Konkurs przeznaczony był dla pełnoletnich, którzy dokonają zakupu dwóch dowolnych produktów marki (...)w wybranej placówce należącej do Sieci Sklepów (...) na terenie Polski (pkt 10 regulaminu), a następnie za pomocą wiadomości SMS zgłoszą swój udział i w jak najkrótszym czasie odpowiedzą na dwa pytania konkursowe (pkt 11 i 12 regulaminu). Wysłanie powyższej wiadomości SMS stanowiło oświadczenie woli konstytuujące umowę. Ponadto uczestnicy konkursu wyrażali zgodę na przetwarzanie danych osobowych poprzez zgłoszenie udziału w konkursie (pkt 47 regulaminu).

Pozwany nie zaprzeczył prawdziwości wzorca, ani treści kwestionowanego pozwem zapisu. Art. 230 kpc stanowi, że gdy strona nie wypowie się co do twierdzeń strony przeciwnej o faktach, sąd, mając na uwadze wyniki całej rozprawy, może fakty te uznać za przyznane. Za podstawę ustalenia stanu faktycznego Sąd przyjął zatem wzajemnie niekwestionowane twierdzenia stron kierując się zasadą wyrażoną w art. 230 kpc.

Zgodnie natomiast z art. 227 kpc przedmiotem dowodu są fakty mające dla rozstrzygnięcia sprawy istotne znaczenie. W konsekwencji nie mogły być przedmiotem postępowania dowodowego okoliczności przedmiotowo nieistotne, zaś postępowanie dowodowe zostało skoncentrowane do normatywnie wyrażonych przez ustawodawcę przesłanek abuzywności postanowień wzorca umowy. W szczególności Sąd pominął zgłaszane przez pozwanego dowody osobowe. Świadek pozwanego miał zeznawać na okoliczność dokonania ogłoszenia publicznego o konkursie, treści oświadczenia zawierającego przyrzeczenie publiczne oraz braku legitymacji procesowej. Z dokumentów dołączonych do pozwu wynika jednoznacznie treść oświadczenia, jak i fakt, iż nie stanowi ono przyrzeczenia publicznego, lecz ofertę zawarcia umowy. Kwestia legitymacji procesowej nie należy zaś do sfery faktów, ale do sfery oceny prawnej. Nie można przeprowadzać dowodów dotyczących wprost tego zagadnienia, gdyż dokonanie tej oceny jest wyłączną kompetencją Sądu. Okoliczności pozwalające Sądowi na dokonanie tej oceny znajdują się zaś w aktach sprawy. W tej sytuacji dowód

z zeznań świadków oraz przesłuchania strony pozwanej na powyższe okoliczności należało ocenić jako nie mający znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy.

Sąd Okręgowy zważył, co następuje:

Pomiędzy stronami spór dotyczył tego, czy omawiany dokument stanowi wzorzec umowy w rozumieniu art. 384 kc, oraz – niezależnie od tego – czy przedmiotowe postanowienie ma charakter niedozwolony w myśl art. 385[1] § 1 kc. Ponadto pozwany kwestionował swoją legitymację procesową w niniejszej sprawie oraz legitymację czynną powoda.

Za całkowicie nietrafną sąd uznał argumentację pozwanego dotyczącą jednostronnego charakteru stosunku prawnego powstającego między nim a konsumentami.

W szczególności nie można tu mówić o jednostronności stosunku prawnego, gdyż decydowałaby o niej zbędność oświadczenia woli jednej ze stron. Tymczasem do wzięcia udziału w konkursie konieczne jest spełnienie określonych świadczeń i wyrażenie zgody na szereg warunków proponowanych przez pozwanego przedsiębiorcę. Przede wszystkim konsument wysyłając SMS zgłoszeniowy oświadczał wolę przystąpienia do promocji. Co więcej uczestnik dokonywał zakupu dwóch produktów marki (...)w wybranej placówce należącej do Sieci Sklepów (...) na terenie Polski (pkt 10 regulaminu), przesyłał odpowiedzi na dwa pytania konkursowe (pkt 12 regulaminu), czy też wyrażał zgodę na przetwarzanie danych osobowych poprzez zgłoszenie udziału w konkursie (pkt 47 regulaminu). Nie można zatem mówić o zbędności oświadczenia woli uczestnika konkursu, a co za tym idzie o jednostronności stosunku prawnego.

Stosownie do orzecznictwa Sądu Apelacyjnego w Warszawie - które Sąd orzekający w sprawie niniejszej w pełni podziela - z natury uregulowania przyrzeczenia publicznego wynika, iż chodzi w nim o nieskomplikowaną relację prawną sprowadzającą się do prostego wykonania jednej oznaczonej czynności, za co obiecano nagrodę. Złożony stosunek prawny regulowany kilkudziesięcioma postanowieniami, nie mieści się w ramach przewidzianej w art. 919 kc i nast. instytucji przyrzeczenia publicznego (wyrok Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 2011-10-04, sygn. akt VI ACa 282/11, wyrok Sądu Administracyjnego w Warszawie z 2011-09-07, sygn. akt VI ACa 284/11, wyrok Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 2010-10-20, sygn. akt VI ACa 231/10, wyrok Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 2010-10-20, sygn. akt VI ACa 233/10).

Zgodnie z art. 479[38] kpc, z powództwem w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone może wystąpić, między innymi, organizacja społeczna, do której zadań statutowych należy ochrona interesów konsumentów. Z załączonego do akt wyciągu z Krajowego Rejestru Sądowego wynika jednoznacznie, że jednym z celów działania powodowego Stowarzyszenia jest ochrona interesów konsumentów. W ocenie Sądu, jest to wystarczające do uznania wykazania przez powoda jego legitymacji procesowej w sprawie.

W odniesieniu do zarzutu braku legitymacji biernej pozwanego należy wskazać, co następuje. Wprost z regulaminu wynika, iż pozwany jest organizatorem konkursu. Jednoznacznie zdefiniował to w pkt 3 regulaminu, w którym został określony jako „Organizator Konkursu”. Organizacja konkursu stanowiła wykonanie zobowiązania wypływającego z umowy zlecenia, pomiędzy pozwanym a (...) S.A. Należy zauważyć, że przedmiotem zlecenia było przeprowadzenie promocji przez pozwanego, we własnym imieniu i na swoją rzecz, nie zaś jedynie wykonywanie poleceń i czynności stricte technicznych. Co więcej postanowienia regulaminu przyznają prawa i nakładają obowiązki tylko na pozwanego, nie zaś na zleceniodawcę, na przykład uprawnienie pozwanego do zmiany postanowień regulaminu (pkt 53 regulaminu). Decyduje to o istnieniu legitymacji procesowej po stronie pozwanego.

Okoliczność podnoszona przez pozwanego mogłaby natomiast w odrębnym postępowaniu być podstawą dochodzenia ewentualnych roszczeń od przedsiębiorcy dostarczającego regulamin, bądź zlecającego organizację konkursu.

Przechodząc do oceny postanowień wzorca pod kątem ich niedozwolonego charakteru, wskazać należy, co następuje. Stosownie do treści art. 385[1] §1 kc, aby uznać dane postanowienie umowne za niedozwolone musi ono spełniać cztery przesłanki tj.: (I) postanowienie nie zostało indywidualnie uzgodnione z konsumentem, (II) ukształtowane przez postanowienie prawa i obowiązki konsumenta pozostają w sprzeczności z dobrymi obyczajami, (III) powyższe

prawa i obowiązki rażąco naruszają interesy konsumenta oraz (IV) postanowienie umowy nie dotyczy sformułowanych w sposób jednoznaczny głównych świadczeń stron.

Ostatnia z wymienionych przesłanek, o której mowa w zdaniu drugim art. 385[1] § 1 kc, zachodzi w niniejszej sprawie, gdyż omawiane postanowienie nie reguluje głównych świadczeń stron. Główne świadczenia pozwanego z tytułu zawartych umów polegają bowiem na przeprowadzeniu konkursu i ustaleniu jego wyników, a także wydaniu nagrody zwycięzcy.

Przesłanka braku indywidualnego uzgodnienia nie może w tej sprawie mieć znaczenia wobec abstrakcyjnego charakteru kontroli postanowienia wzorca umownego. Jak już wspomniano przy omawianiu stanu faktycznego, Sąd nie bada w niniejszym postępowaniu konkretnych stosunków istniejących pomiędzy kontrahentami, ale wzorzec i treść hipotetycznych stosunków, jakie powstałyby pomiędzy pozwanym a potencjalnym konsumentem. Nie ma zatem znaczenia, czy jakaś konkretna umowa była między stronami negocjowana ani nawet czy wzorzec był, czy też nie był zastosowany przy zawieraniu jakiegokolwiek konkretnej umowy. Kontrola ta ma bowiem charakter oceny ex ante i obejmuje wzorzec, nie zaś konkretną umowę. Istotny jest zatem fakt, że pozwany wprowadził oceniany wzorzec do obrotu poprzez wystąpienie z ofertą zawarcia umowy z wykorzystaniem go.

Dla zastosowania omawianego przepisu przesłanki II (sprzeczność z dobrymi obyczajami) i III (rażące naruszenie interesów konsumenta), choćby ze względu na verba legis, muszą zachodzić równocześnie. Z reguły rażące naruszenie interesu konsumenta jest naruszeniem dobrych obyczajów, ale nie zawsze zachowanie sprzeczne z dobrymi obyczajami rażąco narusza ten interes.

Poprzez dobre obyczaje rozumiemy pewien powtarzalny wzorzec zachowań, który jest aprobowany przez daną społeczność lub grupę. Są to pozaprawne normy postępowania, którymi przedsiębiorcy winni się kierować. Ich treści nie da się określić w sposób wyczerpujący, ponieważ kształtowane są przez ludzkie postawy uwarunkowane zarówno przyjmowanymi wartościami moralnymi, jak i celami ekonomicznymi i związanymi z tym praktykami życia gospodarczego. Wszystkie one podlegają zmianom w ślad za zmieniającymi się ideologiami politycznymi i społeczno – gospodarczymi oraz przewartościowaniami moralnymi. W szczególności zaś, dobre obyczaje to normy postępowania polecające nienadużywania w stosunku do słabszego uczestnika obrotu posiadanej przewagi ekonomicznej.

W niniejszej sprawie dobrym obyczajem jest, by przedsiębiorca organizujący konkurs nie zmieniał jego warunków, ponieważ to na owe konkretne warunki uczestnicy przystępujący do promocji wyrazili zgodę. Konsument powinien mieć pewność i jasność stosunku prawnego łączącego go z organizatorem. Biorąc bowiem udział w przedmiotowej promocji wyraził zgodę na warunki zawarte w regulaminie, nie zaś na inne warunki oferowane w toku zmian przez pozwanego. Konsument mógłby nie wziąć udziału w promocji, gdyby znał zmienione warunki przed przystąpieniem do niej. Co więcej od profesjonalisty należy oczekiwać, że nie wykorzysta faktu, iż on sam opracowuje wzorzec, który następnie zostaje inkorporowany do umowy. Umożliwia to bowiem wprowadzenie przez przedsiębiorcę całkowicie dowolnego zapisu do wzorca umowy, na który konsument nie ma wpływu.

W zakresie oceny stopnia naruszenia interesów konsumentów Sąd tutejszy podziela opinię Sądu Apelacyjnego w Warszawie (wyrok z dnia 2006-06-27, sygn. akt VI ACa 1505/05), że naruszenie interesów konsumenta, aby było rażące, musi być doniosłe czy też znaczące. Natomiast interesy konsumenta należy rozumieć szeroko, nie tylko jako interes ekonomiczny, ale też każdy inny, chociażby niewymierny. Zaliczyć tu można również dyskomfort konsumenta, spowodowany takimi okolicznościami jak strata czasu, naruszenie prywatności, niedogodności organizacyjne, wprowadzenie w błąd oraz inne uciążliwości, jakie mogłyby powstać na skutek wprowadzenia do zawartej umowy ocenianego postanowienia. Przy określaniu stopnia naruszenia interesów konsumenta należy stosować nie tylko kryteria obiektywne (np. wielkość poniesionych czy groźących strat), lecz również względy subiektywne związane bądź to z przedsiębiorcą (np. renomowana firma), bądź to z konsumentem (np. seniorzy, dzieci). Konieczne jest zbadanie, jaki jest zakres groźących potencjalnemu konsumentowi strat lub niedogodności.

Klauzula generalna wyrażona w art. 385[1] §1 kc uzupełniona została listą przykładowych postanowień umownych zamieszczoną w art. 385[3] kc. Jak wskazał Sąd Apelacyjny w Warszawie (wyrok z dnia 2008-10-08, sygn. akt VI ACa

772/08), obejmuje ona najczęściej spotykane w praktyce klauzule uznane za sprzeczne z dobrymi obyczajami zarazem rażąco naruszające interesy konsumenta. Ich wspólną cechą jest nierównomierne rozłożenie praw, obowiązków lub ryzyka między stronami prowadzące do zachwiania równowagi kontraktowej. Są to takie klauzule, które jedną ze stron (konsumenta) z góry, w oderwaniu od konkretnych okoliczności, stawiają w gorszym położeniu. Wyliczenie to ma charakter niepełny, przykładowy i pomocniczy. Funkcja jego polega na tym, iż zastosowanie we wzorcu umowy postanowień odpowiadających wskazanym w katalogu znacząco ułatwia wykazanie, że spełniają one przesłanki niedozwolonych postanowień umownych objętych klauzulą generalną art. 385[1] §1 kc. W razie wątpliwości ciężar dowodu, że postanowienia nie spełniają przesłanek klauzuli generalnej spoczywa na przedsiębiorcy.

Zgodnie ze stanowiskiem wyrażonym w wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie (wyrok z dnia 2009-01-15, sygn. akt VI ACa 1638/08), które tut. Sąd podziela, Sąd dokonujący kontroli abstrakcyjnej powinien przeprowadzić analizę postanowienia pod kątem sprzeczności z ogólnym wzorcem zachowań przedsiębiorców wobec konsumentów. Prowadzi to do konieczności ustalenia, jak wyglądałyby prawa i obowiązki konsumenta w sytuacji braku analizowanej klauzuli (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2007-03-19, sygn. akt III SK 21/06 oraz z dnia 2007-10-11, sygn. akt III SK 9/07). Jeśli konsument byłby – na podstawie ogólnych przepisów – w lepszej sytuacji, gdyby konkretnego postanowienia wzorca nie było, należy przyjąć, że ma ono charakter abuzywny.

Dołączony do pozwu wzorec dotyczy konkursu organizowanego przez pozwanego. Należy zauważyć, iż umowa ta nie stanowi umowy o charakterze ciągłym, w przypadku której zmiany byłyby dozwolone. Jest to umowa na czas określony, jednakże dołączony do pozwu regulamin reguluje również kwestie, które mogą mieć miejsce po samym zawarciu umowy, a nawet po jej wykonaniu - tj. np. sposób składania reklamacji (pkt 40 wzorca). Nie ulega również wątpliwości, że pomiędzy wysłaniem nagrody a jej dostarczeniem przez Organizatora może upłynąć dłuższy okres czasu. W takiej sytuacji jednostronna zmiana przez pozwanego ogólnych warunków jest sprzeczna z dobrymi obyczajami, w sytuacji, gdy nie przewidziano ważnych przyczyn takiej zmiany, nie dano konsumentowi prawa odstąpienia od umowy lub jej wypowiedzenia. Może zaistnieć sytuacja, że konsument już spełnił swoją część zobowiązania, zaś umowa zostaje zmodyfikowana tak, że jeżeli konsument zapoznałby się z tymi postanowieniami przed zawarciem umowy, to umowy by nie zawarł. Charakter zapisu zmieniłby się, gdyby pozwany zastrzegł, iż zmiany nie dotyczą Uczestników już biorących udział w Konkursie. Brak takiego zastrzeżenia daje możliwość arbitralnej zmiany postanowień umowy – stosowanych do wszystkich uczestników - przez przedsiębiorcę w każdym czasie. Zdaniem Sądu możliwość zmiany postanowień wzorca musi dopuszczać możliwość odstąpienia lub wypowiedzenia umowy, musi też przewidywać ważne przyczyny takiej zmiany, wymienione wyczerpująco i jednoznacznie. Tymczasem pozwany uprawnienie do zmiany regulaminu uzasadnił „zmianą przepisów prawnych”. Przede wszystkim nie jest wiadomym, jaka zmiana i jakich przepisów może uzasadniać zmianę regulaminu. Jest to zbyt ogólne stwierdzenie. Tak nieprecyzyjne sformułowanie mogłoby doprowadzić do sytuacji, gdy jakakolwiek zmiana dowolnych przepisów prawnych uzasadniałaby wszelkie zmiany regulaminu. Co więcej użycie wyrażenia „w tym” do określenia ważnych powodów sugeruje, że mogą być również inne – obok zmiany przepisów prawnych - nie wymienione wprost w regulaminie, przyczyny zmiany wzorca. Stawia to konsumenta w niejasnej pozycji. Brak enumeratywnego i przejrzystego wymienienia powodów uzasadniających zmianę regulaminu promocyjnego, powoduje, że konsument nie ma pewności stosunku prawnego łączącego go z pozwanym.

Sąd podziela konstatację powoda, iż w obecnym brzmieniu kwestionowana klauzula spełnia przesłanki art. 385[3] pkt. 10 kc, zgodnie z którym w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które w szczególności uprawniają kontrahenta konsumenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie. Omawiane postanowienie nie precyzuje tych ważnych przyczyn w sposób jednoznaczny i nie pozostawiający wątpliwości interpretacyjnych. W ocenie Sądu klauzula ta również spełnia przesłanki klauzuli abuzywnej wymienionej w art.385[3] pkt 14 kc, zgodnie z którą w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które w szczególności pozbawiają wyłącznie konsumenta uprawnienia do rozwiązania umowy, odstąpienia od niej lub jej wypowiedzenia. Nie dopuszcza ono bowiem możliwości odstąpienia ani wypowiedzenia umowy przez konsumenta w przypadku braku akceptacji zmian regulaminu.

Tym samym kwestionowana klauzula rażąco narusza interesy konsumenta. Przedsiębiorca ma prawo do zmiany umowy z przyczyn, które nie mogą być uznane za ważne. Zdaniem Sądu poprzez kwestionowaną klauzulę zostają naruszone interesy konsumenta - ekonomiczne, w sytuacji, gdy np. zmienione zostaną zasady dotyczące reklamacji. Stosowanie powyższej klauzuli może także spowodować naruszenie interesów prywatnych konsumenta, takich jak dyskomfort wynikający ze straty czasu, trudności organizacyjnych, poczucia zawodu, z powodu zmiany warunków konkursu na mniej korzystne – w odczuciu konsumenta.

Mając powyższe na uwadze, na podstawie art. 385[1] § 1 kc, Sąd uznał postanowienie wzorca umowy za niedozwolone, zaś na podstawie art. 479[42] § 1 kpc zakazał jego wykorzystywania w obrocie z udziałem konsumentów.

O publikacji prawomocnego wyroku w Monitorze Sądowym i Gospodarczym na koszt strony pozwanej zarządzono na podstawie art. 479[44] kpc.

O kosztach postępowania orzeczono w oparciu o art. 98 kpc, zgodnie z którym strona przegrywająca sprawę obowiązana jest zwrócić przeciwnikowi na jego żądanie koszty niezbędne do celowego dochodzenia praw i celowej obrony.

Przyznane stronie koszty stanowią wynagrodzenie pełnomocnika procesowego w wysokości 360 zł - ustalone na podstawie § 14 ust. 3 pkt. 2 w zw. z § 2 ust. 2 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (Dz. U. nr 163. poz. 1349 ze zm.).

Mając na uwadze wynik sprawy, orzeczenie o nakazaniu pobrania od strony pozwanej opłaty od pozwu uzasadnia przepis art. 113 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. nr 167 poz. 1398 ze zm.).

Sąd nie przychylił się do wniosku pozwanego o połączenie spraw ze względu na to, że każde z postanowień objętych poszczególnymi pozwami wymaga osobnej oceny. Dlatego z punktu widzenia ekonomii postępowania nie byłoby to korzystne. Na marginesie dodać należy, że takie połączenie nie miałyby znaczącego wpływu na koszty postępowania. Połączenie na podstawie art. 219 kpc kilku spraw do łącznego rozpoznania i rozstrzygnięcia jest zabiegiem jedynie technicznym i nie prowadzi do powstania jednej nowej sprawy. Wobec powyższego koszty zastępstwa i wpis sądowy liczone byłyby dla każdej z połączonych spraw osobno.

SSR del. Adam Malinowski