



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU**

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Pozna , dnia 4 wrze nia 2014 r.

RPZ-61/5/14/MM

DECYZJA nr RPZ 21/2014

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. nr 50 poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu post powania w sprawie praktyk naruszaj cych zbiorowe interesy konsumentów, wszcz tego z urz du przeciwko Grzegorzowi Andrynowi i Mateuszowi Sałaciakowi, prowadz cym wspólnie działalno gospodarcz jako wspólnicy spółki cywilnej pod nazw NUOVO w Poznaniu

- w imieniu Prezesa Urz du Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

I na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, okre lon w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, stosowanie przez Grzegorza Andrysa i Mateusza Sałaciaka – wspólników spółki cywilnej „NUOVO” s.c. we wzorcach umów postanowie , które zostały wpisane do rejestru postanowie wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ kpc, o tre ci:

- a. „W przypadku opó nienia w dokonywaniu płatno ci NUOVO zobowi zuje si do telefonicznego b d listownego powiadomienia Kupuj cego o powstałej zaległo ci. Kupuj cy wyra a zgod na takie powiadomienie i obci enie go kosztami. Umowny koszt powiadomienia telefonicznego wynosi 10 zł za ka d przeprowadzona rozmow , koszt wysłania korespondencji 15 zł od ka dego wysłanego listu. Koszty powiadomie telefonicznych i listownych nie mog przekroczy w sumie 150 zł”,
- b. „W przypadku zalegania z płatno ci wpłaty powy ej 14 dni NUOVO zastrzega sobie prawo do osobistego (przez przedstawiciela) poinformowania Kupuj cego o stanie zaległo ci i uzgodnienia zasad spłat w miejscu jego zamieszkania. Strony zgodnie postanawiaj , e koszty takiego poinformowania nie mog przekroczy 300 zł za jedn wizyt u Kupuj cego, a w przypadku ich naliczenia NUOVO zastrzega sobie prawo do ksi gowania ich w pierwszej kolejno ci wraz z odsetkami, zgodnie z art. 451§1 Kodeksu Cywilnego”,
- c. „Gwarancja nie obejmuje zmian wyrobu, które powstaj na skutek jego normalnego zu ycia”,

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

II na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, okre lon w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, naruszenie przez Grzegorza Andrysa i Mateusza Sałaciaka – wspólników spółki cywilnej: „NUOVO” s.c. obowi zku wr czania konsumentom wzoru o wiadczenia o odst pieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsi biorstwa, co stanowi naruszenie

art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jedn. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

III na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, utrudnianie przez Grzegorza Andrysa i Mateusza Sałaciaka – wspólników spółki cywilnej „NUOVO” s.c. konsumentom realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa poprzez zastrzeżenie w) NKKOmTópG)AANmOób)Oł

w wysokości 4425 zł (słownie: cztery tysiące czterysta dwadzieścia pięć zł), płatną do budetu państwa,

za zapłatę których odpowiada solidarnie z Grzegorzem Andrysem.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął w dniu 12 czerwca 2013 r. z urzędu postępowanie wyjaśniające, mające m.in. na celu ustalenie, czy działania Grzegorza Andrysa i Mateusza Sałaciaka – współników spółki cywilnej „NUOVO” s.c. (dalej jako: Przedsiębiorcy lub NUOVO) polegające na sprzedaży towarów poza lokalem przedsiębiorstwa, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania Przedsiębiorcy poinformowali, że faktyczny przedmiot ich działalności stanowi sprzedaż detaliczna wyrobów „rehabilitacyjnych i zdrowotnych”, prowadzona poza siecią sklepów. W ofercie NUOVO znajdują się naczynia kuchenne, sprzęt AGD oraz pościel wełniana, które sprzedawane są na zorganizowanych prezentacjach w obecności co najmniej kilkunastu osób zaproszonych na podstawie wysłanych zaproszeń lub zaproszeń telefonicznych. Sprzedaż ta prowadzona jest na terenie całego kraju. Przedsiębiorcy przedłożyli wzorce umów, które wykorzystują w obrocie z konsumentami, obowiązujące od dnia 1 lipca 2013 r., umowy zawarte zgodnie postanowieniami tych wzorców oraz kopie pism zawierających oświadczenia o odstąpieniu od umowy przez konsumentów.

Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w postępowaniu wyjaśniającym dała podstawę do wszczęcia przeciwko Przedsiębiorcom, postanowieniem z dnia 12 lutego 2014 r. postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

I art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1

II **art. 24 ust. 1 i 2** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niewręczaniu konsumentom wzoru o wiadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, co może naruszać przepis art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jedn. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225),

III **art. 24 ust. 1 i 2** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na utrudnianiu konsumentom realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa poprzez zastrzeżenie we wzorcu umowy sprzedaży obowiązku jednoczesnej zapłaty zryczałtowanej opłaty w wysokości 400 zł w przypadku odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, co może naruszać przepis art. 2 ust. 2 ww. ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Przedsiębiorcy, zawiadomieni o wszczęciu postępowania administracyjnego, nie ustosunkowali się do postawionych zarzutów.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Grzegorz Andrys i Mateusz Sałaciak jako wspólnicy spółki cywilnej „NUOVO” s.c. prowadzą działalność gospodarczą w oparciu o wpisy do ewidencji działalności gospodarczej (dowód: za wiadczenie o dokonaniu wpisu do ewidencji działalności gospodarczej Grzegorza Andrysa wystawione przez Wójta Gminy Gubin z dnia 30 maja 2010 r. – karta 25 akt, za wiadczenie o zmianie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej Mateusza Sałaciaka wystawione przez Wójta Gminy Komańcza z dnia 31 maja 2011 r. – karta 26 akt, potwierdzone wpisami do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej – karty 204-205 akt).

Przedmiotem ich wspólnej działalności jest sprzedaż detaliczna wyrobów, które określają jako „rehabilitacyjne i zdrowotne”, prowadzona poza siecią sklepów na terenie całego kraju. W pierwszym kwartale 2013 r. NUOVO zawarła [usunięto] umów z konsumentami: wszystkie umowy zawarte zostały poza lokalem przedsiębiorstwa. Umowy z konsumentami Przedsiębiorcy zawierają w oparciu o postanowienia wzorca umowy sprzedaży (dowód: karty 23 i 32-34 akt postępowania).

Prezes Urzędu ustalił, że we wzorcu umowy sprzedaży zamieszczono postanowienie, które przewiduje obciążenie konsumenta kosztem powiadomienia telefonicznego (w kwocie 10 zł) lub listownego (w kwocie 15 zł) o zaległości wynikającej z opóźnienia wynikającego w dokonywaniu płatności, o treści: „W przypadku opóźnienia w dokonywaniu płatności NUOVO zobowiązuje się do telefonicznego lub listownego powiadomienia Kupującego o powstałej zaległości. Kupujący wyraża zgodę na takie powiadomienie i obciążenie go kosztami. Umowny koszt powiadomienia telefonicznego wynosi 10 zł za każdą przeprowadzoną rozmowę, koszt wysłania korespondencji 15 zł od każdego wysłanego listu. Koszty powiadomień telefonicznych i listownych nie mogą przekroczyć w sumie 150 zł”.

We wzorcu znajduje się również postanowienie umowne przyznające NUOVO, w przypadku zalegania z płatności wpłaty przez więcej niż 14 dni przez konsumenta, prawo do osobistego powiadomienia klienta o stanie zaległości w miejscu zamieszkania klienta, co wiąże się z naliczeniem przez Przedsiębiorców opłaty w wysokości do 300 zł: „W przypadku zalegania z płatności wpłaty powyżej 14 dni NUOVO zastrzega sobie prawo do osobistego (przez przedstawiciela) poinformowania Kupującego o stanie zaległości i uzgodnienia zasad

spłat w miejscu jego zamieszkania. Strony zgodnie postanawiają, że koszty takiego poinformowania nie mogą przekroczyć 300 zł za jedną wizytę u Kupującego, a w przypadku ich naliczenia NUOVO zastrzega sobie prawo do skierowania ich w pierwszej kolejności wraz z odsetkami, zgodnie z art. 451§1 Kodeksu Cywilnego”.

W umowach sprzedaży zamieszczono ponadto postanowienie, zgodnie z którym „[g]warancja nie obejmuje zmian wyrobu, które powstają na skutek jego normalnego zużycia” (dowód: wzorzec umowy sprzedaży, §1 p. 5, 7 oraz § 4 p. 4 – karta 33 akt post powania).

W § 5 pkt. 5 stosowanego wzorca umowy znajdują się postanowienia o treści: „Kupujący – Konsument o wiadczeniu, że został poinformowany przez Rezydenta NUOVO o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy sprzedaży w terminie 10 dni od zawarcia umowy w rozumieniu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny z dn. 2 marca 2000 roku – Dz. U. NR 22 poz. 271”. Prezes Urzędu ustalił jednak, że Przedsiębiorcy nie wręczają konsumentom wzoru o wiadczeniu o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, wbrew czemu na nich obowiązują, wynikające z ww. ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (dowód: karty 170, 187-192 akt post powania).

W umowach sprzedaży zamieszczono ponadto postanowienie, zgodnie z którym na konsumentach ciąży obowiązek zapłaty zryczałtowanej opłaty w wysokości 400 zł w przypadku odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (dowód: wzorzec umowy sprzedaży, § 5 p. 12 – karta 100 akt post powania). Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że w 2013 roku ww. opłat obciążono przynajmniej dwie osoby (dowód: karta 99 akt post powania).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działania Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Przedsiębiorców, tj. zawarła z nimi umowę sprzedaży. Działania Przedsiębiorców nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dają się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów – obecnych i przyszłych kontrahentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Przedsiębiorców dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę poprzedzi należy stwierdzeniem, że współnicy spółki cywilnej „Nuovo” – Grzegorz Andrys i Mateusz Sałaciak – są przedsiębiorcami w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten za przedsiębiorcę uznaje m.in.

przedsiębiorca w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (j.t. Dz.U. z 2010r. nr 220, poz. 1447 ze zm.). Artykuł 4 ust. 2 ww. ustawy stanowi, że przedsiębiorcy uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Wspólnicy „Nuovo”, wykonujący działalność gospodarczą na podstawie wpisów do ewidencji działalności gospodarczej, są zatem przedsiębiorcami w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a tym samym posiadają status przedsiębiorców w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji, ich zachowania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ustawy przez praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów rozumie się w szczególności nieuczciwe działania przedsiębiorcy, w szczególności: stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego (pkt 1) oraz naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2).

Stwierdzenie tej praktyki wymaga spełnienia dwóch przesłanek: **bezprawności działania przedsiębiorcy i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.**

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet wiadomo sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwaib, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., str. 117-118). Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Przesłanka bezprawności wykazana została jedynie odrębnie dla każdej z przypisanych przedsiębiorcom praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostało natomiast łącznie, z uwagi na to samy charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych niniejszym postępowaniem.

W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że „praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem

należy rozumieć zarówno *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakończonych przez przedsiębiorców warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście uszkodzony wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Przedsiębiorców dotknięty może być nieoznaczony z góry krąg konsumentów, którego nie da się zidentyfikować, a więc wszyscy

niedozwolone prawomocnym wyrokiem S du Okr gowego w Warszawie- S du Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu post powania cywilnego, mo e by uznane w stosunku do innego przedsi biorcy za praktyk naruszaj c zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a¹. Odwołuj c si do argumentów o charakterze celowo ciowym oraz kieruj c si potrzeb zapewnienia skuteczno ci tego przepisu, S d Najwy szy podkre lił, e praktyka naruszaj ca zbiorowe interesy konsumentów obejmuje równie przypadki wprowadzenia jedynie zmian kosmetycznych, polegaj cych na przestawieniu szyku wyrazów lub zast pieniu jednych wyrazów innymi, je eli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzi , e jego tre mie ci si w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbli onej tre ci do klauzuli wpisanej do rejestru, która wywołuje takie same skutki godzi przecie tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej co wpisana do rejestru. (...) Mo liwo uznania zachowania przedsi biorcy, polegaj cego na stosowaniu postanowie wzorców umownych, które nie maj identycznego brzmienia jak postanowienia wpisane do rejestru, za praktyk naruszaj c zbiorowe interesy konsumentów, w sposób istotny zwi ksza skuteczno obu instytucji (tj. niedozwolonych postanowie umownych oraz praktyk naruszaj cych zbiorowe interesy konsumenta), zniech caj c przedsi biorców do obchodzenia wpisów dokonanych w rejestrze niedozwolonych postanowie ”.

Nie jest wi c konieczna dokładna, literalna zbie no klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z ni porównywanej. Niedozwolone b d równie takie postanowienia wzorców umów, które mieszcz si w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, których tre zostanie ustalona w oparciu o dokonany wykładni .

W prowadzonym post powaniu Prezes Urz du zakwestionował postanowienie §1 p. 5 wzorca umowy sprzeda y, który Przedsi biorcy wykorzystuj w obrocie z konsumentami. Na jego podstawie: „W przypadku opó nienia w dokonywaniu płatno ci NUOVO zobowi zuje si do telefonicznego b d listownego powiadomienia Kupuj cego o powstałej zaległo ci. Kupuj cy wyra a zgod na takie powiadomienie i obci enie go kosztami. Umowny koszt powiadomienia telefonicznego wynosi 10 zł za ka d przeprowadzona rozmow , koszt wysłania korespondencji 15 zł od ka dego wysłanego listu. Koszty powiadomie telefonicznych i listownych nie mog przekroczy w sumie 150 zł.”

Nale y podkre li , e tej tre ci postanowienia zostały ju uznane za niedozwolone, m.in. wyrokiem SOKiK z dnia 6 sierpnia 2009 r. sygn. akt XVII Amc 624/09, w którym za niedozwolone uznano postanowienie o tre ci: "W przypadku niewykonania zobowi za wynikaj cych z niniejszej umowy Kredytobiorca poniesie koszty zwi zane z monitorowaniem Kredytobiorcy: 1) telefoniczne upomnienie Kredytobiorcy zwi zane z nieterminow spłat kredytu - 13 PLN; 2) korespondencja kierowana do Kredytobiorcy zwi zana z nieterminow spłat kredytu (zawiadomienie, upomnienie, pro ba o dopłat , wystawienie Bankowego Tytułu Egzekucyjnego), za ka de pismo. Opłata za korespondencj kierowan do por czycieli Bank obci a dodatkowo Kredytobiorców według tych samych stawek - 15 PLN; 3. wyjazd interwencyjny do Kredytobiorcy - 50 PLN". W uzasadnieniu tego orzeczenia SOKiK stwierdził m.in., e brak okre lenia procedur, jakimi kieruje si bank przy podejmowaniu czynno ci zwi zanych z dochodzeniem nale no ci mo e prowadzi do dowolno ci jego działania w zakresie zasad, terminów czy cz stotliwo ci korzystania z wymienionych rodków i w zwi zku z tym do znacznego zwi kszenia zadłu enia konsumenta. S d podkre lił, e brak regulacji w tym zakresie powoduje, e przedsi biorca ma mo liwo podejmowania działań , a tym samym naliczania ww. opłat według własnego

¹ W obowi zuj cej obecnie ustawie z dnia 16.02.2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyka naruszaj ca zbiorowe interesy konsumentów uregulowana została w art. 24.

uznania, bez zachowania określonej kolejności i terminów. W konsekwencji, konsument może ponieść dodatkowe, znaczące i nieuzasadnione koszty. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów podkreślił, że treść tego postanowienia może wywoływać u konsumenta błędne przekonanie co do praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy zwłaszcza, że na podstawie wzorca konsument nie jest w stanie ustalić, jakie w przypadku opóźnienia w zapłacie rodki podejmie bank, z jaką częstotliwością i w jakiej kolejności. Konsument nie ma w konsekwencji pełnej wiedzy o rodzaju i wysokości opłat, które obowiązują w razie opóźnienia na wypadek opóźnienia w spłacie kredytu. Jak zauważył SOKiK, możliwość wielokrotnego podejmowania przez przedsiębiorcę czynności windykacyjnych w sposób rażąco narusza interesy ekonomiczne konsumenta w szczególności w tych sytuacjach, gdy pobierane opłaty nie odzwierciedlają nakładów rzeczywiście poniesionych przez przedsiębiorcę, przynosząc mu nieuzasadnione korzyści. Sąd ocenił, że postanowienie to narusza również zasady lojalnego kontraktowania i równorzędnego traktowania konsumenta, co uzasadnia stwierdzenie, że spełnia przesłanki klauzuli niedozwolonej z art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, kształtując prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszając jego interesy.

W ocenie Prezesa Urzędu, argumenty wyrażone w ww. wyroku są adekwatne także do analizowanego postanowienia, które – przewidując opłaty za czynności windykacyjne podejmowane przez Przedsiębiorców – nie określa ani zasad, ani procedur obciążania nimi konsumenta. Podobnie jak w przypadku klauzuli wpisanej do rejestru, na podstawie tego postanowienia Przedsiębiorcy mogą dowolnie decydować zarówno o zastosowaniu poszczególnych rodzajów, jak o ich kolejności i częstotliwości, a konsument nie ma możliwości ustalenia, jakimi opłatami zostanie obciążony w razie niewykonania obowiązku spłaty pożyczki w terminie określonym w umowie. Pomimo różnic w treści, postanowienie wzorca Przedsiębiorców wywołuje to same skutki prawne.

Należy zaznaczyć, że bezprawność stosowania tego typu klauzul potwierdzana była wielokrotnie, co znajduje odzwierciedlenie także w innych wpisach do rejestru klauzul niedozwolonych: nr 4046 („W przypadku opóźnienia w dokonaniu płatności WOOL STAR zobowiązuje się do telefonicznego lub listownego powiadomienia Kupującego o powstałej zaległości. Kupujący wyraża zgodę na takie powiadomienie i obciążenie go kosztami. Umowny koszt powiadomienia telefonicznego wynosi 10 zł za każdą przeprowadzoną rozmowę, koszt wysłania korespondencji 15 zł od każdego wysłanego listu. Koszty powiadomień telefonicznych i listownych nie mogą przekroczyć w sumie 150 zł”) oraz nr 4143 („W przypadku opóźnienia w dokonywaniu płatności WOOL STAR zobowiązuje się do telefonicznego lub listownego powiadomienia Kupującego o powstałej zaległości. Kupujący wyraża zgodę na takie powiadomienie i obciążenie go kosztami. Umowny koszt powiadomienia telefonicznego wynosi 10 zł za każdą przeprowadzoną rozmowę, koszt wysłania korespondencji 15 zł od każdego wysłanego listu. Koszty powiadomień telefonicznych i listownych nie mogą przekroczyć w sumie 150 zł”).

To samo z klauzulami wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych występuje także, w ocenie Prezesa Urzędu, w przypadku postanowienia regulującego kwestię opłat za czynności związane z informowaniem przez Przedsiębiorców o stanie zaległości i uzgadnianiem zasad spłat w miejscu zamieszkania konsumenta: „W przypadku zalegania z płatności wpłaty powyżej 14 dni NUOVO zastrzega sobie prawo do osobistego (przez przedstawiciela) poinformowania Kupującego o stanie zaległości i uzgodnienia zasad spłat w miejscu jego zamieszkania. Strony zgodnie postanawiają, że koszty takiego poinformowania nie mogą przekroczyć 300 zł za jedną wizytę u Kupującego, a w przypadku ich naliczenia NUOVO zastrzega sobie prawo do księgowania ich w pierwszej

kolejno ci wraz z odsetkami, zgodnie z art. 451§1 Kodeksu Cywilnego” (§ 1 p. 7 wzorca umownego).

Zdaniem Prezesa Urz du, postanowienie to mie ci si w hipotezie klauzuli wpisanej w pozycji 4047 rejestru o tre ci: „W przypadku zalegania z płatno ci wpłaty powy ej 10 dni WOOL STAR zastrzega sobie prawo do osobistego (przez przedstawiciela) poinformowania Kupuj cego o stanie zaległo ci i uzgodnienia zasad wpłat w miejscu jego zamieszkania. Strony zgodnie postanawiaj , e koszty takiego poinformowania nie mog przekroczy 300 zł za jedn wizyt u Kupuj cego, a w przypadku ich naliczenia WOOL STAR zastrzega sobie prawo do ksi gowania ich w pierwszej kolejno ci wraz z odsetkami, zgodnie z art. 451 par.1 Kodeksu Cywilnego”, stanowi c niemal dokładne powtórzenie klauzuli uznanej przez SOKiK za abuzywn w wyroku z dnia 14 wrze nia 2012 r., sygn. akt XVII AmC 5108/11.

Podobnie jak w przypadku pierwszego kwestionowanego postanowienia umownego, tak e w tym przypadku Przedsi biorcy, przewiduj c opłaty za czynno ci windykacyjne, nie okre lili zasad czy procedur obci ania nimi konsumenta. NUOVO mo e dowolnie decydowa zarówno o zastosowaniu poszczególnych rodków, jak o ich kolejno ci i cz stotliwo ci, a konsument nie ma mo liwo ci ustalenia, jakimi opłatami zostanie obci ony w razie niewykonania obowi zku spłaty po yczki w terminie okre lonej w umowie. Co wi cej, zastrze enie mo liwo ci uzgadniania wpłat w miejscu zamieszkania konsumenta mo e prowadzi do legitymizowania stosowania agresywnej praktyki rynkowej, okre lonej w art. 9 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziaaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. 2007 nr 171 poz. 1206). Zgodnie z tym przepisem, za agresywn praktyk rynkow , nieuczciw w ka dych okoliczno ciach, uwa a si składanie wizyt w miejscu zamieszkania konsumenta, nawet je eli nie przebywa on tam z zamiarem stałego pobytu, ignoruj c pro b konsumenta o jego opuszczenie lub zaprzestanie takich wizyt, z wyj tkiem przypadków egzekwowania zobowi za umownych, w zakresie dozwolonym przez obowi zuj ce przepisy. W konsekwencji, pomimo niewielkich ró nic w tre ci, postanowienie wzorca Przedsi biorców wywołuje to same skutki prawne jak postanowienie umowne wpisane do rejestru w pozycji 4047.

Według Prezesa Urz du to samo z postanowieniem wpisanym do rejestru klauzul niedozwolonych wykazuje równie tre § 4 p. 4 wzorca umownego, według którego „[g]warancja nie obejmuje zmian wyrobu, które powstaj na skutek jego normalnego zu ycia”. Naley zwróci uwag , e tak e w tym przypadku postanowienie to stanowi niemal dokładne powtórzenie klauzuli wpisanej w pozycji 133 rejestru klauzul niedozwolonych o tre ci: „Gwarancj nie s obj te (...) uszkodzenia wynikaj ce z normalnego zu ycia” i uznanej za bezprawn wyrokiem SOKiK z dnia 21 lipca 2004 r., sygn. akt XVII Amc 45/03.

W opinii SOKiK, na mocy powy szego postanowienia, ustalono dominuj c pozycj przedsi biorcy wzgl dem konsumenta. Uprawnia ono przedsi biore do dokonania jednostronnej oceny i podj cia decyzji o przysługuj cych konsumentowi uprawnieniach gwarancyjnych. Dlatego te uznano, e przedmiotowe postanowienie ma charakter niedozwolonego postanowienia umownego, a w konsekwencji – jego stosowanie jest bezprawne.

Maj c powy sze na wzgl dzie Prezes Urz du uznał, e w zakresie wszystkich trzech zakwestionowanych postanowie udowodniona została bezprawno działa Przedsi biorców. Z uwagi na naruszenie tak e zbiorowego interesu konsumentów, uzasadnione jest przypisanie Przedsi biorcom stosowania praktyki naruszaj cej zbiorowe interesy konsumentów, okre lonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcom praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone: wykazana została zarówno bezprawność ich działań, jak i naruszenie zbiorowego interesu konsumentów. W związku z powyższym, na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.

II

W niniejszym postępowaniu Przedsiębiorcom zarzucono również stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niewręczaniu konsumentom wzoru o wiadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W przypadku tego zarzutu bezprawność działań Przedsiębiorców wynika z naruszenia art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jedn. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225). Przepis ten ustanawia obowiązek przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa polegający na poinformowaniu konsumenta na piśmie o prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni bez podania przyczyn oraz na wręczaniu wzoru o wiadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem imienia i nazwiska

konsument nie musi zastanawiać się ani nad treścią, czy formą takiego oświadczenia, ani nad przysługującym mu prawem odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

W ocenie Prezesa Urzędu minimalne wymagania w zakresie wzięcia konsumentowi wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy spełnia formularz umowy sprzedaży, w którym wzorec taki zamieszcza się poniżej ogólnych warunków sprzedaży sygnalowanych przez konsumenta. Takie graficzne wyodrębnienie tego oświadczenia, którego odebranie jest często w praktyce dodatkowo poświadczane przez konsumenta własnoręcznym podpisem, niweluje wrażenie ukrywania przed konsumentem informacji dotyczących tego uprawnienia.

W niniejszym postępowaniu ustalono, że Przedsiębiorcy nie wzięli konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, a jedynie zamieszczały w § 5 pkt. 5 stosowanego wzorca umowy postanowienia o treści: „Kupujący – Konsument oświadcza, że został poinformowany przez Reprezentanta NUOVO o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy sprzedaży w terminie 10 dni od zawarcia umowy w rozumieniu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny z dn. 2 marca 2000 roku – Dz. U. NR 22 poz. 271”. Mając na uwadze powyższe, należy stwierdzić, że Przedsiębiorcy nie dopełniają ustawowego obowiązku, a stosowane przez Przedsiębiorców „oświadczenie” stanowi jedynie pisemną informację o przysługującym konsumentowi uprawnieniu do odstąpienia od umowy. Praktyka Przedsiębiorców narusza zatem art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, który wprost stanowi, że w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa konsumentowi ma zostać wzięty wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, wskutek zaniechania wzięcia wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, konsument może zostać pozbawiony możliwości skorzystania z jednego z najważniejszych uprawnień gwarantowanych mu przez ustawę w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, iż opisana praktyka jest bezprawna, a skutkami jej stosowania byli objęci wszyscy aktualni oraz potencjalni klienci Przedsiębiorcy.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcom praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na niewzięciu konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa: wykazana została zarówno bezprawność ich działań, jak i naruszenie zbiorowego interesu konsumentów. Wobec tego, podstawą rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu w pkt II sentencji decyzji jest art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

III

Praktyka z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przypisana Przedsiębiorcom w punkcie III sentencji decyzji dotyczy obciążenia konsumenta obowiązkiem zapłaty zryczałtowanej opłaty w wysokości 400 zł w przypadku odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. działania Przedsiębiorców naruszają art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 2 ust. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Zgodnie z art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy, przy czym do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Art. 2 ust. 2 stanowi natomiast, że nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne). Z kolei zgodnie z art. 2 ust. 3 przywołanej ustawy, w razie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, umowa uważana jest za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony wiadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarobku. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należy się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty. Realizację tych uprawnień gwarantowała przepisy art. 17 ww. ustawy, zgodnie z którym nie mogły one zostać wyłączone lub ograniczone w drodze umowy.

We wzorcu umownym stosowanym przez Przedsiębiorców przewidziano obowiązek zapłaty 400 zł tytułem odstepnego w przypadku odstąpienia od umowy. Tym samym Przedsiębiorcy nakładają na konsumenta dodatkowe i nieprzewidziane w obowiązujących przepisach prawa obowiązki o charakterze finansowym. Przesądza to o uznaniu, że działania Przedsiębiorców są bezprawne z punktu widzenia cytowanego wyżej art. 2 ust. 2 ww. ustawy. Praktyka ta stanowi zatem rażąco naruszenie powoływanej normy, a w konsekwencji – bezprawne działanie Przedsiębiorców.

W ocenie Prezesa Urzędu, wyżej opisane oświadczenia zawarte w umowie mogą ponadto wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie przysługującego im uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W obawie bowiem przed obciążeniem kwotą 400 zł, konsumenci mogą rezygnować z realizacji przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy. Spełniona zatem została przesłanka naruszenia zbiorowego interesu konsumentów, co pozwala na uznanie, że Przedsiębiorcy stosują praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcom praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na obciążeniu konsumenta obowiązkiem zapłaty zryczałtowanej opłaty w wysokości 400 zł w przypadku odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa: wykazana została zarówno bezprawność ich działań, jak i naruszenie zbiorowego interesu konsumentów. Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji decyzji.

IV

Zgodnie z art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nadać decyzją w całości lub w części rygor natychmiastowej wykonalności. Okoliczności warunkujące zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie zagrożenia interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z takim interesem konsumentów, a więc takim, który jest istotny i doniosły. Nadanie decyzją rygoru natychmiastowej wykonalności musi być zatem poprzedzone dokonaniem ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzją nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

W przypadku praktyki opisanej w pkt II sentencji niniejszej decyzji naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz na prawie do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorców warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów w art. 3 przewiduje obowiązek informacyjny w zakresie trzech grup danych, które odpowiednio dotyczą istnienia i długo trwania prawa odstąpienia od umowy, przekazania gotowego wzoru odstąpienia od umowy z oznaczeniem umówliwym identyfikacji profesjonalisty wraz z jego adresem zamieszkania (siedziby) oraz wręczenia pisemnej informacji zawierającej dane umówliwym identyfikacji wiadczenia i jego przedmiotu, jak również dat zawarcia umowy. Konieczność wypełnienia powyższych obowiązków informacyjnych wynika bezpośrednio z charakteru umów zawieranych poza lokalem, których zawarciu towarzyszy zazwyczaj stosowanie natarczywych i agresywnych technik marketingowych.

Nieprzekazanie określonych w art. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów informacji może wprowadzać konsumentów w błąd oraz powodować u nich dezorientację. Jednocześnie niezapewnienie odpowiedniego zakresu informacji (pomimo takiego ustawowego obowiązku), w przypadku zawarcia przez konsumenta umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, w praktyce może utrudnić konsumentowi realizację przyznanego mu ustawowo prawa do odstąpienia od tak zawartej umowy (por. E. Rutkowska-Tomaszewska, A. Kołodziej, *Komentarz do art. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny*, [w:] *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Komentarz*, Warszawa 2012).

Istotnym naruszeniem ww. interesu konsumenta, tj. prawo do uzyskania rzetelnej, pełnej i prawdziwej informacji oraz do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorców warunkach rynkowych, jest także praktyka opisana w pkt III sentencji niniejszej decyzji. Obciążenie konsumenta zryczałtowanymi opłatami w wysokości 400 zł za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa stanowi rażąco naruszenie art. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, ustanawiającego podstawowe uprawnienie określające sytuację prawną konsumenta zawierającego umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Co więcej, ustęp drugi wspomnianego przepisu wprost zakazuje stosowania tego rodzaju praktyk. Wobec tego, także w tym przypadku należy stwierdzić, że stosowanie opisanej praktyki może w praktyce istotnie utrudnić konsumentowi realizację przysługującego mu uprawnienia do odstąpienia od umowy.

Należy jednocześnie podkreślić, że stosowanie przez Przedsiębiorców jednocześnie dwóch praktyk opisanych w pkt II i III sentencji niniejszej decyzji, godzących w ten sam rodzaj interesu konsumenta w bardzo zbliżony sposób, może prowadzić do istotnego „wzmocnienia” skutków naruszenia tego interesu, *de facto* uniemożliwiających konsumentowi realizację podstawowego przysługującego mu uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że *ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są – w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) – ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz*

ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu – także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać – poprzez konkretne transakcje – swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.

Mając powyższe na uwadze, nie może budzić wątpliwości, że niewróżczenie konsumentom przez Przedsiębiorcę wzoru o wiadczenia o odstąpieniu od umowy oraz danie zapłaty przez niego kwoty 400 zł za odstąpienie od umowy mają dla realizacji prawa do odstąpienia od tak zawartej umowy kluczowe znaczenie. Zauważa się bowiem należy, że Przedsiębiorcy, pozbawiając konsumenta możliwości skorzystania z takiego wzoru, utrudniają mu tym samym realizację przyznawanego ustawowo prawa.

Niezrealizowanie przez Przedsiębiorców obowiązków wskazanych w art. 2 i 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów może jednocześnie nie wpływać na zrozumienie przez konsumentów tego, jaki jest rzeczywisty sens prawny zawartej z Przedsiębiorcami umowy. Konsument, wobec faktu niewróżczenia mu stosowanego wzoru o wiadczenia o odstąpieniu od umowy lub pod wpływem postanowienia umownego nakładającego na niego obowiązek zapłaty 400 zł za odstąpienie od umowy, może bowiem dojść do przekonania, że prawo do odstąpienia od zawartej umowy w okolicznościach danej sprawy mu nie przysługuje.

Ze względu na naruszenie opisanego wyżej interesu konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania praktyki opisanej w pkt II oraz III sentencji niniejszej decyzji rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób w pełni zostanie zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji. Podniósłoby się, i nakazanie Przedsiębiorcy zaniechania stosowania praktyk opisanych w pkt II i III sentencji decyzji dopiero po jej uprawomocnieniu, może oznaczać, skutecznie z punktu widzenia Przedsiębiorców, kontynuację jej stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie stosowania praktyk przypisanych Przedsiębiorcom ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

W okolicznościach niniejszej sprawy, za nadaniem rygoru natychmiastowej wykonalności nakazowi zaniechania stosowania zakwestionowanych praktyk przemawia również długotrwałość ich stosowania przez Przedsiębiorców. Istotne jest również to, że sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa stanowi jeden z głównych przedmiotów działalności Przedsiębiorców, co sprawia, że naruszenie obowiązków w związku z wzorem o wiadczenia o odstąpieniu od umowy dotyczy szerokiego kręgu konsumentów.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na okoliczności w pkt II i III sentencji naruszenia, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt IV sentencji niniejszej decyzji.

V i VI

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

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

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, w szczególności charakter i możliwe skutki przypisanych Przedsiębiorcom praktyk, Prezes Urzędu uznał za uzasadnione nałożenie na nich kar pieniężnych za każde ze stwierdzonych praktyk.

W opinii Prezesa Urzędu, ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na nieumyślne naruszenie przez Przedsiębiorców przepisów ustawy. Zdaniem Prezesa Urzędu, Przedsiębiorcy powinni przewidywać, że ich działania podejmowane w ramach prowadzonej działalności gospodarczej mogą być bezprawne i mogą naruszać zbiorowe interesy konsumentów. Tym samym powinni dochować należytej staranności przy konstruowaniu wzorców umów sprzedaży, w oparciu o które zawierają umowy z konsumentami, zapewniając ich zgodność z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, mającymi podstawowe znaczenie dla określenia praw i obowiązków stron umowy sprzedaży oraz eliminując z nich klauzule, które zostały wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych. Powinni również realizować ustawowy obowiązek wręczania konsumentom wzoru o wiadczenia o odstąpieniu od umowy.

W 2013 r. każdy z Przedsiębiorców uzyskał jako wspólnik spółki cywilnej „Nuovo” przychód w wysokości po [usunięto] zł. Maksymalna kara pieniężna, która mogłaby zostać nałożona na każdego z Przedsiębiorców wynosi [usunięto] zł.

Ustalając wysokość kary, Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonych naruszeń przepisów ustawy, wynikiem których jest określona kwota bazowa. W dalszej kolejności Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

1. Praktyka przypisana Przedsiębiorcom w **punkcie I** sentencji decyzji polega na stosowaniu postanowień wzorców umów, które wpisane zostały do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Oceniając szkodliwość poszczególnych postanowień, Prezes Urzędu uznał, że bezpośredni wpływ na sytuację finansową konsumenta mają postanowienia, które nie określają zasad i procedury obciążenia konsumenta opłatami za czynności windykacyjne w razie zwłoki w płatności za zakupiony towar w ustalonym terminie. Pomimo, że ww. postanowienia przewidują opłaty za te czynności, to nie określają w adekwatny sposób, w jakich terminach i kolejności konsument może zostać nimi obciążony. Nie precyzują też, ile razy Przedsiębiorcy mogą podjąć każde z wymienionych we wzorcu czynności. Przedsiębiorcy mogą tym samym swobodnie decydować i naliczać ww. opłaty, a konsument nie jest w stanie ustalić, jakie działania zostaną wobec niego podjęte w przypadku braku spłaty pożyczki i jak wysokie opłaty poniesie na rzecz Przedsiębiorców. Stopień szkodliwości tych postanowień dla interesów majątkowych konsumentów może być bez wątpienia znaczny. Podobny wpływ na sytuację ekonomiczną konsumenta ma drugie z kwestionowanych postanowień umownych, przewidujące obciążenie konsumenta zalegającego z opłat za zakupione towary kosztami informowania konsumenta o powstałej zaległości oraz uzgadniania w jego miejscu zamieszkania sposobu jej uregulowania. Również w tym przypadku nie jest jasne dla

konsumenta, według jakich reguł post powania b d działa Przedsi biorcy. Co wi cej, samo zastrze enie mo liwo ci wizyty Przedsi biorców w miejscu zamieszkania konsumenta negatywnie wpływa na jego szeroko rozumiany interes, w tym na poczucie bezpiecze stwa. Jak wykazano w niniejszej decyzji, na stopie szkodliwo ci praktyki wpływa równie legitymizacja w zakwestionowanym postanowieniu umownym stosowania agresywnej praktyki rynkowej, okre lonej w art. 9 p. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Negatywnie na sytuacj ekonomiczn konsumenta wpływa równie zastrze enie, według którego udzielona gwarancja nie obejmuje zmian wyrobu powstałych wskutek jego normalnego zu ycia. Mo e ono bowiem wywoła u konsumenta mylne wra enie o przysługuj cych mu uprawnieniach wzgl dem Przedsi biorców, którzy z kolei w tym wypadku przyznaj sobie prawo do jednostronnego i by mo e arbitralnego okre lania tre ci i zakresu tych uprawnie .

Rozstrzygaj c o wadze stwierdzonego naruszenia, Prezes Urz du uwzgl dnił równie fakt, e okres jego trwania przekroczył rok. Z ustale Prezesa Urz du wynika bowiem, e umowy zawieraj ce kwestionowane postanowienia zawierane były z konsumentami ju od pocz tku 2013 roku (dowód: karty 36 oraz 108 akt post powania). Jednocze nie Przedsi biorcy nie zaniechali stosowania ww. wzorców umownych do dnia wydania niniejszej decyzji.

W ocenie Prezesa Urz du, ww. okoliczno ci przes dzaj o ustaleniu kwoty bazowej kar na poziomie [usuni to]% przychodu uzyskanego przez ka dego ze wspólników spółki cywilnej „Nuovo” w 2013 r., tj. po 3393 zł po zaokr gleniu.

Prezes Urz du uznał, e w przypadku omawianego naruszenia nie wyst puj okoliczno ci obci aj ce, które przemawiałyby za podwy szeniem ustalonej kwoty bazowej kar. W szczególno ci brak wystarczaj cych podstaw do przypisania Przedsi biorcom umy lno ci działania, a wi c zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zdaniem Prezesa Urz du, brak tak e okoliczno ci łagodz cych, które wpływałyby na obni enie kwoty bazowej kar. Naley przede wszystkim zauwa y , e Przedsi biorcy nie zaniechali zarzuconej im praktyki i nie podj li adnych działań w celu zmiany wykorzystywanych w obrocie wzorców umów.

Z uwagi na powy sze, za stosowanie praktyki okre lonej w pkt I sentencji decyzji Prezes Urz du nało ył na ka dego z Przedsi biorców kary pieni ne w wysoko ci po 3393 zł, co stanowi [usuni to]% przychodu osi gni tego przez ka dego z nich w 2013 r. i [usuni to]% kary maksymalnej.

2. Za stosowanie praktyki przypisanej Przedsi biorcom w **punkcie II** sentencji decyzji Prezes Urz du nało ył na Przedsi biorców kar pieni n . W ocenie Prezesa Urz du praktyka ta dotyczy utrudniania realizacji prawa konsumenta do odst pienia od umowy bez podania przyczyny w terminie dziesi ciu dni od dnia jej zawarcia przez niewr czanie formularza o wiadczenia o odst pieniu od umowy. Praktyka ta ujawnia si na etapie zawierania kontraktu, ale wywiera te wpływ na jego wykonanie.

W opinii Prezesa Urz du, stosowanie tej praktyki zmierza do utrudnienia konsumentom skorzystania z prawa do odst pienia od umowy. Negatywne skutki praktyk ujawni mog si równie na etapie wykonania umowy, w razie faktycznego powstrzymania si konsumenta od skorzystania z prawa odst pienia od umowy pod wpływem braku dostarczenia wymaganego formularza o wiadczenia o odst pieniu od umowy sprzeda y.

Na wag stwierdzonych narusze wpływ ma ponadto okres ich stosowania, który podobnie jak w przypadku praktyki wskazanej w punkcie I przekroczył rok.

Prezes Urz du uznał, e ww. okoliczno ci uzasadniaj ustalenie kwoty bazowej kar za to naruszenie na poziomie [usuni to]% przychodu ka dego z Przedsi biorców w 2013 r., tj. po 2950 zł po zaokr gleniu.

Podobnie jak w przypadku narusze przedstawionych powy ej, tak e i w tym przypadku Prezes Urz du nie dostrzegł podstaw do gradacji ustalonej kwoty bazowej z uwagi na okoliczno ci obci aj ce b d łagodz ce.

W wietle powy szych ustale , za stosowanie praktyki okre lonych w punkcie II sentencji decyzji Prezes Urz du nało ył na ka dego z Przedsi biorców kary pieni ne w wysoko ci po 2950 zł. Kwoty te stanowi równowarto [usuni to]% przychodu osi gni tego przez ka dego z Przedsi biorców w 2013 r. i [usuni to]% kary maksymalnej.

3. Przypisane Przedsi biorcom w punkcie III sentencji decyzji utrudnianie konsumentom realizacji uprawnienia do odst pienia od umowy zawartej poza lokalem przedsi biorstwa, przez stosowanie we wzorcu umowy sprzeda y postanowienia zastrzegaj cego, e klient odst puj cy od umowy zawartej poza lokalem przedsi biorstwa zobowi zany jest do zapłaty zryczałtowanej opłaty w wysoko ci 400 zł mogło narazi konsumentów odst puj cych od umowy na dodatkowe koszty i niedogodno ci. Praktyka Przedsi biorcy ujawniała si na etapie zawierania kontraktu, ale mogła wywrze wpływ równie na etapie jego wykonania. Co wi cej, według ustale Prezesa Urz du, mo na stwierdzi wywarcie takiego wpływu na etapie wykonania kontraktu przynajmniej w dwóch przypadkach w 2013 roku. Ponadto, stosowanie opisanej praktyki mogło skutecznie zniech ci konsumentów do skorzystania z przysługuj cego im uprawnienia, naruszaj c podstawowe prawa konsumenckie dotycz ce tego typu umów.

Wa c kwot bazow kar pieni nych Prezes Urz du uwzgl dnił równie okres stosowania praktyki, który przekroczył rok.

Z uwagi na powy sze, Prezes Urz du ustalił za omawiane naruszenie kwot bazow kar na poziomie [usuni to]% przychodu uzyskanego przez ka dego z Przedsi biorców w 2013 r., tj. po 4425 zł po zaokr gleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urz du rozwa ył, czy ww. kwota bazowa powinna podlega modyfikacjom ze wzgl du na wyst puj ce w sprawie okoliczno ci łagodz ce b d obci aj ce.

Zdaniem Prezesa Urz du, w niniejszej sprawie nie wyst puj jakiegokolwiek okoliczno ci łagodz ce i obci aj ce, które uzasadniałyby modyfikacj ustalonej kwoty bazowej kar. Przedsi biorcy nie zaniechali stosowania zarzuconej im praktyki i nie podj li adnych działa zmierzaj cych do jej zaniechania. Z drugiej strony Prezes Urz du uznał, e pomimo zdecydowanie negatywnej oceny zakwestionowanego zachowania Przedsi biorców, nie mo na przypisa im umy lno ci działania, a wi c zamiaru naruszenia przepisów ustawy, która wpływałaby na podwy szenie wysoko ci ustalonej kwoty bazowej.

Dlatego te Prezes Urz du postanowił nało y na ka dego z Przedsi biorców kary pieni ne w wysoko ci po 4425 zł, co stanowi [usuni to]% przychodu osi gni tego przez ka dego z nich w 2013 r. i [usuni to]% kary maksymalnej.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów kar pieni n nale y ui ci w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia si niniejszej decyzji na konto

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa
51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłączenie postanowienia w przedmiocie rygору natychmiastowej wykonalności (pkt IV decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 267), w związku z art. 83 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy, w związku z art. 479³² kodeksu postępowania cywilnego, zaalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu, w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

z upoważnienia Prezesa
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu
Jarosław Krüger

Otrzymują:

Grzegorz Andrys
Mateusz Sałaciak
wspólnicy „Nuovo” spółka cywilna
ul. Garbary 38/6
61-869 Poznań