

Sygn. akt XVII AmA 16/17

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 28 lutego 2019 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
w składzie:

Przewodniczący –	SSO Anna Maria Kowalik
Protokolant –	st. sekr. sąd. Joanna Preizner

po rozpoznaniu 28 lutego 2019 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z odwołania **A. N.**

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 30 grudnia 2016 r. Nr (...)

1. oddała odwołanie;
2. zasądza od **A. N.** na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 720,00 zł (siedemset dwadzieścia złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

SSO Anna Maria Kowalik

Sygn. akt XVII AmA 16/17

UZASADNIENIE

Decyzją Nr (...) z 30 grudnia 2016 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej pozwany, Prezes UOKIK):

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) (dalej u.o.k.i.k.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4-6 u.o.k.i.k. po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu – postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów zachowania przedsiębiorcy **A. N. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) w **P.** polegające na:**

1. zamieszczeniu we wzorcu umownym pn. „Umowa sprzedaży” postanowienia o następującej treści: „Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku i jest dostarczany w zapieczętowanym opakowaniu. Ze względów higienicznych, Kupującemu nie przysługuje prawo

do odstąpienia od umowy a przedmiot świadczenia nie podlega zwrotowi po otwarciu opakowania lub jego użyciu.”,

co w związku z naruszeniem art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.) ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.) (dalej u.p.n.p.r.) oraz stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 16 sierpnia 2016 r.;

2. zamieszczeniu we wzorcu umownym pn. „Umowa sprzedaży” postanowienia o następującej treści: „Z zastrzeżeniem wskazanym w zdaniu poprzednim, Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zawarcia umowy poprzez złożenie Sprzedającemu pisemnego oświadczenia o odstąpieniu od umowy.”,

co w związku z naruszeniem art. 28 pkt 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.) ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.) oraz stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 16 sierpnia 2016 r.;

3. zamieszczeniu w formularzu reklamacji postanowienia o następującej treści: „(...) żądam, na podstawie art. 8 ust. 1 w zw. z art. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego doprowadzenia do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę towaru.”,

co ogranicza prawo konsumentów do wyboru roszczenia z tytułu rękojmi i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.) oraz stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 16 sierpnia 2016 r.

II. Na podstawie art. 26 ust. 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 27 ust. 4 tejże ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, nałożył na A. N. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) w P.:

1. obowiązek publikacji wersji jawnej niniejszej decyzji w całości, na koszt A. N. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) w P., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania decyzji jest to strona internetowa (...) w ciągu 30 dni od daty uprawomocnienia się decyzji w ten sposób, że odnośnik do treści wersji jawnej decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej;

2. obowiązek wystosowania listem poleconym do wszystkich konsumentów, którzy zawarli umowy sprzedaży od 1 stycznia 2015 r. do 15 sierpnia 2016 r., w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji, pisemnej informacji zawierającej treść sentencji niniejszej decyzji wraz ze wskazaniem, że pełna jej treść dostępna jest na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (...).

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.i.k. nałożył na A. N. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) w P., kary pieniężne płatne do budżetu państwa,

1. w wysokości 9.771 złotych z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w punkcie I.1 decyzji,
2. w wysokości 9.771 złotych z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w punkcie I.2 decyzji,
3. w wysokości 9.771 złotych z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w punkcie I.3 decyzji.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 u.o.k.i.k. oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 23 ze zm.) w związku z art. 83 u.o.k.i.k. obciążył A. N. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) w P. kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązał tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 35,10 zł w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Powód - A. N. złożył odwołanie od niniejszej Decyzji, zaskarżając ją w całości. Jednocześnie wniósł o uchylenie Decyzji, ewentualnie jej zmianę, a w każdym wypadku o zasądzenie od Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Zaskarżonej Decyzji powód zarzucił:

1. naruszenie art. 231 k.p.c. oraz art. 227 k.p.c. w zw. z art. 84 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów polegające na błędnym skonstruowaniu domniemań faktycznych poprzez:

a) oparcie wniosku nie o ustalone fakty, lecz domysły i nie znajdujące oparcia w materiale dowodowym hipotezy Prezesa UOKiK;

b) wyprowadzenie z ustalonych faktów wniosków, które z nich nie wynikały, a w szczególności uznanie, iż naruszenie przepisów ustawy rzeczywiście miało miejsce;

c) zaniechanie należytej analizy zebranych materiałów dowodowych, w szczególności w postaci dokumentów i pism zgłaszanych przez odwołującego.

2. naruszenie przepisu art. 228 § 1 k.p.c. przez ustalenie jako okoliczności notoryjnej niskiego stanu świadomości prawnej polskiego konsumenta, gdy okoliczność ta nie należy do kategorii faktów powszechnie znanych;

3. naruszenie przepisu art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. poprzez przyjęcie, że wzorzec przeciętnego konsumenta może być relatywizowany w odniesieniu do przedmiotu wiedzy, takiego jak świadomość praw konsumenta i oznaczać wzorzec konsumenta nie poinformowanego o przysługujących mu prawach;

4. naruszenie przepisu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. poprzez uznanie, że wzorcem konsumenta uwzględnianym przy ocenie ryzyka wprowadzenia w błąd co do okoliczności natury prawnej jest konsument nieuwważny i niewydukowany;

5. naruszenie przepisu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 u.p.n.p.r. w związku z art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, przez przyjęcie, że odwołujący dopuścił się nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzeniu w błąd, naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;

6. naruszenie przepisu art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. w zw. z art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, przez zastosowanie, podczas gdy narzucane odwołującemu zachowania mogły mieć jedynie postać zaniechania;

7. naruszenie przepisu art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, poprzez przypisanie temu przepisowi roli podstawy prawnej umożliwiającej ocenę zachowania przedsiębiorcy jako bezprawnego;

8. naruszenie przepisu art. 106 ust. 1 uokik poprzez:

a) przyjęcie dowolności w wymierzeniu kar, jedynie z zachowaniem ograniczenia ich górnej granicy, czego konsekwencją było nałożenie kar w nadmiernej wysokości, zbyt wygórowanych;

b) wymierzenie kar w wysokościach odpowiadających karom za naruszenia o charakterze rzeczywistym, podczas gdy ewentualne naruszenia miały charakter jedynie potencjalny;

c) nałożenie kary nieodzwierciedlającej wagi naruszenia ustawy, a jak podał powód, biorąc pod uwagę ogólną kwotę jego obrotu - kary niespełniającej ani funkcji represyjnej ani prewencyjnej;

d) wymierzenie kar abstrakcyjnych i nieproporcjonalnych do potencjału ekonomicznego przedsiębiorcy, nieuwzględniających wpływu ich uiszczenia na aktywa przedsiębiorcy i prowadzoną przez niego działalność, zagrażających jego stabilności finansowej;

9. naruszenie przepisu art. 111 uokik poprzez jego niewłaściwe zastosowanie, tj.:

a) bezpodstawne przyjęcie, że waga i charakter kwestionowanych praktyk są znaczne;

b) nie wzięcie pod uwagę okoliczności dotyczących braku winy odwołującego;

c) bezpodstawne przyjęcie, iż postępowanie nie osiągnęło swojego podstawowego celu, podczas gdy w rzeczywistości zasadniczy cel, czyli wyegzekwowanie przestrzegania przepisów ustawy został już zrealizowany, zaś kwestionowane zachowania zostały wyeliminowane z obrotu gospodarczego.

W uzasadnieniu odwołania powód wywiódł, że pozwany nie wykazał spełnienia wszystkich przesłanek pozwalających na uznanie jego postępowania za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Powód wskazał, że ustalenie prawidłowego wzorca przeciętnego konsumenta ma kluczowe znaczenie w kontekście możliwości przypisania mu nieuczciwej praktyki rynkowej. Podkreślił, że w niniejszej sprawie brak jakichkolwiek ustaleń dotyczących jego faktycznego postępowania, które uzasadniałyby przyjęcie rozumowania, zgodnie z którym przeciętny konsument mógłby rozumieć powołaną w formularzu reklamacji klauzulę w ten sposób, że zrzeka się roszczeń związanych z reklamacją w postaci domagania się wymiany towaru, obniżenia jego ceny, bądź odstąpienia od umowy. Przy czym, jak podał powód, Prezes UOKiK nie przytoczył chociażby namiastki jakiegokolwiek negatywnej opinii konsumentów w tym przedmiocie. Powód zauważył, iż organ zupełnie nie pochylił się nad poczynieniem ustaleń w przedmiocie rzeczywistego przebiegu procedury reklamacyjnej w przypadku zgłoszenia przez konsumenta wad towaru. W szczególności, w żaden sposób nie wziął pod uwagę, że powód - w celu satysfakcji i utrzymania klienta - nawet nie będąc świadomym obowiązywania innych przepisów - zapewniał konsumentom dalej idące uprawnienia, aniżeli te przewidziane we wzorcu reklamacji. Powód wyraził przekonanie, iż Prezes powinien zatem w sposób bardziej wnikliwy i wszechstronny przeprowadzić postępowanie dowodowe. Natomiast w żaden sposób nie pochylił się nad zbadaniem jakichkolwiek innych dokumentów poza treścią wzorca oraz reklamacji, jak chociażby danych dotyczących złożonych oświadczeń o odstąpieniu od zawartych z przedsiębiorcą umów, czy liczby uwzględnionych reklamacji.

Ponadto powód zaznaczył, że nieudzielenie wszystkich informacji w przedmiocie uprawnień przysługujących konsumentom, a przynajmniej nieudzielenie ich w sposób zarzucany odwołującemu, nie może być kwalifikowane jako działanie wprowadzające w błąd. Zachowanie takie powinno być potraktowane jako zaniechanie informacyjne. Samo zaś pominięcie informacji w formularzu reklamacji nie uzasadnia, według powoda, założenia leżącego u podstaw zaskarżonej decyzji, zgodnie z którą odwołujący dopuścił się nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd polegającej na działaniu. W konsekwencji powód za zasadny uznał zarzut naruszenia art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., poprzez jego zastosowanie do zachowania, które nie było działaniem, lecz co najwyżej zaniechaniem. Natomiast w dalszej kolejności wskazał, że w danym stanie faktycznym brak jest wystarczających dowodów, by działanie powoda uznać za nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy o p.n.p.r. Stad brak jest, jego zdaniem, również podstaw uzasadniających nałożenie kary pieniężnej opisanej w pkt III.3.

Powód zaznaczył, iż znamienne jest, że Prezes UOKiK interpretował ogół faktów w taki sposób, aby potwierdzały przyjętą a priori tezę o istnieniu naruszenia. Zwrócił uwagę, że przypisanie czynu nie powinno opierać się na domysłach i przypuszczeniach, lecz musi być wynikiem ustaleń faktycznych poczynionych zgodnie z obowiązującymi

Prezesa UOKiK rygorami. Wyprowadził z tego wnioszek, że Prezes UOKiK działał w sposób nieprofesjonalny i nieobiektywny, podczas gdy zarówno w krajowym, jak i wspólnotowym porządku prawnym, należy odwoływać się do zasady domniemania niewinności.

W kwestii zasadności odstąpienia od nałożenia kary opisanej w pkt III.1 oraz pkt III.2 decyzji powód podniósł, iż kara pieniężna jest środkiem najsurowszym, zaś w okolicznościach faktycznych niniejszej sprawy nałożenie kary pieniężnej należałoby uznać za nieproporcjonalne. Powód wskazał, że w ustaleniach faktycznych brak wiarygodnych informacji o skargach konsumentów wykazujących szkodliwość praktyki dla interesów konsumentów, co jak podał bezpośrednio rzutuje na zasadność skorzystania przez Prezesa Urzędu ze swobodnego uznania przy podjęciu samej decyzji o nałożeniu kary, jak i przy ocenie legalności jej wysokości. Powód zauważył, że postuluje się, iż kary powinny być nakładane w szczególności wówczas, gdy na skutek stosowania praktyki odniesione zostały korzyści finansowe. Niemniej jednak z powodu rozproszenia ewentualnie poszkodowanych podmiotów tymi praktykami, mało prawdopodobne jest wystąpienie przez nie z roszczeniami odszkodowawczymi. Opierając się na stanowisku doktryny powód wskazał również, że w niektórych przypadkach zasada proporcjonalności może uzasadniać także odstąpienie od nakładania kary pieniężnej na przedsiębiorcę, zwłaszcza, gdy mamy do czynienia z zaniechaniem, albo gdy naruszenie przepisów zostało już usunięte przez przedsiębiorcę. W tym kontekście nałożenie kary może okazać się środkiem nieprzydatnym, a zwłaszcza niekoniecznym do osiągnięcia zamierzonego celu (tu: wyegzekwowania przestrzegania przepisów ustawy). Powód podkreślił więc, że praktyki opisane w pkt I.1 i pkt I.2 były stosunkowo lekkie, były stosowane krótko, co jego zdaniem przemawia za nienakładaniem kary pieniężnej. Odnosząc się do stopnia naruszenia przepisów ustawy podniósł, iż waga, ciężar i szkodliwość naruszenia przepisów ustawy była niewielka. Wina sprawcy była nieumyślna, zaś skutki stosowania praktyk były jedynie potencjalne. Powód uznał, że z uwagi na powyższe, do przedmiotowej decyzji powinny być stosowane okoliczności łagodzące. Jako najistotniejszą z nich wymienił zaprzestanie naruszenia w toku postępowania i to niezależnie od motywacji przedsiębiorcy. Podniósł bowiem, iż zaprzestanie naruszenia oznacza, że postępowanie osiągnęło swój podstawowy cel w postaci wyeliminowania zachowania sprzecznego z ustawą, a i wydana decyzja nie będzie musiała być egzekwowana, co jak wskazał, przemawia za nienakładaniem kary pieniężnej.

Odnosnie nieadekwatności kar opisanych w pkt III decyzji powód zwrócił uwagę, iż budzi istotne wątpliwości fakt, że żadnemu z zachowań stanowiących podstawę wymierzenia kar Prezes UOKiK nie przypisał znaczenia wiodącego, a wszystkie potraktował analogicznie i porównywalnie, podczas gdy ewentualny potencjalny skutek mogło wywoływać ewentualnie stosowanie postanowienia opisanego w pkt I i II decyzji.

Jeśli chodzi o dolegliwość kary, powód podniósł, że przy obliczaniu jej wartości Prezes UOKiK całkowicie abstrahował od straty, którą w roku 2015 poniósł przedsiębiorca. Powód zauważył, że nałożenie kary w wysokości rażąco dotkliwej osłabi (w rzeczy samej nadszarpniętą już stratą) sytuację ekonomiczną przedsiębiorcy w stopniu osłabiającym jego konkurencję na rynku, a nawet uniemożliwiającym mu dalsze kontynuowanie działalności. Na marginesie dodał również, że konsekwencją dowolności Prezesa UOKiK w kontekście ustalania wysokości kary w niniejszej sprawie będzie również redukcja liczby etatów w przedsiębiorstwie, gdyż ze względu na brak możliwości finansowych przedsiębiorca nie będzie w stanie wypłacić pracownikom wynagrodzenia. Powód wyraził przekonanie, że kwestią nie budzącą wątpliwości jest zatem uwzględnienie zasady proporcjonalności i indywidualizacji w odniesieniu do nałożonej kary, a w konsekwencji - odstąpienie od jej nałożenia, bądź przynajmniej obniżenie jej wymiaru. Podkreślił, iż w chwili obecnej sankcja nałożona na niego w decyzji w żaden sposób nie koresponduje z szeroko pojętym proporcjonalnym zakreśleniem dolegliwości i nie uwzględnia rzeczywistej skali oddziaływania przedsiębiorcy na rynek. Ewidentnie natomiast ma na celu przyczynienie się do całkowitego zachwiania płynnością przedsiębiorcy, a wreszcie unicestwienia jego statusu.

W odpowiedzi na odwołanie Prezes UOKiK wniósł o jego oddalenie oraz zasądzenie kosztów postępowania sądowego według norm przepisanych.

W piśmie z 20 września 2017 r. strona powodowa wskazała, że w związku z permanentnymi problemami finansowymi A. N. 25 lipca 2017 r. zaprzestał wykonywania działalności gospodarczej pod firmą(...), która została wykreślona z CEIDG z dniem 26 lipca 2017 r.

Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

A. N. prowadził działalność gospodarczą pod nazwą (...) w P. na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej (dalej: „CEIDG”) (dalej powód, Przedsiębiorca). Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy była m.in. pozostała sprzedaż detaliczna wyrobów tekstylnych poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (kod PKD: (...)). (k.158 akt adm.). Przedsiębiorca prowadził działalność gospodarczą polegającą na zawieraniu umów sprzedaży pościeli oraz artykułów gospodarstwa domowego poza lokalem przedsiębiorstwa. Osoby zapraszone na prezentacje wyłaniane były poprzez wybieranie ich numerów z książki telefonicznej (...) S.A./ (...) S.A. Jeśli podczas rozmowy telefonicznej osoby te wyrażały zgodę Przedsiębiorca kierował do nich pisemne zaproszenie (k. 78 akt adm.).

W kontaktach z konsumentami Przedsiębiorca posługiwał się jednym wzorcem umownym „Umowa sprzedaży” dla wszystkich sprzedawanych towarów (k. 15 akt adm.), w treści którego- w pkt 3- były zawarte następujące postanowienia:

-„Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku i jest dostarczany w zabezpieczonym opakowaniu. Ze względów higienicznych, Kupującemu nie przysługuje prawo do odstąpienia od umowy a przedmiot świadczenia nie podlega zwrotowi po otwarciu opakowania lub jego użyciu.”;

- „Z zastrzeżeniem wskazanym w zdaniu poprzednim, Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zawarcia umowy poprzez złożenie Sprzedającemu pisemnego oświadczenia o odstąpieniu od umowy.”(k. 19 akt adm.).

Przedsiębiorca posługiwał się również formularzem reklamacji, w treści którego zamieścił postanowienie w brzmieniu:

- „(...) żądam, na podstawie art. 8 ust. 1 w zw. z art. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę towaru.” (k. 39 akt adm.).

W przypadku sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa towar wydawany był klientom na miejscu zawarcia umowy, po zakończeniu prezentacji. W szczególnych przypadkach, gdy zabrakło towaru na miejscu, w którym przeprowadzana była prezentacja, za zgodą klienta, towar miał być dostarczony za pośrednictwem kuriera na wskazany przez klienta adres oraz w dogodnym dla niego terminie. Ponadto dostarczanie towaru w terminie późniejszym mogło nastąpić na skutek prośby konsumenta wyrażonej podczas zawierania umowy (k. 12 akt adm.).

Zarówno wzorec umowy sprzedaży jak i formularz reklamacyjny w przytoczonym brzmieniu były stosowane od stycznia 2015 r. (k. 192 akt adm.).

W dniu 20 lipca 2016 r. Prezes Urzędu postanowieniem Nr (...) wszczął wobec A. N. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) w P. postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na zamieszczeniu w umowie sprzedaży i formularzu reklamacyjnym zacytowanych wyżej postanowień (postanowienie k. 2- 6 akt adm.).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Przedsiębiorca wskazał, że podjął działania w celu dostosowania treści stosowanych w obrocie z konsumentami wzorców do obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa. Kwestionowane postanowienia pkt 3 wzorca umowy sprzedaży zostały usunięte, w ich miejsce Przedsiębiorca wprowadził następującą treść: „Kupujący, który zawarł Umowę Sprzedaży może od tej umowy odstąpić składając oświadczenie w terminie do czternastu (14)

dni od dnia otrzymania Towaru.” Przedsiębiorca dokonał również zmiany treści zapisu formularza reklamacyjnego nadając mu nową treść: „(...) na podstawie ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny żądam:

- wymiany towaru na nowy* (art. 561 § 1),
- nieodpłatną naprawę towaru * (art. 561 § 1),
- obniżenia ceny towaru o kwotę ... (słownie:) zł. Proszę o zwrot podanej kwoty na konto/ przekazem pocztowym na mój adres* (art. 560 § 1),
- odstępuję od umowy i proszę o zwrot ceny towaru na konto * (art. 560 § 1)

(* niepotrzebne skreślić”).

Przedsiębiorca oświadczył, że zmiany w przedstawionym zakresie zostaną wprowadzone do 15 sierpnia 2016 r. (k. 159-164 akt adm.). W kolejnym piśmie Przedsiębiorca poinformował, że zmienione wzorce są stosowane od 16 sierpnia 2016 r. (k. 192 akt adm.) i przedłożył kopie zawartych umów w oparciu o zmienione wzorce (k. 174-183 akt adm.).

W nawiązaniu do przekazanego przez Prezesa Urzędu Szczegółowego Uzasadnienia Zarzutów, Przedsiębiorca pismem z 9 grudnia 2016 r. odniósł się do przedstawionych ustaleń faktycznych i oceny prawnej. W ww. piśmie Przedsiębiorca wniósł o:

- odstąpienie od wydania decyzji, o której mowa w art. 26 oraz art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, gdyż Przedsiębiorca zaniechał stosowania kwestionowanych postanowień wzorca umowy i formularza reklamacji;
- odstąpienie od nakładania na Przedsiębiorcę kary pieniężnej na podstawie art. 106 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z uwagi na niezawinione i nieświadome zachowanie Przedsiębiorcy, dobrowolne usunięcie kwestionowanych postanowień wzorca umowy i wzoru formularza reklamacji, zaniechanie stosowania kwestionowanych praktyk niezwłocznie po powzięciu wiadomości w tym przedmiocie, współpracę z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się Przedsiębiorcy do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania;
- polubowne zakończenie niniejszego postępowania, tj. wydanie decyzji zobowiązującej Przedsiębiorcę do umieszczenia na każdej kopii umowy sprzedaży pieczęci o treści: „Potwierdzam odbiór formularza reklamacyjnego”, przy której konsument będzie umieszczał oddzielny podpis, ewentualne zobowiązanie Przedsiębiorcy do sporządzenia listy, na której konsument będzie kwitował osobnym podpisem odbiór formularza reklamacyjnego z zastrzeżeniem, że w razie jakichkolwiek braków lub wątpliwości co do treści złożonego wniosku Przedsiębiorca jest otwarty na propozycje Prezesa Urzędu, co do treści wniosku. (pismo powoda k. 211-213 akt adm.)

Pismem z 20 grudnia 2016 r. Prezes Urzędu zawiadomił Przedsiębiorcę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy (k. 214 akt adm.).

Pismem z dnia 21 grudnia 2016 r. Przedsiębiorca wniósł o wymierzenie w stosunku do niego kary w minimalnym zakresie, tj. z uwzględnieniem okoliczności łagodzących w postaci znikomego charakteru kwestionowanych praktyk, zaniechania ich stosowania, podjęcia działań w celu zaprzestania ich stosowania oraz współpracy z Prezesem Urzędu w toku postępowania (k. 217-218 akt adm.).

Kolejnym pismem z dnia 21 grudnia 2016 r. pełnomocnik Przedsiębiorcy oświadczył, że Przedsiębiorca nie będzie korzystał z uprawnienia do zapoznania się z materiałem zebrany w sprawie (k. 220 akt adm.).

30 grudnia 2016 r. Prezes UOKIK wydał zaskarżoną Decyzję (k. 221- 243 akt adm.).

A. N. z dniem 25 lipca 2017 r. zaprzestał wykonywania działalności gospodarczej pod firmą (...), która została wykreślona z CEIDG z dniem 26 lipca 2017 r. (k. 44- 45 akt sąd.).

W 2015 r. Przedsiębiorca osiągnął łączny obrót z prowadzonej działalności gospodarczej w kwocie (...)zł (k. 184-189 akt adm.).

Powyższy stan faktyczny został ustalony przez Sąd w oparciu o dowody z dokumentów zgromadzone w toku postępowania administracyjnego i sądowego, niekwestionowane przez strony postępowania.

W tym stanie faktycznym Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Odwołanie nie zasługuje na uwzględnienie, bowiem zaskarżona Decyzja jest słuszna i ma oparcie w przepisach prawa a podnoszone przez powoda zarzuty są nietrafne, stąd nie mogą skutkować uchYLENIEM, czy też zmianą Decyzji.

W pkt I Decyzji Prezes UOKiK określił niedozwolone praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, jakich miał dopuścić się powód, które jak uznał stanowią jednocześnie nieuczciwe praktyki rynkowe w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.i.k. zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do treści art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w tym w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką oznaczoną w art. 24 ust. 2 ustawy można zatem dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia następujących przesłanek:

- 1) bezprawności działania przedsiębiorcy,
- 2) godzenia tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Nie budzi wątpliwości w niniejszej sprawie, że powód jest przedsiębiorcą i że podejmował działania w obrocie z konsumentami. Rozstrzygnięcia wymagały więc kwestie, czy zachowania Przedsiębiorcy opisane w stanie faktycznym sprawy są bezprawne i czy naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

O bezprawności w rozumieniu powołanego przepisu możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy - czyli jego działanie, jak również zaniechanie - jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc jest niezależna od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody.

Zgodnie zaś z art. 3 u.p.n.p.r. stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. 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.

Przenosząc powyższe rozważania na grunt niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane zaskarżoną Decyzją zachowania powoda mające prowadzić do ograniczenia uprawnień konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz do wyboru roszczenia z tytułu rękojmi niewątpliwie mieszczą się w ustawowym pojęciu praktyki rynkowej. Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy związane jest bowiem bezpośrednio z nabyciem towaru sprzedawanego przez Przedsiębiorcę poza lokalem przedsiębiorstwa. Z nabyciem tym wiąże się również odpowiedzialność Przedsiębiorcy z tytułu rękojmi a zatem możliwość korzystania przez konsumenta z roszczenia z tytułu rękojmi w przypadku wad sprzedanego towaru.

W kwestii nieuczciwości praktyk rynkowych trzeba odwołać się do art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., zgodnie z którym 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 dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

W myśl art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r. za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu praktyk. Co istotne art. 4 ust. 2 zd. 2 u.p.n.p.r. stanowi, że wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust 1. ustawy.

Jedną z nieuczciwych praktyk rynkowych jest zatem praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd, a te właśnie przypisano powodowi w pkt I Decyzji.

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w art. 2 pkt 8 definiuje go jako takiego 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, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

W tym kontekście należało zatem stwierdzić, że modelu przeciętnego konsumenta ustalonego na potrzeby niniejszej sprawy nie będą wyróżniać żadne charakterystyczne cechy, czy przynależność do jakiejś szczególnej grupy konsumentów. Z okoliczności sprawy nie wynika bowiem, aby powód kierował opisaną w pkt I Decyzji praktyką w stosunku do określonego kręgu konsumentów. Sposób organizacji działalności handlowej Przedsiębiorcy wskazuje, że stosowane przez niego praktyki były skierowane do osób, które wyrażą chęć wzięcia udziału w pokazie produktów, niezależnie od ich wieku, wykształcenia, stanu majątkowego itp., ponieważ osoby zapraszone na prezentacje wyłaniane były poprzez wybieranie ich numerów z książki telefonicznej (...) S.A./ (...) S.A. Jeśli podczas rozmowy telefonicznej osoby te wyrażały zgodę Przedsiębiorca kierował do nich pisemne zaproszenie. Znaczenie ma w tym zakresie fakt, że podczas pokazów Przedsiębiorca sprzedawał artykuły gospodarstwa domowego, których zakup nie wymagał od nabywcy posiadania specjalistycznej wiedzy. Tym bardziej zatem w przypadku nabycia produktów zwykłego domowego użytku przeciętny, co ważne losowo wybrany konsument uznawany za osobę dorosłą, dostatecznie dobrze poinformowaną, uważną i ostrożną, nie musiał posiadać wysokiego poziomu świadomości prawnej, w tym co do przysługujących mu uprawnień związanych z prawem do odstąpienia od umowy, czy możliwością wystąpienia z roszczeniem z tytułu rękojmi, w sytuacji, gdy sprzedaż dokonywana była poza lokalem przedsiębiorstwa, w związku z którą przysługują inne uprawnienia niż w razie typowej sprzedaży w lokalu przedsiębiorstwa. W konsekwencji w analizowanym przypadku zainteresowanymi prezentacjami i produktami byli roztropni, aczkolwiek przeciętnie zorientowani konsumenci, którzy wobec umownego narzucenia przez Przedsiębiorcę w umowach sprzedaży i formularzach reklamacyjnych określonej treści postanowień mogli sądzić, że ukształtowane przez Przedsiębiorcę jako profesjonalistę warunki sprzedaży oraz kwestionowania zgodności towaru z umową są prawidłowe oraz obowiązujące choćby z powodu ich następczej akceptacji przez konsumenta. Ustalenia tego nie może niweczyć nawet podniesiona przez powoda okoliczność zgłaszania przez konsumentów oświadczeń o odstąpieniu od zawartych z Przedsiębiorcą

umów, ponieważ nie oznacza, iż przeciętny konsument miał wystarczające rozeznanie co do nadanych mu ustawami uprawnień, aby móc samodzielnie pod względem prawnym ocenić rozwiązania prawne przyjęte przez Przedsiębiorcę we wzorcach.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia możliwe było postawienie powodowi zarzutów stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych wprowadzających w błąd w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Przy czym w świetle art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r. wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Jednocześnie jak stanowi art. 5 ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r. wprowadzające w błąd działanie może w zwłaszcza dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy.

W przypadku opisanej w pkt I.1 Decyzji praktyki polegała ona zamieszczeniu we wzorcu umownym pn. „Umowa sprzedaży” postanowienia o następującej treści: „Zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku i jest dostarczany w zapieczętowanym opakowaniu. Ze względów higienicznych, Kupującemu nie przysługuje prawo do odstąpienia od umowy a przedmiot świadczenia nie podlega zwrotowi po otwarciu opakowania lub jego użyciu.”

Przedmiotowe postanowienie stosowane przez Przedsiębiorcę w ramach umów kupna- sprzedaży różnego typu produktów niewątpliwie wyłącza prawo do odstąpienia przez konsumenta od umowy w razie otwarcia opakowania lub użycia towaru. Tymczasem stosownie do treści przepisu art. 27 ustawy o prawach konsumenta, konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35. Jednocześnie, w myśl art. 34 ust. 4 ustawy, konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy, chyba że przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy zgodnie z wymaganiami art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy.

Zatem konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa ma co do zasady prawo do odstąpienia od umowy. Jednakże w przypadku korzystania z rzeczy nabytej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy ponosi jedynie odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy i to tylko w sytuacji, gdy został w sposób właściwy poinformowany o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy.

Opisane prawo do odstąpienia od umowy nie służy jedynie w wypadkach określonych w art. 38 ustawy o prawach konsumenta. Mianowicie jak wynika z art. 38 pkt 5 tej ustawy nie przysługuje ono w odniesieniu do umów, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu. W doktrynie wskazuje się jako przykłady takich przedmiotów: artykuły spożywcze, produkty kosmetyczne, produkty chemiczne wykorzystywane w gospodarstwie domowym, opatrunki, strzykawki, z jednoczesnym zaznaczeniem, że głównym celem art. 38 pkt 5 jest ochrona interesów przedsiębiorcy, gdy przedmiotem świadczenia są rzeczy wykazujące specyficzne właściwości wymagające transportu w zamkniętym opakowaniu. Chodzi o rzeczy, które – po otwarciu opakowania – nie mogą być następnie przedmiotem transportu ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych. Gdyby konsument otworzył opakowanie i odstąpił od umowy dotyczącej wspomnianych rzeczy, przedsiębiorca nie byłby w stanie ponownie zaoferować ich innemu nabywcy. Wprowadzenie omawianego wyjątku mogą także – do pewnego stopnia – uzasadniać względy natury ogólnospołecznej, tj. wymagania ochrony zdrowia publicznego (por. G. Bar (w:) Ustawa..., red. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek, s. 194). [Tomasz Czech, Prawa konsumenta. Komentarz, wyd. Wolters Kluwer Polska, 2017 r.]

Natomiast skoro powód, jak sam podał, sprzedawał wszelkiego typu produkty, np. lampy, czajniki, Kuchenki, do których zastosowanie miał jednolity wzorec umowy, nie można uznać, że Przedsiębiorca nie sprzedawał produktów,

co do których nie przysługiwało rzeczonyemu prawu do odstąpienia od umowy wynikające z art. 27 ustawy. Tym samym produkty nieobjęte przepisem art. 38 ustawy o prawach konsumenta mogły być swobodnie zwracane przez konsumenta.

Omawiane postanowienie wzorca umowy bez wątpienia wprowadza w błąd konsumentów co do charakteru dowolnego zakupionego produktu, wskazując, że zakupiony towar stanowi przedmiot osobistego użytku i jest dostarczany w zabezpieczonym opakowaniu, stąd ze względów higienicznych nie może być zwracany po otwarciu i użyciu, przez co kształtuje fałszywe wyobrażenie, że konsument nie może skorzystać z nadanego mu mocą ustawy prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Niewątpliwie zapis ten mógł wpływać na decyzję konsumenta, który wobec jego treści mógł zrezygnować ze skorzystania z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Bezsprzecznie taka decyzja z punktu widzenia sprzedawcy jest korzystna, a jednocześnie godzi w interesy konsumenta.

Na marginesie należy dodać, iż ze zgromadzonego w toku postępowania administracyjnego materiału dowodowego wynika, że Przedsiębiorca nie tylko zawarł kwestionowane postanowienie we wzorcach umów, ale też z niego korzystał, odmawiając konsumentom którzy odstąpili od umowy takiego prawa (pisma kierowane do konsumentów przez pełnomocnika powoda k.54-55,56 akt adm., k.63,65 akt adm., k.69 akt adm. k.73-75, akt adm., k.132-133,134 akt adm. k.144 akt adm., k.149-150,151-152,153 akt adm.).

W przypadku praktyki opisanej w pkt I.2 Decyzji polegała ona zamieszczeniu we wzorcu umownym pn. „Umowa sprzedaży” postanowienia o następującej treści: „Z zastrzeżeniem wskazanym w zdaniu poprzednim, Kupującemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty zawarcia umowy poprzez złożenie Sprzedającemu pisemnego oświadczenia o odstąpieniu od umowy.”

Przedmiotowe postanowienie pozostaje w sprzeczności z treścią art. 28 ustawy o prawach konsumenta, z którego treści wynika, że bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się dla umowy, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązany do przeniesienia jej własności - od objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik. Wobec tego początek biegu terminu do odstąpienia od umowy w przypadku wysłania zakupionego towaru za pośrednictwem przewoźnika przypada na moment objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub inną wyznaczoną osobę, stąd termin 14 dni na odstąpienie od umowy przez konsumenta liczy się od otrzymania towaru a nie zawarcia umowy. Tym samym zakwestionowane postanowienie poprzez ustalenie wcześniejszego momentu rozpoczęcia biegu terminu na złożenie sprzedającemu pisemnego oświadczenia o odstąpieniu od umowy, nie dość, że jest niezgodne z brzmieniem ustawy, to skracza w efekcie ustawowy termin na złożenie tego oświadczenia.

Materiał sprawy wskazuje, że w szczególnych przypadkach, gdy zabrakło towaru na miejscu, w którym przeprowadzana była prezentacja Przedsiębiorcy, za zgodą klienta, towar miał być dostarczony za pośrednictwem kuriera na wskazany przez klienta adres oraz w dogodnym dla niego terminie. Ponadto dostarczanie towaru w terminie późniejszym mogło nastąpić na skutek prośby konsumenta wyrażonej podczas zawierania umowy. W takich więc wypadkach zgodnie z zakwestionowanym postanowieniem konsument nie miał zagwarantowanych 14 dni na podjęcie decyzji co do zatrzymania towaru od chwili jego otrzymania, gdyż okres ten ulegał skróceniu o czas jaki upłynął od zawarcia umowy do objęcia przesyłki w posiadanie. W skrajnych przypadkach, przesyłka potencjalnie mogła dotrzeć do adresata nawet po upływie 14 dni, w związku z czym konsument na gruncie danego postanowienia utraciłby prawo do odstąpienia od umowy.

W związku z niewłaściwym uregulowaniem przez Przedsiębiorcę w analizowanym postanowieniu kwestii początku biegu terminu na złożenie sprzedającemu pisemnego oświadczenia o odstąpieniu od umowy konsument był wprowadzany w błąd co do faktycznego kształtu przysługującego mu uprawnienia. Z kolei fałszywe przekonanie konsumenta wywołane praktyką odbiorcy mogło prowadzić nawet do rezygnacji konsumenta z odstąpienia od umowy

w sytuacji, gdy zgodnie z zakwestionowanym postanowieniem termin na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy upłynął, podczas gdy nie upłynął jeszcze w świetle regulacji ustawowej.

Praktyka z pkt I.3 Decyzji polegała zaś na zamieszczeniu w formularzu reklamacji postanowienia o następującej treści: „(...) żądam, na podstawie art. 8 ust. 1 w zw. z art. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego doprowadzenia do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę towaru.”

Przede wszystkim należy zauważyć, że formularz reklamacyjny w przytoczonym brzmieniu był stosowany przez Przedsiębiorcę od stycznia 2015 r. W tym czasie nie obowiązywała natomiast ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 r. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), nie mogła zatem stanowić podstawy żądania naprawy wadliwego towaru. Na mocy art. 52 pkt 2 ustawy o prawach konsumenta od dnia 25 grudnia 2014 r. procedurę reklamacyjną regulują zapisy Kodeksu cywilnego wyrażone w dziale „Rękojmia za wady”.

Obecnie obowiązujące przepisy wyrażone w art. 560 § 1 oraz art. 561 § 1 k.c. przewidują alternatywne uprawnienia do żądania wymiany towaru na nowy, do usunięcia wady (naprawy), do obniżenia ceny oraz do odstąpienia od umowy. Mianowicie jeżeli kupiona rzecz ma wadę konsument może żądać wymiany rzeczy na wolną od wad albo usunięcia wady, może też złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo – o ile wada jest istotna – o odstąpieniu od umowy. Należy przy tym podkreślić, że sprzedawca w określonych okolicznościach może nie uznać tego wyboru. Zależy to np. od tego czy jest to pierwsza reklamacja, jaki jest charakter wady (istotna/nieistotna) oraz od łatwości i szybkości naprawy albo wymiany towaru. W przypadku pierwszej reklamacji wadliwej rzeczy sprzedawca zamiast obniżenia ceny albo zwrotu pieniędzy ma prawo zaproponować wymianę albo naprawę – niezwłoczną i bez nadmiernych niedogodności dla konsumenta. Niemniej decyzja należy do konsumenta. Sprzedawca może odmówić spełnienia żądania tylko pod warunkiem, że okaże się niemożliwe do spełnienia albo wymagałoby nadmiernych kosztów w porównaniu ze sposobem zaproponowanym przez sprzedawcę.

Tym niemniej w razie realizacji przez konsumenta praw z tytułu rękojmi sprzedawca nie może z góry narzucać konsumentowi konkretnego rozwiązania, jak w niniejszym przypadku- doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę, gdyż w ten sposób nie pozostawia reklamującemu możliwości wyboru roszczenia, ograniczając uprawnienia konsumenta tylko do żądania naprawy towaru, mimo, że pozostałe roszczenia również byłyby w danym przypadku uprawnione. Przedsiębiorca nie może bowiem samowolnie ograniczać uprawnień konsumentów. Artykuł 558 § 1 zd. 2 k.c. stanowi, że jeśli kupującym jest konsument, ograniczenie lub wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest dopuszczalne tylko w przypadkach określonych w przepisach szczególnych. Ograniczenie lub wyłączenie tej odpowiedzialności nie leży zatem w gestii Przedsiębiorcy.

Tymczasem konsumenci, kierując się otrzymanym od Przedsiębiorcy formularzem reklamacyjnym, wprowadzani byli w błąd, iż mogą wykorzystać tylko jedno z czterech przysługujących im roszczeń. Część z nich z uwagi na kwestionowane postanowienie mogła zrezygnować ze złożenia reklamacji lub wystąpić tylko z roszczeniem podyktowanym przez Przedsiębiorcę.

Z powyższych rozważań co do każdego zachowania Przedsiębiorcy wprowadzającego w błąd należy wywieść, że po pierwsze do zmylenia konsumentów dochodziło w wyniku rozpowszechniania przez Przedsiębiorcę nieprawdziwych informacji odnoszących się do praw konsumenta, czyli wbrew twierdzeniom powoda w wyniku jego działań a nie zaniechań, a po drugie na ich skutek przeciętni konsumenci mogli podejmować lub podejmowali decyzje dotyczące umowy, których inaczej by nie podjęli.

Niniejsze prowadzi do wniosku, że powód dopuścił się praktyk z art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r. Nie doszło zatem do naruszenia wskazanych przepisów. Praktyki te jako zakazane są więc bezprawne.

Bezprawne praktyki muszą być wymierzone w zbiorowe interesy konsumentów, czyli odnosić się do obecnych, przyszłych i potencjalnych konsumentów, a więc naruszać prawa nieograniczonej bliżej nieokreślonej liczby

konsumentów. Interes, który jest chroniony owym przepisem, to interes prawny rozumiany jako określone potrzeby konsumenta, które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony (tak Sąd Najwyższy w uzasadnieniu do uchwały z 13 lipca 2006 r. sygn. akt III SZP 3/06).

Niewątpliwie opisane praktyki naruszały zbiorowe interesy konsumentów, albowiem nakierowane były na nieograniczony krąg konsumentów mogących po pierwsze, wziąć udział w prezentacji produktu, a po drugie, zawrzeć umowę sprzedaży z użyciem wzorca stosowanego przez powoda. Praktyki były wymierzone we wszystkich konsumentów, którzy mogli zapoznać się z ofertą prezentowaną przez powoda, a najdobitniej oddziaływały na tych, którzy zawarli umowy sprzedaży, przez co wskazane praktyki godziły w interesy szerokiego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku będących klientami powoda, bądź zagrażały jego potencjalnym klientom.

W tym stanie rzeczy uznanie praktyk opisanych w pkt I Decyzji za naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 u.o.k.i.k. było prawidłowe. Prezes UOKiK nie powołał przy tym jako podstawy swojej Decyzji art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k., mimo, że praktyki powoda stanowiły nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w tym artykule. Tym niemniej praktyki powoda zostały właściwie zakwalifikowane jako nieuczciwe praktyki rynkowe z art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r. wypełniające znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów z art. 24 ust. 1 u.o.k.i.k., toteż zarzut powoda naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. jest niezasadny.

Przedmiotowe praktyki zostały zaniechane przez powoda w dniu 16 sierpnia 2016 r., dlatego Prezes UOKiK słusznie wydał w oparciu o art. 27 ust. 1 i 2 u.o.k.i.k. w zw. z art. 24 ust. 1 u.o.k.i.k. Decyzję o uznaniu praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie ich stosowania.

Jednocześnie Prezes UOKiK skorzystał z możliwości przewidzianej art. 26 ust. 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 27 ust. 4 u.o.k.i.k. i nałożył na Spółkę obowiązek publikacji Decyzji. Obowiązek ten ma na celu poinformowanie konsumentów o przysługujących im uprawnieniach.

Ustalenia odnośnie stosowania przez powoda zakazanych praktyk wskazywały natomiast na możliwość nałożenia na powoda kar pieniężnych za zachowania opisane w pkt I Decyzji. W myśl bowiem art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.i.k. Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24. Z art. 106 ust. 1 ustawy 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 Prezes UOKiK. Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. W okolicznościach niniejszej sprawy nałożenie kar należało jednak uznać za konieczne przede wszystkim wobec charakteru, wagi oraz czasu trwania naruszenia przez powoda przepisów ustawy, które to naruszenie należy określić jako poważne. W ocenie Sądu wymierzenie kary zgodne było z zasadą celowości i proporcjonalności.

Ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej Prezes URE uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Tym samym należało wziąć pod uwagę, że naruszenia jakich dopuścił się powód miały miejsce na etapie zawierania kontraktu ze skutkiem na jego wykonanie. Powód stosował praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów stanowiące równocześnie nieuczciwe praktyki rynkowe polegające na wprowadzaniu konsumentów zawierających umowę poza lokalem przedsiębiorstwa w błąd co do przysługujących im uprawnień związanych z realizacją prawa do odstąpienia od umowy oraz w zakresie uprawnień przysługujących z tytułu rękojmi. Podkreślenia wymaga, iż rzeczony uprawnienia są jednymi z podstawowych, głównych praw przyznanych konsumentowi przez ustawodawcę w związku z zawarciem umowy kupna- sprzedaży, gdyż chodzi o prawo do rezygnacji z realizacji umowy i zwrotu towaru oraz reklamowania wadliwego towaru. Wprowadzanie konsumentów w błąd co do kształtu tak zasadniczych

praw konsumentów jest zatem wysoce naganne, zwłaszcza że naruszenia powoda prowadziły do wysoce negatywnych skutków dla konsumentów. Niezgodne z prawem sformułowanie możliwości odstąpienia od umowy oraz sposobu korzystania z rękojmi w konsekwencji mogło albo spowodować dostosowanie przez konsumenta do niewłaściwych regulacji stosowanych przez Przedsiębiorcę albo w ogóle niedochodzenie przez konsumentów praw przyznanych im ustawą. W każdym z tych przypadków dochodzi do istotnego pokrzywdzenia konsumentów, w szczególności, że decyzje podejmowane przez konsumentów na skutek działania Przedsiębiorcy mogły prowadzić do dużych strat finansowych ze względu na wysokie koszty towarów sprzedawanych przez Przedsiębiorcę. Dlatego szkodliwość jego działań była znaczna. Co potwierdza również analiza pism kierowanych przez powoda do konsumentów, którzy chcieli lub odstępowali od umowy, w których powód jednoznacznie odmawiał konsumentów uznania ich praw przyznanych im przez ustawę, co z kolei mogło doprowadzić do strat finansowych po stronie konsumentów. Musieli oni bowiem ponieść koszty związane z zakupem towaru, z którego zakupu zgodnie z prawem mogli zrezygnować.

Wobec tego, że Przedsiębiorca wprowadzał w błąd odnośnie kluczowych praw nadanych konsumentom ustawą, a ich interpretacja jest nieskomplikowana i jednolita w orzecznictwie, Sąd uznał, że stanowisko Prezesa UOKiK w przedmiocie nieumyślności działania Przedsiębiorcy jest wyrozumiałe. Przedsiębiorca jako profesjonalista ma bowiem obowiązek na bieżąco monitorować wszystkie przepisy, które regulują warunki prowadzenia działalności gospodarczej. Przedsiębiorca mógł bez przeszkód sprawdzić i ustalić, jakie obowiązki nakładają na niego obowiązujące przepisy prawa w zakresie sprzedaży konsumenckiej, stąd zasady prawa konsumenta do odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz prawa do rękojmi powinien i musiał znać.

Niedozwolone praktyki były stosowane przez Przedsiębiorcę od stycznia 2015 r. do 16 sierpnia 2016 r., a zatem długo, bo około półtora roku. Ponadto uwzględniony został fakt, że Przedsiębiorca dopuścił się już wcześniej naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jak podał pozwany, w dniu 02 grudnia 2013 r. została wydana przez Prezesa Urzędu decyzja Nr (...), w której stwierdzono stosowanie przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ponadto należało wziąć pod uwagę motywację powoda a była nią chęć osiągnięcia korzyści majątkowych kosztem konsumentów.

Z przesłanej przez Przedsiębiorcę informacji o wysokości uzyskanego obrotu za 2015 r. wynika, że we wskazanym roku uzyskał on łączny obrót na kwotę (...) zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2015 r., tj. 4,2615 zł, stanowi po zaokrągleniu 955 360 euro. Obrót Przedsiębiorcy w 2015 r. jest więc wyższy niż 100 000 euro, co uzasadnia zastosowanie art. 106 ust. 1 u.o.k.i.k. przy nałożeniu na powoda kar pieniężnych, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 i 6 tego przepisu.

Sąd zważył, że nawet strata poniesiona przez Przedsiębiorcę w 2015 r. w kwocie 84 092,66 zł ani późniejsza likwidacja firmy powoda nie implikuje konieczności rezygnacji z nałożenia na A. N. kar pieniężnych. Na złagodzenie tych kar wpłynął zaś fakt zaprzestania stosowania praktyk przez powoda.

Uwzględniając wszystkie okoliczności naruszeń dokonanych przez powoda Sąd uznał, że nałożenie na niego kar w wysokości 9 771 zł za każde niedozwolone działanie jest adekwatne i odpowiednie.

W ocenie Sądu kary te spełnią w szczególności swoją funkcję represyjną i prewencyjną, zapobiegając podobnym naruszeniom w przyszłości. Stanowią one sankcję o odpowiednim stopniu dolegliwości, proporcjonalnym do wagi, stopnia naruszenia przepisów ustawy, nie większym niż to niezbędne dla osiągnięcia zamierzonego celu nałożonych kar.

Sąd stwierdził więc, że zarzuty powoda sformułowane w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 i art. 111 u.o.k.i.k. są bezpodstawne, gdyż ustalone okoliczności niniejszej sprawy w pełni uzasadniają nałożenie na powoda kar pieniężnych w wysokości określonej przez Prezesa UOKiK, jak też kosztów postępowania antymonopolowego.

Biorąc powyższe względy pod uwagę Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie znajdując podstaw do jego uwzględnienia, oddalił wniesione przez powoda odwołanie na podstawie art. 479^{31a} § 1 kpc.

O kosztach zastępstwa procesowego orzeczono na mocy art. 98 i 99 kpc zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik procesu. Stronie pozwanej jako wygrywającej spór Sąd przyznał więc od powoda zwrot kosztów wynagrodzenia pełnomocnika procesowego w wysokości 720 zł, ustalonego na podstawie § 14 ust. 2 pkt 3 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych (Dz.U. z 2015 r., poz. 1804 ze zm.).

SSO Anna Maria Kowalik