

Sygn. akt *XVII AmA 16/15*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 30 sierpnia 2016 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

w składzie:

Przewodniczący:	<i>SSO Małgorzata Perdion-Kalicka</i>
Protokolant:	starszy sekretarz sądowy Jadwiga Skrzyńska

po rozpoznaniu w dniu 30 sierpnia 2016 r. w Warszawie na rozprawie

sprawy z odwołania *M. M.* prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Zakład Handlowo-Produkcyjny (...) z siedzibą w C.

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 24 listopada 2014 r., nr (...)

I. oddala odwołanie;

II. zasądza od *M. M.* prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Zakład Handlowo-Produkcyjny (...) z siedzibą w C. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 360 zł (trzysta sześćdziesiąt złotych) z tytułu zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

SSO Małgorzata Perdion-Kalicka

Sygn. akt *XVII AmA 16/15*

UZASADNIENIE

Decyzją z 24 listopada 2014 r. (nr (...)), wydaną po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko *M. M.*, prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą *M. M. Zakład Handlowo Produkcyjny (...)* w C., Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.; dalej: uokik) uznał za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu postanowienia o treści: „(...) Odstąpienie od umowy następuje poprzez złożenie pisemnego oświadczenia i odesłanie towaru na własny koszt do sprzedawcy. (...)”, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225; dalej: ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów), co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 uokik i nakazał zaniechanie jej stosowania,

II. na podstawie art. 26 ust. 1 uokik uznał za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu postanowienia o treści: „(...) oraz prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, jeśli produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego”, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 3 i 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 uokik i nakazał zaniechanie jej stosowania,

III. na podstawie art. 26 ust. 1 uokik uznał za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi w sklepie internetowym propozycji zawarcia umowy, o:

1. imieniu i nazwisku (nazwie) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
2. zasadach zapłaty ceny, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
3. kosztach dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
4. prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
5. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,

co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokk i nakazał zaniechanie ich stosowania,

IV. na podstawie art. 26 ust. 1 uokik uznał za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na niepotwierdzaniu konsumentom zawierającym z przedsiębiorcą umowy na odległość na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o:

1. organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. art. 9 ust. 1 pkt. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
2. terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. art. 9 ust. 1 pkt. 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
3. prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. art. 9 ust. 1 pkt. 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
4. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. art. 9 ust. 1 pkt. 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,

co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik i nakazał zaniechanie ich stosowania,

V. na podstawie art. 26 ust. 1 uokik uznał za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na stosowaniu we wzorze umowy postanowień wzorca umowy, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego, których treść jest następująca:

1. „Opisy i parametry techniczne umieszczonych w sklepie towarów są zgodne z informacjami podanymi przez ich producentów. Sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za błędne określenie parametrów i właściwości towaru przez jego producenta”,

2. „(...) Sprzedawca przyjmuje zwrócony towar pod warunkiem, iż zostanie on odesłany w oryginalnym i nie uszkodzonym opakowaniu, z kompletną i nie uszkodzoną zawartością, bez śladów jej użytkowania (...)”,

3. „(...) W związku z tym klient zobowiązany jest do sprawdzenia przesyłki w obecności kuriera lub pracownika (...). Należy zwrócić uwagę na opakowanie (na ewentualne uszkodzenia podczas transportu), a w szczególności na stan taśm lub plomb na przesyłce. W przypadku uszkodzenia opakowania przesyłki lub zerwania plomb/taśm należy odmówić przyjęcia paczki pocztowej i w obecności kuriera sporządzić protokół szkody, po czym bezzwłocznie skontaktować się ze sprzedawcą, w celu wyjaśnienia zaistniałej sytuacji. Sprawdzenie przesyłki przy odbiorze jest niezbędnym warunkiem uwzględnienia ewentualnych roszczeń klienta z tytułu uszkodzenia czy okradzenia przesyłki w transporcie”,

4. „Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych powstałych podczas transportu będą rozpatrywane tylko na podstawie pisemnego protokołu uszkodzenia/rozbieżności zawartości przesyłki, sporządzonego w chwili odbioru towaru, w obecności kuriera i za jego potwierdzeniem. (...) W przypadku nieuzasadnionej reklamacji lub uszkodzenia sprzętu z winy klienta, wszelkie koszty wyżej wymienionych procedur pokrywa klient”,

co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 uokik i nakazał zaniechanie ich stosowania,

VI. na podstawie art. 26 ust. 1 uokik uznał za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu postanowienia o treści: „Przed nałożeniem fototapety należy sprawdzić czy nie jest wadliwa, ponieważ po nałożeniu na ścianę reklamacji nie uwzględnia się”, które jest niezgodne z art. 5 ust. 1 i 2 pkt. 1 i z art. 5 ust. 3 pkt. 3 w zw. z art. 3 i 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206; dalej: upnpr), co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik i nakazał zaniechanie jej stosowania,

VII. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik nałożył na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości:

1. **1.271 zł**, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 uokik, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji decyzji;

2. **1.271 zł**, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 uokik, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji decyzji;

3. **1.906 zł**, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, w zakresie opisanym w punkcie III sentencji decyzji;

4. **5.085 zł**, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, w zakresie opisanym w punkcie IV sentencji decyzji;

5. **1.271 zł**, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, w zakresie opisanym w punkcie VI sentencji decyzji,

VIII. na podstawie art. 77 ust. 1 uokik oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 k.p.a., w związku z art. 83 i art. 80 uokik postanowił obciążyć przedsiębiorcę kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązać go do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty 41,80 zł, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się decyzji.

(decyzja, k 3-22).

Odwołanie od powyższej decyzji w dniu 8 grudnia 2014 r. wywiódł przedsiębiorca M. M., zaskarżając decyzję:

I. w punktach I, IV i VI w całości i wnosząc o uchylenie tych punktów jako wydanych:

- **punkt I** wskutek błędu w ustaleniach faktycznych przez ustalenie, że odwołujący uzależniał odstąpienie od umowy od odesłania towaru a przez to błędne zastosowanie art. 26 w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 ust. 1 uokik w zw. z art.7 ust. 1 w zw. z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,

- **punkt IV ppkt 1, 2, 3, 4** wskutek zastosowania art. 26 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 uokik do praktyki odwołującego, które zostały opisane odpowiednio w punkcie III ppkt 1, 2, 3, 4 i 5 zaskarżonej decyzji a w konsekwencji wymierzenia kar za te same praktyki raz w punkcie VII ppkt 3 i drugi raz w punkcie VII ppkt 4 zaskarżonej decyzji,

- **punkt VI** wskutek zastosowania art. 26 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 p 3 uokik polegające na błędnej interpretacji przepisów, że opisana praktyka odwołującego jest sprzeczna z przepisami art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 i art. 5 ust. 3 pkt 3 w zw. z art. 3 i 4 ust. 1 ustawy;

II. w punkcie VII ppkt 2, 3 i 5 oraz wnosząc o zmianę zaskarżonej decyzji w tym zakresie zarzucając wymierzenie kar powodujących nadmierną dolegliwość majątkową przez stosowanie kwot wyższych niż wymagają tego ustawowe cele kary a to ze względu na dochód odwołującego za 2013 r. i rozmiaru stosowania przez niego tych niedozwolonych praktyk opisanych w punktach I, II, III i VI decyzji i wnosząc o obniżenie wysokości wymierzonych kar w punkcie VII decyzji: ppkt 2 do kwoty 632 zł, ppkt 3 do kwoty 920 zł, ppkt 5 do kwoty 632 zł;

III. subsydiarnie, w przypadku uznania odwołania za bezskuteczne w punkcie I odwołania, powód wniósł o zmianę zaskarżonej decyzji w punkcie VII ppkt 1 i 4 przez obniżenie wysokości wymierzonych kar w tych punktach jako wymierzonych w wysokościach nadmiernie wysokich powodujących nadmierną dolegliwość majątkową dla odwołującego wobec jego dochodu uzyskanego za rok 2013, rozmiaru stosowania praktyk opisanych w tych punktach a także nadmierną dolegliwość ze względu na cele prewencyjne. Powód wniósł o obniżenie wymierzonych kar do kwot w punkcie VII decyzji: ppkt 1 do kwoty 632 zł, ppkt 4 do kwoty 1.000 zł.

Powód wniósł również o zawarcie ugody z Prezesem Urzędu, na mocy której strony przed rozpoznaniem sprawy przez Sąd uzgodnią za dostatecznie uzasadnione wymierzenie odwołującemu kar: w punkcie I i II decyzji w kwotach po 632 zł, w punkcie III i IV w kwocie łącznie 1.500 zł, w punkcie VI w kwocie 632 zł, płatnych w terminie 14 dni od daty umorzenia postępowania po zawarciu ugody.

(odwołanie, k. 23-27).

W odpowiedzi na odwołanie Prezes UOKiK wniósł o oddalenie odwołania w całości oraz zasądzenie od powoda na rzecz pozwanego kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

(odpowiedź na odwołanie, k. 35-39).

Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny:

M. M. jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej, prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą (...). W ramach tej działalności przedsiębiorca prowadzi sprzedaż detaliczną przez domy sprzedaży wysyłkowej lub internet.

dowód: wydruk z (...), k. 58 akt admin.

Wskazaną działalność przedsiębiorca wykonuje za pośrednictwem serwisu (...), w ramach konta o nazwie (...) oraz poprzez sklep internetowy pod adresem (...) W ramach serwisu (...) przedsiębiorca prowadzi sprzedaż detaliczną fototapet, zaś w sklepie internetowym także oferuje fototapety oraz tapety, okleiny, kleje do tapet i fototapet, artykuły chemiczne oraz naklejki na ścianę.

dowód: zrzuty strony internetowej serwisu (...), k. 15-16 akt admin.; zrzuty strony internetowej (...), k. 43-46 akt admin.

Zasady zawierania umów w ramach serwisu (...) oraz ich treść regulują postanowienia zawarte w dokumencie, zamieszczonym na stronie internetowej przedsiębiorcy w tym serwisie. Wskazany dokument zawiera następujące postanowienia:

- w rozdziale III „Zwroty zakupionych towarów”:

- **pkt 1** „W terminie 10 dni od dnia dostarczenia towaru, konsument ma prawo do jego zwrotu bez podania przyczyn w ramach odstąpienia od umowy, wg ogólnych zasad przepisów o zawieraniu umów na odległość. Odstąpienie od umowy następuje poprzez złożenie pisemnego oświadczenia i odesłanie towaru na własny koszt do sprzedawcy. Sprzedawca przyjmuje zwrócony towar pod warunkiem, iż zostanie on odesłany w oryginalnym i nie uszkodzonym opakowaniu, z kompletną i nie uszkodzoną zawartością, bez śladów jej użytkowania (urządzenie oraz wszelkie dołączone akcesoria, instrukcje, gwarancja, dowód zakupu – faktura lub paragon, itp.)”,

- **pkt 3** „Do przesyłki zwrotnej należy dołączyć pisemne oświadczenie odstąpienia od umowy, swoje dane personalne. Należy również określić sposób zwrotu należności za towar: przelew na konto bankowe (wówczas prosimy o podanie numeru rachunku bankowego) lub przekazem pocztowym na wskazany adres”,

- **pkt 4** „W przypadku niedopełnienia przez klienta warunków z pkt. 4, sprzedawca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia odesłanego towaru oraz do zgłoszenia zarzutu bezskuteczności odstąpienia od umowy przez klienta”,

- **pkt 5** „W przypadku pozytywnego rozpatrzenia odstąpienia od umowy przez konsumenta, sprzedawca zwraca pieniądze w ciągu 7 dni roboczych od momentu otrzymania przesyłki zwrotnej wraz z pisemnym odstąpieniem od umowy.”,

- w rozdziale IV „Reklamacje i gwarancje”:

- **pkt 6** „Przed nałożeniem fototapety należy sprawdzić czy nie jest wadliwa, ponieważ po nałożeniu na ścianę reklamacji nie uwzględnia się”

Ani w ww. dokumencie, ani w żadnym miejscu na stronie internetowej użytkowanej w ramach serwisu (...), przedsiębiorca nie przekazuje informacji o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

dowód: wydruki dokumentu i zrzutów ze strony internetowej serwisu (...), k. 13-16, 26, 38, 61 verte-62 akt admin.

M. M. otworzył konto w serwisie (...) 31 maja 2010 r., pierwszą fakturę VAT wystawił w maju 2010 r., a paragon w czerwcu 2010 r.

dowód: oświadczenie przedsiębiorcy, k. 25 akt admin.

Przedsiębiorca prowadzi sprzedaż oferowanych przez siebie artykułów również za pośrednictwem sklepu internetowego, działającego pod adresem (...).pl. (...) tego sklepu jest B. M., prowadząca działalność pod firmą (...).H.P. T. w C., natomiast M. M. wykorzystuje go w prowadzonej przez siebie działalności od 22 marca 2010 r., na podstawie umowy użyczenia.

dowód: wydruki zrzutów strony internetowej sklepu, k. 43-46 akt admin.; oświadczenie B. M., k. 47 akt admin.; „Umowa użyczenia sklepu internetowego”, k. 48 akt admin.

Zasady zawierania umów w sklepie internetowym regulują postanowienia zawarte w „Regulaminie sklepu”, udostępnionym na stronie internetowej (...).pl. (...) ten zawiera następujące postanowienia:

- w rozdziale II „Realizacja zamówienia:

- **pkt 5** „Sprzedawca dostarcza zamówiony towar za pośrednictwem firmy kurierskiej lub Poczty Polskiej. Kupujący jest obciążony odpowiednimi kosztami dostawy (zależnymi od wysokości kwoty zamówienia).”,

- w rozdziale III „Zwroty zakupionych towarów”:

- **pkt 1** „W terminie 10 dni od dnia dostarczenia towaru, konsument ma prawo do jego zwrotu bez podania przyczyn w ramach odstąpienia od umowy, wg ogólnych zasad przepisów o zawieraniu umów na odległość. Odstąpienie od umowy następuje poprzez złożenie pisemnego oświadczenia i odesłanie towaru na własny koszt do sprzedawcy. Sprzedawca przyjmuje zwrócony towar pod warunkiem, iż zostanie on odesłany w oryginalnym i nie uszkodzonym opakowaniu, z kompletną i nie uszkodzoną zawartością, bez śladów jej użytkowania (urządzenie oraz wszelkie dołączone akcesoria, instrukcje, gwarancja, dowód zakupu – faktura lub paragon, itp.)”,

- **pkt 3** „Do przesyłki zwrotnej należy dołączyć pisemne oświadczenie odstąpienia od umowy, swoje dane personalne. Należy również określić sposób zwrotu należności za towar: przelew na konto bankowe (wówczas prosimy o podanie numeru rachunku bankowego) lub przekazem pocztowym na wskazany adres.”,

- **pkt 4** „W przypadku niedopełnienia przez klienta warunków z pkt. 4, sprzedawca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia odesłanego towaru oraz do zgłoszenia zarzutu bezskuteczności odstąpienia od umowy przez klienta.”,

- **pkt 5** „W przypadku pozytywnego rozpatrzenia odstąpienia od umowy przez konsumenta, sprzedawca zwraca pieniądze w ciągu 7 dni roboczych od momentu otrzymania przesyłki zwrotnej wraz z pisemnym odstąpieniem od umowy.”

Na stronie internetowej sklepu w „Regulaminie sklepu”, przedsiębiorca M. M. nie podaje następujących informacji: imienia i nazwiska (nazwy) przedsiębiorcy faktycznie prowadzącego sklep oraz organu, który zarejestrował jego działalność gospodarczą (z treści „Regulaminu sklepu” wynika, że właścicielem sklepu jest Z.H.P. T. B. M.), zasad zapłaty ceny, kosztów dostawy, miejsca i sposobu składania reklamacji.

dowód: wydruki „Regulaminu sklepu” i zrzutów ze strony internetowej sklepu, k. 41-46, 51-52, 59-61 akt admin.

Umowy zawierane z konsumentami za pośrednictwem serwisu (...) oraz sklepu internetowego potwierdzane są przez przedsiębiorcę fakturami VAT lub paragonami, w zależności od woli kupującego. W ww. dokumentach, stanowiących potwierdzenie zawarcia umowy sprzedaży, M. M. nie przekazuje klientom następujących informacji: o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, o terminie i sposobie dostawy, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

dowód: oświadczenie przedsiębiorcy, k. 18 i 52 akt admin.; przykładowe paragony i faktury VAT, k. 19-23, 32-36 akt admin.;

W dniu 31 grudnia 2013 r. przeciwko przedsiębiorcy wszczęto z urzędu postępowanie administracyjne pod zarzutami stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Pismem z 30 maja 2014 r. zawiadomiono M. M. o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i poinformowano o prawie do zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy. Natomiast 24 listopada 2014 r. wydano decyzję, która została zaskarżona w niniejszym postępowaniu sądowym.

dowód: Postanowienie nr 1, k. 2-5 akt admin.; Zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, k. 78 akt admin.

W roku 2013 M. M. osiągnął przychód z pozarolniczej działalności gospodarczej w wysokości (...) zł.

dowód: uwierzytelniona kserokopia zeznania podatkowego PIT-36L, k. 67-71 akt admin.

Powyżej opisany stan faktyczny, który nie był między stronami sporny, Sąd ustalił w oparciu o wyżej przywołane dowody, zgromadzone w toku postępowania administracyjnego i sądowego oraz twierdzenia i oświadczenia stron. Wymienione dowody nie były kwestionowane przez strony, a i Sąd nie znalazł podstaw, by odmówić im mocy dowodowej.

Sąd pominął natomiast dowód z przesłuchania stron, który został zawnioskowany przez powoda na okoliczność uzyskania dochodu z udziałem niedozwolonych praktyk, rozmiaru niedozwolonych praktyk i jego sytuacji majątkowej, z uwagi na niestawiennictwo powoda na rozprawie, na którą został wezwany do osobistego stawienia. Przy czym powód w wezwaniu został pouczone o tym, że jego niestawiennictwo spowoduje pominięcie dowodu.

Sąd Okręgowy zważył, co następuje:

Odwołanie powoda nie zasługuje na uwzględnienie, gdyż Prezes UOKiK dokonał prawidłowej subsumcji opisanego wyżej stanu faktycznego i wyciągnął prawidłowy wniosek, co do możliwości przypisania powodowi działań wypełniających dyspozycję art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z tym przepisem – w brzmieniu obowiązującym w dacie wydania zaskarżonej decyzji - zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przy czym przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie 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, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

W niniejszej sprawie nie budzi wątpliwości, że powód jest przedsiębiorcą i że podejmuje działania w obrocie z konsumentami. Pozostaje więc do rozstrzygnięcia kwestia, czy działania powoda, 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 niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody.

Bezprawne praktyki muszą być ponadto 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 uchwały z 13 lipca 2006r., sygn. akt III SZP 3/06, OSNP 2007, nr 1-2, poz. 35).

Oceny, czy w danej sytuacji mamy do czynienia z bezprawnym naruszeniem interesu konsumentów, dokonujemy na podstawie analizy, między innymi, regulacji określonych aktów prawnych, które swym działaniem naruszył przedsiębiorca.

W zaskarżonej decyzji Prezes UOKiK wskazał na szereg działań powoda, które – w jego ocenie – stanowiły praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Sądu Okręgowego, w odniesieniu do praktyk opisanych w pkt I, IV i VI zaskarżonej decyzji, spełniona została przesłanka godzenia przez przedsiębiorcę w zbiorowe interesy konsumentów. Przesłanka ingerencji w „zbiorowe interesy konsumentów”, o istnieniu których nie świadczy suma interesów jednostkowych oznacza, że zakaz z art. 24 uokik obejmuje zachowania przedsiębiorcy, które można określić jako „generalne”, tj. dotyczące każdego konsumenta znajdującego się w określonej sytuacji. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie zachowanie

przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład określonej grupy (T. Skoczny, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, 2014 r., System Informacji Prawnej Legalis). Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich klientów traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę. Aby uznać konkretne zachowanie przedsiębiorcy za naruszające zbiorowy interes konsumentów wystarczające jest, by zachowaniem tym dotknięci byli jego faktyczni lub potencjalni klienci, co ma miejsce w omawianym przypadku. Stosowane przez powoda praktyki rynkowe, opisane w pkt I, IV i VI decyzji, obejmują bowiem tych wszystkich konsumentów, którzy bądź to zawarli już z powodem umowy sprzedaży na odległość, bądź też są potencjalnymi klientami powoda, w tym osobami zapoznającymi się z ofertą, przedstawioną przez przedsiębiorcę na stronie internetowej prowadzonego przez siebie sklepu oraz w serwisie (...).

Zdaniem Sądu, ocena praktyki, określonej w punkcie I zaskarżonej decyzji, skłania do wniosku, że Prezes Urzędu prawidłowo ustalił, że praktyka ta narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Umowy sprzedaży, zawierane przez powoda z konsumentami za pośrednictwem serwisu (...) oraz w ramach prowadzonego sklepu internetowego, należą do kategorii tzw. umów na odległość.

Zgodnie z art. 7 ust. 1, obowiązującej w dacie wydania zaskarżonej decyzji, ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Zaś według ust. 3, w razie odstąpienia od umowy jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty. Natomiast stosownie do art. 17 ustawy, nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e.

Analogiczne rozwiązania przewidują także przepisy aktualnie obowiązującej ustawy z 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, która weszła w życie 25 grudnia 2014 r. (Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.). W art. 27 ustawy przyjęto, że konsument, który zawarł umowę na odległość, 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. Zgodnie zaś z art. 30 ust. 1 i ust. 2 ustawy, konsument może odstąpić od umowy, składając przedsiębiorcy oświadczenie o odstąpieniu od umowy, a do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Według komentowanej ustawy, w przypadku odstąpienia od umowy zawartej na odległość umowę uważa się za niezawartą (art. 31 ust. 1). W takim przypadku przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy (art. 32 ust. 1). Konsument jest natomiast zobowiązany do zwrotu rzecz przedsiębiorcy lub przekazania jej osobie upoważnionej przez przedsiębiorcę do odbioru niezwłocznie, jednak nie później niż 14 dni od dnia, w którym odstąpił od umowy, chyba że przedsiębiorca zaproponował, że sam odbierze rzecz. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie rzeczy przed jego upływem (art. 34 ust. 1). Co istotne, zgodnie z art. 7 przedmiotowej ustawy, konsument nie może się zrzec praw przyznanych mu w ustawie, zaś postanowienia umów mniej korzystne dla konsumenta niż postanowienia ustawy są nieważne, a w ich miejsce stosuje się przepisy ustawy.

Odnosząc powyższe unormowania do okoliczności niniejszej sprawy Sąd uznał za prawidłową, dokonaną przez Prezesa UOKiK, kwalifikację prawną praktyki zarzuconej powodowi w pkt I zaskarżonej decyzji. Postanowienie zawarte w regulaminie sklepu internetowego, udostępnionego na stronie internetowej www.tapex2000.pl oraz w dokumencie określającym zasady zawierania umów sprzedaży w ramach serwisu (...), o treści: „(...) Odstąpienie od umowy następuje poprzez złożenie pisemnego oświadczenia i odesłanie towaru na własny koszt do sprzedawcy. (...)”, reguluje tryb odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość sprzecznie z obowiązującymi przepisami, gdyż w jego świetle do skutecznego odstąpienia od umowy niezbędne jest nie tylko złożenie przez konsumenta oświadczenia

woli w tym przedmiocie, lecz także jednoczesne odesłanie zakupionego towaru. Niewątpliwie więc praktyka ta jest bezprawna, skoro w reżimach prawnych obu wskazanych ustaw, odstąpienie konsumenta od umowy zawartej na odległość wymaga do swojej skuteczności jedynie złożenia przez konsumenta - w ustawowo określonym terminie i formie - oświadczenia o odstąpieniu i nie jest obwarowane koniecznością dokonania przez niego jakiegokolwiek innej czynności faktycznej lub prawnej, w szczególności zaś, nie jest uzależnione od jednoczesnego zwrotu zakupionego towaru. Oczywiście z uwagi na to, że następstwem skutecznego odstąpienia od umowy jest to, że umowa jest uważana za niezawartą, obie strony zobowiązane są do zwrotu tego, co do tej otrzymały od drugiej strony w ramach spełnienia świadczenia. Konsument jest zatem zobligowany do zwrotu sprzedawcy zakupionego towaru. Niemniej jednak zwrot ten nie musi nastąpić równocześnie ze złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy, gdyż według przywołanych ustaw, konsument ma to uczynić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni od dnia odstąpienia od umowy. Natomiast postanowienie zakwestionowane przez Prezesa Urzędu a stosowane przez powoda w relacjach z konsumentami modyfikuje rozwiązania ustawowe na niekorzyść konsumenta, ograniczając jego prawo do odstąpienia od umowy poprzez wymóg jednoczesnego złożenia oświadczenia o odstąpieniu i zwrotu towaru. Wbrew stanowisku prezentowanemu przez powoda w odwołaniu, treść analizowanego postanowienia sugeruje wprost, że obie wskazane czynności mają nastąpić równocześnie i właśnie tak ten zapis będzie rozumiany przez przeciętnego konsumenta. Nie zasługuje na aprobatę twierdzenie strony, iż użyty w danym postanowieniu „spójnik „i” nie występuje w znaczeniu jednoczesności tych dwóch czynności, a odesłanie towaru jest warunkiem koniecznym dla rozpoznania zasadności odstąpienia od umowy i zostało zapisane w charakterze instrukcyjnym”. Powód, jako podmiot profesjonalny, ponosi pełną odpowiedzialność za treść wszelkich dokumentów wykorzystywanych przez siebie w obrocie gospodarczym. Nie można przy tym oczekiwać, aby kontrahenci powoda, w tym zwłaszcza konsumenci, zmuszeni byli przyjmować jakieś szczególne metody (poza gramatyczną) wykładni treści opracowywanych przez niego dokumentów. Jedynie na marginesie Sąd pragnie także zauważyć, że prawo do odstąpienia ma charakter kształtujący i oznacza uprawnienie do jednostronnego rozwiązania umowy, a co za tym idzie, złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy nie wymaga akceptacji, czy zatwierdzenia przez drugą stronę. Zatem użyte przez powoda stwierdzenie, że „odesłanie towaru jest warunkiem koniecznym dla rozpoznania zasadności odstąpienia od umowy”, jest co najmniej niefortunne. Jednak sformułowanie to potwierdza w ocenie Sądu, że intencją przedsiębiorcy tworzącego regulamin sprzedaży było dokonanie zwrotu towaru równocześnie ze złożeniem oświadczenia woli, skoro także w kolejnym zdaniu także nierozdzielnie łączy odstąpienie od umowy z odesłaniem towaru. Z powyższych względów zarzut powoda sformułowany wobec rozstrzygnięcia zawartego w punkcie I sentencji decyzji nie zasługiwał na uwzględnienie.

Mając powyższe na uwadze należało uznać, że praktyka, wymieniona w pkt I zaskarżonej decyzji, słusznie została uznana przez Prezesa UOKiK za godzącą w zbiorowe interesy konsumentów.

W punkcie IV zaskarżonej decyzji zakwestionowano praktyki powoda godzące w zbiorowe interesy konsumentów, polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji po zawarciu umowy.

W myśl art. 9 ust. 1 przywoływanej już ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o:

- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany;
- 2) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu;
- 3) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki;
- 4) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia;
- 5) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy;

- 6) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3;
- 7) kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy;
- 8) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący;
- 9) minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenia ciągle lub okresowe;
- 10) miejscu i sposobie składania reklamacji;
- 11) prawie wypowiedzenia umowy, o którym mowa w art. 8 ust. 3.

Zgodnie z ust. 2, informacje, o których mowa w ust. 1, powinny być sformułowane jednoznacznie, w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania. Natomiast zgodnie z ust. 3 wskazanego przepisu, przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia.

Także przepisy obecnie obowiązującej ustawy o prawach konsumenta nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki informacyjne związane z umowami zawieranymi na odległość. Stosownie do treści art. 12 ust. 1 ustawy, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały, między innymi o:

- swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany (pkt 2),
- adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, jeżeli jest inny niż adres przedsiębiorstwa (pkt 4),
- sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez niego procedurze rozpatrywania reklamacji (pkt 8),
- sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartym w załączniku nr 2 do ustawy (pkt 9),
- braku prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 38 lub okolicznościach, w których konsument traci prawo odstąpienia od umowy (pkt 12).

Zgodnie zaś z art. 21 ust. 1 ustawy, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje:

- 1) informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy;
- 2) informację o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy.

Według art. 22 ustawy, informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, stanowią integralną część umowy zawieranej na odległość i mogą być zmienione jedynie za wyraźnym porozumieniem stron.

Przenosząc powyższe rozwiązania prawne na grunt niniejszej sprawy Sąd Okręgowy stwierdził, że powód nie wywiązał się z powyższych obowiązków informacyjnych, dotyczących etapu po zawarciu umowy, ponieważ nie potwierdzał konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia następujących informacji, wymaganych przez wyżej przytoczone przepisy:

- o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy,
- o terminie i sposobie dostawy,
- o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3,
- o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Okoliczność niedopełnienia powyższych obowiązków przez przedsiębiorcę była w niniejszej sprawie bezsporna. Powód nie kwestionował ustalenia pozwanego co do tego, że wskazana praktyka jest bezprawna. Zarzut powoda dotyczył natomiast tego, że w jego ocenie, niedopuszczalnym jest wyodrębnienie różnych obowiązków informowania klienta opisanych w art. 9 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów ujętych w jednej dyspozycji przepisu. W konsekwencji, zdaniem strony, Prezes UOKiK błędnie postawił dwa zbieżne zarzuty odnośnie naruszenia obowiązków wynikających z art. 9 ww. ustawy – tj. w punkcie III i IV decyzji, a następnie wymierzył za nie dwie kary z punktów VII ppkt 3 i VII ppkt 4. Zgadzając się z uznaniem za niedozwoloną praktyki opisanej w punkcie III zaskarżonej decyzji przedsiębiorca wskazał, że pozwany powinien zakwalifikować jego zachowanie jako jedną niedozwoloną praktykę i wymierzyć za nią jedną karę.

Ze stanowiskiem powoda nie można się zgodzić. Z przywołanych powyżej przepisów art. 9 ust. 1 i art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów wynika bowiem jednoznacznie, że ustawodawca nałożył na przedsiębiorcę obowiązek podawania konsumentom określonych informacji na dwóch etapach kontraktowania, tj. pierwszy raz – przed zawarciem umowy (etap prezentowania oferty – art. 9 ust. 1: konsument powinien być poinformowany najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o ...) i drugi raz – po zawarciu umowy (etap realizacji umowy – art. 9 ust. 3: przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia). W oparciu o wskazane przepisy należy zatem wyodrębnić dwie, niezależne od siebie grupy obowiązków informacyjnych. Analogicznie rozwiązanie, polegające na obowiązku podawania konsumentom określonych informacji w dwóch wspomnianych fazach kontraktowania, przewidziano także w ustawie o prawach konsumenta (art. 12 ust. 1 i art. 21 ust. 1). Omawiane obowiązki, mimo że są tożsame w zakresie treści informacji, jakie mają być przekazane konsumentom, to jednak dotyczą różnych etapów kontraktowania i oparte są na różnych podstawach prawnych. Wobec tego, naruszenie omawianych obowiązków zarówno na etapie prezentowania oferty przedsiębiorcy, jaki i na etapie realizacji umowy – co miało miejsce w niniejszej sprawie - uzasadnia kwalifikację tego zachowania jako dwóch oddzielnych praktyk, a w konsekwencji wymierzenie dwóch kar pieniężnych. Warto przy tym odnotować, że naruszenie wskazanych przepisów może dotyczyć różnych grup konsumentów, bo w pierwszym etapie tych tylko którzy poprzestaną na zainteresowaniu się ofertą powoda, a w drugim tych którzy po zapoznaniu się z ofertą zdecydują się na dokonanie transakcji w sklepie powoda.

Mając na uwadze bezsporną okoliczność niepotwierdzenia konsumentom zawierającym z powodem umowy na odległość na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji wymienionych w punkcie IV zaskarżonej decyzji, Sąd Okręgowy stwierdził, że powód naruszył obowiązki informacyjne przewidziane w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, dopuszczając się tym samym zachowania noszącego znamiona bezprawności.

Wymaga przy tym podkreślenia, że informacje objęte naruszonym przez przedsiębiorcę przepisem nie mogą być uznane za nieistotne, obojętne dla konsumenta, na co wskazuje chociażby to, iż obowiązek ich podania ma charakter ustawowy i obligatoryjny. Od przedsiębiorcy wymaga się, aby przy wykonywaniu działalności gospodarczej zachowywał należyłą staranność, tj. taką, jakiej należy oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu. Owa staranność, rzetelność obejmuje przede wszystkim postępowanie zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, w tym wypełnianie nałożonych przez nie obowiązków, jak również uczciwość, lojalność kontraktową wobec kontrahenta, a zwłaszcza kontrahenta posiadającego status konsumenta. Nie dopełnienie przez powoda powyższego obowiązku

informacyjnego godzi zatem w zbiorowe interesy konsumentów, wypełniając znamiona praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 uokik.

W ocenie Sądu Okręgowego, Prezes Urzędu także trafnie uznał praktykę, opisaną w punkcie VI zaskarżonej decyzji, za nieuczciwą praktykę rynkową.

Generalny zakaz stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych zawarty został w artykule 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206 ze zm.; dalej: upnpr), wdrażającej dyrektywę 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. (Dz. U. z dnia 20 września 2007 r., dalej jako: Dyrektywa). Pojęcie nieuczciwych praktyk rynkowych zostało zdefiniowane w art. 4 ust. 1 powołanej ustawy, stosownie do którego, 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.

Definicja samej praktyki rynkowej, zawarta w art. 2 pkt 4 upnpr, określa ją jako działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Wyjaśnienie pojęcia praktyki rynkowej stanowi w zasadzie dosłowne powielenie definicji zawartej w Dyrektywie (art. 2 pkt d Dyrektywy).

Przy ocenie przesłanek nieuczciwości praktyki, zarzuconej powodowi w punkcie VI sentencji decyzji, Prezes UOKiK nawiązał do kryterium sprzeczności praktyki z dobrymi obyczajami. Co do tego aspektu oceny zachowania przedsiębiorcy, to należy się zgodzić, że 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 (klauzula generalna określona w art. 4 ust. 1 upnpr). Jednakże dla wykazania, że działania przedsiębiorcy stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 lub art. 6 upnpr, a więc wprowadzają konsumenta w błąd, nie jest konieczne wykazanie także naruszenia klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 upnpr. Wprawdzie we wcześniejszym orzecznictwie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz sądów wyższej instancji, jak również w literaturze przedmiotu wyrażany był pogląd przeciwny, jednakże najnowsze orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej oraz Sądu Najwyższego dostarcza przekonujących argumentów, że zbędne jest badanie przesłanki nieuczciwości (sprzeczności z dobrymi obyczajami) w sytuacji, gdy praktyka odnosi się do zdefiniowanych praktyk rynkowych wprowadzających w błąd, co na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oznacza, między innymi, praktyki określone w wyżej wymienionych art. 5 i art. 6 upnpr. Dopiero praktyki rynkowe niedookreślone w ustawie należy oceniać przez pryzmat klauzuli generalnej nieuczciwej praktyki rynkowej, tj. art. 4 ust 1 upnpr. Na taką interpretację dyrektywy 2005/29 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym i będącej jej implementacją ustawy z 23 sierpnia 2008 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wskazał TSUE w wyroku z 19 września 2013 r. w sprawie C-435/11 CHS Tour Services GmbH (pkt 45) oraz Sąd Najwyższy w wyroku z 4 marca 2014 r. w sprawie sygn. akt III SK 34/13 (glosa aprobująca Małgorzaty Sieradzkiej w Systemie Informacji Prawnej LEX). Podobnie w wyroku z 16 kwietnia 2015 r. w sprawie C-388/13 TSUE wyraźnie wskazał, że w wypadku, gdy praktyka handlowa spełnia wszystkie kryteria ustanowione w art. 6 ust. 1 dyrektywy (odpowiednio art. 5 upnpr), aby można było zakwalifikować ją jako praktykę wprowadzającą w błąd konsumenta, nie zachodzi konieczność zbadania, czy taka praktyka jest również sprzeczna z wymogami staranności zawodowej w rozumieniu art. 5 ust. 2 lit. a) wspomnianej Dyrektywy (odpowiednio dobrymi obyczajami w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr), aby można było ją uznać za nieuczciwą i w konsekwencji za zabronioną na podstawie art. 5 ust. 1 tejże Dyrektywy (odpowiednio art. 3 upnpr).

Nie wchodząc w szczegóły argumentacji najistotniejsze jest, co Sąd w składzie niniejszym podziela, że przyjęcie przeciwnego stanowiska powodowałoby w istocie pozbawienie wszelkiego praktycznego znaczenia przepisy art. 5 i art. 6 upnpr, skoro wystarczający dla uznania praktyk za nieuczciwe byłby przepis art. 4 ust 1 upnpr. Mając na uwadze powyższe, dążąc do jednolitości w zakresie interpretacji przepisów Dyrektywy 2005/29, której implementację na

zasadzie pełnej harmonizacji stanowi ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Sąd doszedł do przekonania, że wystarczające dla negatywnej oceny praktyki powoda jest spełnienie przez tę praktykę kryteriów określonych w art. 5 upnpr. Nota bene, aktualne brzmienie przepisu art. 4 ust. 2 uokik (obowiązujące od 25 grudnia 2014 r. na skutek nowelizacji dokonanej przez art. 49 pkt 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. – Dz.U. z 2014 r., poz. 827) uwzględnia powyższą wykładnię, wprost stwierdzając, że praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd oraz agresywna praktyka rynkowa, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk nie podlega ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1 art. 4.

Tym samym, oceny zachowania powoda wobec konsumentów nie należy weryfikować z dobrymi obyczajami, które ewentualnie narusza zarzucona mu praktyka, ale wystarczająca jest ocena, czy praktyka ta wprowadza w błąd i czy może w istotny sposób zniekształcać zachowania gospodarcze konsumenta, skłaniając go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału praktyk rynkowych na praktyki wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2 upnpr). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5 upnpr) albo zaniechaniu (art. 6 upnpr) wprowadzającym w błąd.

W myśl art. 5 ust. 1 upnpr, 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. Zgodnie z ust. 2 pkt 1, prowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Natomiast w ust. 3 pkt 3 ustawy przewidziano, że wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części.

Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd uznaje się za szczególnie nieuczciwe, ponieważ najczęściej oddziałują na sferę decyzyjną konsumenta, prowadząc do zniekształcenia jego decyzji rynkowych. Kwalifikacja praktyki, jako wprowadzającej w błąd, opiera się na ustaleniu, że w wyniku jej stosowania naruszone zostało prawo konsumenta do podjęcia w pełni świadomego wyboru rynkowego. Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy zatem stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd „przeciętnego konsumenta”, do którego jest skierowana lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe (patrz wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 lutego 2011r. VI ACa 694/10 - Lex nr 1220720). Praktyka rynkowa wprowadza w błąd, gdy rzeczywiście powoduje lub może powodować ryzyko konfuzji. Do stwierdzenia wprowadzenia w błąd wystarcza zatem ustalenie istnienia samej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta. Wprowadzenie w błąd polega natomiast na zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta przez stworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą chce się zaangażować. Następstwem wytworzenia tego mylnego przeświadczenia jest podjęcie przez konsumenta decyzji o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej transakcji, przy czym istotne jest, że nie podjąłby on takiej decyzji, gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy. Zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, będące wynikiem praktyk wprowadzających w błąd przez działalnictwo, polega głównie na podawaniu nieprawdziwych lub mylących informacji dotyczących produktu, sposobu jego prezentacji albo wprowadzenia na rynek (A. Michalak, Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Warszawa 2008 r., System Informacji Prawnej Legalis).

W art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr przewidziano, że wprowadzającym w błąd działaniem może być, między innymi, rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, które może dotyczyć całego spektrum zagadnień, jak na przykład istnienia i dostępności towaru/usługi, jego cech, ceny, czy – tak jak w analizowanym przypadku – obowiązków przedsiębiorcy i praw konsumenta. Należy przy tym podkreślić, że informacja przekazywana konsumentom powinna być rzetelna, jasna i prawdziwa. Podawanie informacji niespełniających tych kryteriów i wprowadzających w błąd, w sytuacji gdy chodzi o informacje istotne dla konsumenta w aspekcie możliwości podjęcia przez niego świadomej decyzji gospodarczej dotyczącej umowy, godzi w jedno z fundamentalnych praw konsumenckich, tj. prawo do

uzyskania rzetelnej, transparentnej i pełnej wiedzy o przedmiocie i warunkach transakcji. Podanie konsumentowi informacji wprowadzającej w błąd może przyczynić się do podjęcia przez niego decyzji rynkowej, której w innych okolicznościach by nie podjął. W art. 5 ust. 3 upnpr ustawodawca podał przykładową listę działań wprowadzających w błąd. I tak, w pkt 3 wskazano, że wprowadzenie w błąd może dotyczyć obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej.

Procedurę zgłaszania i rozpatrywania reklamacji, w dacie wydania zaskarżonej decyzji, regulowały przepisy ustawy z 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.; dalej: usk). Ustawa ta miała zastosowanie do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz jako konsument (art. 1 ust. 1). Zgodnie z **art. 4 ust. 1** przywołanej ustawy, sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową; w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania. W **art. 6** ustawy przewidziano natomiast, że za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową uważa się również nieprawidłowość w jego zamontowaniu i uruchomieniu, jeżeli czynności te zostały wykonane w ramach umowy sprzedaży przez sprzedawcę lub przez osobę, za którą ponosi on odpowiedzialność, albo przez kupującego według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży. Natomiast według **art. 7** ustawy, sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący w chwili zawarcia umowy o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. To samo odnosi się do niezgodności, która wynika z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego. Stosownie do treści **art. 8 usk**:

1. Jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia. (ust. 1);
2. Nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ust. 1 oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.
3. Jeżeli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.
4. Jeżeli kupujący, z przyczyn określonych w ust. 1, nie może żądać naprawy ani wymiany albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna. Przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia.

Według **art. 9 ust. 1 usk**, kupujący traci uprawnienia przewidziane w art. 8, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie zawiadomienia przed jego upływem. Z kolei zgodnie z **art. 10 ust. 1 usk**, sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu; termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru. Jeżeli przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana, strony mogą ten termin skrócić, jednakże nie poniżej jednego roku. Zaś w świetle **ust. 2**, roszczenia kupującego określone w art. 8 przedawniają się z upływem roku od stwierdzenia przez kupującego niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową; przedawnienie nie może się skończyć przed upływem terminu określonego w ust. 1. W takim samym terminie wygasa uprawnienie do odstąpienia od umowy.

Co istotne, uprawnień unormowanych w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru

konsumpcyjnego z umową. W szczególności nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową (**art. 11**).

Obecnie, wobec utraty z dniem 25 grudnia 2014 r. mocy obowiązującej przez ustawę o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, kwestie reklamacji towaru nabytego przez konsumenta regulują przepisy Kodeksu cywilnego, w tym przepisy o rękojmi za wady rzeczy sprzedanej.

Zgodnie z **art. 556¹ § 1 k.c.**, wada fizyczna polega na niezgodności rzeczy sprzedanej z umową. W szczególności rzecz sprzedana jest niezgodna z umową, jeżeli:

- 1) nie ma właściwości, które rzecz tego rodzaju powinna mieć ze względu na cel w umowie oznaczony albo wynikający z okoliczności lub przeznaczenia;
- 2) nie ma właściwości, o których istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego, w tym przedstawiając próbkę lub wzór;
- 3) nie nadaje się do celu, o którym kupujący poinformował sprzedawcę przy zawarciu umowy, a sprzedawca nie zgłosił zastrzeżenia co do takiego jej przeznaczenia;
- 4) została kupującemu wydana w stanie niepełnym.

Zaś według **§ 3**, rzecz sprzedana ma wadę fizyczną także w razie nieprawidłowego jej zamontowania i uruchomienia, jeżeli czynności te zostały wykonane przez sprzedawcę lub osobę trzecią, za którą sprzedawca ponosi odpowiedzialność, albo przez kupującego, który postąpił według instrukcji otrzymanej od sprzedawcy.

W **art. 556² k.c.** przewidziano, że jeżeli kupującym jest konsument, a wada fizyczna została stwierdzona przed upływem roku od dnia wydania rzeczy sprzedanej, domniemywa się, że wada lub jej przyczyna istniała w chwili przejścia niebezpieczeństwa na kupującego.

Według **art. 557 k.c.**, sprzedawca jest zwolniony od odpowiedzialności z tytułu rękojmi, jeżeli kupujący wiedział o wadzie w chwili zawarcia umowy (§ 1). Gdy przedmiotem sprzedaży są rzeczy oznaczone tylko co do gatunku albo rzeczy mające powstać w przyszłości, sprzedawca jest zwolniony od odpowiedzialności z tytułu rękojmi, jeżeli kupujący wiedział o wadzie w chwili wydania rzeczy. Przepisu tego nie stosuje się, gdy kupującym jest konsument (§ 2).

Stosownie do **art. 558 k.c.**, strony mogą odpowiedzialność z tytułu rękojmi rozszerzyć, ograniczyć lub wyłączyć. Jeżeli kupującym jest konsument, ograniczenie lub wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest dopuszczalne tylko w przypadkach określonych w przepisach szczególnych (§ 1). Wyłączenie lub ograniczenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest bezskuteczne, jeżeli sprzedawca zataił podstępnie wadę przed kupującym (§ 2).

Zaś zgodnie z **art. 559 k.c.**, sprzedawca jest odpowiedzialny z tytułu rękojmi za wady fizyczne, które istniały w chwili przejścia niebezpieczeństwa na kupującego lub wynikły z przyczyny tkwiącej w rzeczy sprzedanej w tej samej chwili.

W **art. 560 i art. 561 k.c.** określono uprawnienia kupującego w sytuacji, gdy rzecz sprzedana ma wadę. Według pierwszego ze wskazanych przepisów:

§ 1. Jeżeli rzecz sprzedana ma wadę, kupujący może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od umowy, chyba że sprzedawca niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla kupującego wymieni rzecz wadliwą na wolną od wad albo wadę usunie. Ograniczenie to nie ma zastosowania, jeżeli rzecz była już wymieniona lub naprawiana przez sprzedawcę albo sprzedawca nie uczynił zadość obowiązkowi wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady.

§ 2. Jeżeli kupującym jest konsument, może zamiast zaproponowanego przez sprzedawcę usunięcia wady żądać wymiany rzeczy na wolną od wad albo zamiast wymiany rzeczy żądać usunięcia wady, chyba że doprowadzenie rzeczy do zgodności z umową w sposób wybrany przez kupującego jest niemożliwe albo wymagałoby nadmiernych kosztów w porównaniu ze sposobem proponowanym przez sprzedawcę. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się

wartość rzeczy wolnej od wad, rodzaj i znaczenie stwierdzonej wady, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie narażałby kupującego inny sposób zaspokojenia.

§ 3. Obniżona cena powinna pozostawać w takiej proporcji do ceny wynikającej z umowy, w jakiej wartość rzeczy z wadą pozostaje do wartości rzeczy bez wady.

§ 4. Kupujący nie może odstąpić od umowy, jeżeli wada jest nieistotna.

Natomiast w **art. 561 k.c.** przewidziano, że:

§ 1. Jeżeli rzecz sprzedana ma wadę, kupujący może żądać wymiany rzeczy na wolną od wad albo usunięcia wady.

§ 2. Sprzedawca jest obowiązany wymienić rzecz wadliwą na wolną od wad lub usunąć wadę w rozsądnym czasie bez nadmiernych niedogodności dla kupującego.

§ 3. Sprzedawca może odmówić zadośćuczynienia żądaniu kupującego, jeżeli doprowadzenie do zgodności z umową rzeczy wadliwej w sposób wybrany przez kupującego jest niemożliwe albo w porównaniu z drugim możliwym sposobem doprowadzenia do zgodności z umową wymagałoby nadmiernych kosztów. Jeżeli kupującym jest przedsiębiorca, sprzedawca może odmówić wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady także wtedy, gdy koszty zadośćuczynienia temu obowiązkowi przewyższają cenę rzeczy sprzedanej.

Stosownie do **art. 568 k.c.:**

§ 1. Sprzedawca odpowiada z tytułu rękojmi, jeżeli wada fizyczna zostanie stwierdzona przed upływem dwóch lat, a gdy chodzi o wady nieruchomości - przed upływem pięciu lat od dnia wydania rzeczy kupującemu. Jeżeli kupującym jest konsument a przedmiotem sprzedaży jest używana rzecz ruchoma, odpowiedzialność sprzedawcy może zostać ograniczona, nie mniej niż do roku od dnia wydania rzeczy kupującemu.

§ 2. Roszczenie o usunięcie wady lub wymianę rzeczy sprzedanej na wolną od wad przedawnia się z upływem roku, licząc od dnia stwierdzenia wady. Jeżeli kupującym jest konsument, bieg terminu przedawnienia nie może zakończyć się przed upływem terminu określonego w § 1.

§ 3. W terminach określonych w § 2 kupujący może złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy albo obniżeniu ceny z powodu wady rzeczy sprzedanej. Jeżeli kupujący żądał wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady, bieg terminu do złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy albo obniżeniu ceny rozpoczyna się z chwilą bezskutecznego upływu terminu do wymiany rzeczy lub usunięcia wady.

§ 4. W razie dochodzenia przed sądem albo sądem polubownym jednego z uprawnień z tytułu rękojmi termin do wykonania innych uprawnień, przysługujących kupującemu z tego tytułu, ulega zawieszeniu do czasu prawomocnego zakończenia postępowania.

§ 5. Przepis § 4 stosuje się odpowiednio do postępowania mediacyjnego, przy czym termin do wykonania innych uprawnień z tytułu rękojmi, przysługujących kupującemu, zaczyna biec od dnia odmowy przez sąd zatwierdzenia ugody zawartej przed mediatorem lub bezskutecznego zakończenia mediacji.

§ 6. Upływ terminu do stwierdzenia wady nie wyłącza wykonania uprawnień z tytułu rękojmi, jeżeli sprzedawca wadę podstępnie zataił.

Powyższe regulacje prawne odnoszą się także do stosowanej przez powoda praktyki a opisanej w punkcie VI zaskarżonej decyzji, polegającej na kreowaniu uprawnień konsumenta dotyczących wady nabytej rzeczy w sposób określony, w zamieszczonym na stronie internetowej przedsiębiorcy w serwisie (...), postanowieniu o treści: „Przed nałożeniem fototapety należy sprawdzić czy nie jest wadliwa, ponieważ po nałożeniu na ścianę reklamacji nie uwzględnia się.” Biorąc pod uwagę przywołane regulacje prawne Sąd Okręgowy stwierdził, że ani przepisy uprzednio obowiązującej ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, ani także przepisy Kodeksu cywilnego,

nie warunkują możliwości skorzystania przez konsumenta z uprawnień przysługujących mu względem sprzedawcy w związku z niezgodnością rzeczy sprzedanej z umową, od spełnienia jakichkolwiek obowiązków poza - przewidzianym w art. 9 ust. 1 usk oraz wynikającym pośrednio z art. 568 § 1, § 2 i § 3 k.c. - obowiązkiem zawiadomienia sprzedawcy o niezgodności towaru z umową w terminie określonym w ustawie. W szczególności zaś, przepisy te nie uzależniają możliwości dochodzenia przez konsumenta roszczeń, czy wykonania uprawnień wymienionych w art. 8 usk, czy art. 560 i art. 561 k.c. od tego, by konsument nie skorzystał z zakupionej rzeczy, w stosunku do której zgłasza zastrzeżenia. Trafnie zatem przyjął pozwany, że przedsiębiorca nie może uzależniać możliwości wystąpienia przez konsumenta z roszczeniem z tytułu niezgodności towaru z umową od tego, czy konsument uczynił z zakupionej rzeczy użytek zgodny z jej przeznaczeniem, czy też jej nie użył. Tym bardziej, że jak zauważono, co do zasady, niedopuszczalne jest wyłączenie czy ograniczenie uprawnień konsumenta w rozpatrywanym zakresie.

Nie zasługuje przy tym na uwzględnienie stanowisko powoda, że Prezes nie może nakładać na sprzedawcę obowiązków reklamacyjnych niewykonalnych, Zdaniem przedsiębiorcy, położenie tapety na ścianę jest czynnością, która uniemożliwia proces reklamacyjny, ponieważ zerwanie tapety uszkadza ją w takim stopniu, że traci ona cechy pierwotne. Według strony, ujawnienie się wad po przyklejeniu tapety może być wyłącznie spowodowane wadliwym wykonawstwem, rodzajem użytego kleju lub właściwością podłoża. Strona stwierdziła, że można racjonalnie założyć, że w trakcie nakładania tapet pojawi się ich wada, ale jej zauważenie powoduje konieczność przerwania nakładania kolejnych tapet i wtedy reklamacja może się opierać wyłącznie na ocenie jakości tapet, które nie zostały naklejone. Wbrew sugestiom powoda, nie można jednak a priori wykluczyć sytuacji, w których wady tapety ujawnią się dopiero po naklejeniu ich na ścianę, nawet po upływie dłuższego czasu, a nie będą one wynikały z nieprawidłowego nałożenia tapet, czy użycia nieodpowiedniego kleju (przykładowo można tu wskazać na płowienie, zmianę koloru, czy faktury tapety) albo gdy wady będą wynikały z nieprawidłowego ich nałożenia, choć kupujący dokonał tej czynności według instrukcji otrzymanej od sprzedawcy. To, czy wada tapety istniała i była widoczna już w momencie jej naklejania na ścianę, czy też ujawniła się później, a w konsekwencji, czy reklamacja jest zasadna, należy ocenić w każdym przypadku z osobna. Niemniej jednak, sprzedawca nie może z góry wykluczyć możliwości reklamowania tapety po nałożeniu jej na ścianę.

Mając powyższe na uwadze, zdaniem Sądu, stosowane przez powoda postanowienie w brzmieniu: „Przed nałożeniem fototapety należy sprawdzić czy nie jest wadliwa, ponieważ po nałożeniu na ścianę reklamacji nie uwzględnia się.”, ewidentnie prezentuje informację nieprawdziwą. Informacja nieprawdziwa, to informacja nieodpowiadająca rzeczywistości. W analizowanym przypadku zachodzi obiektywna nieprawdziwość informacji co do uzależnienia uwzględnienia przez przedsiębiorcę reklamacji od nieużycia przez konsumenta zakupionych tapet. Wbrew obowiązującym przepisom prawa, przedsiębiorca czyni zastrzeżenie, że po nałożeniu tapety na ścianę, a więc po zrobieniu z niej użytku zgodnego z jej przeznaczeniem, nie będzie uwzględniał reklamacji. Przedmiotowe postanowienie może zatem wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd, co do jego faktycznych uprawnień w razie stwierdzenia niezgodności towaru z umową. Rację ma więc pozwany, że stosowana przez powoda praktyka może prowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji odnośnie umowy, której nie podjęliby w warunkach niedziałania pod wpływem błędu, a więc może prowadzić do zniekształcenia ich zachowania rynkowego. Decyzja ta może polegać, na przykład, na rezygnacji przez konsumentów z dochodzenia roszczeń związanych z niezgodnością zakupionego towaru z umową, w sytuacji gdy dostrzegą wady po położeniu tapety lub gdy wady ujawnią się dopiero po położeniu tapety na ścianę.

Sąd Okręgowy podziela w całości rozważania pozwanego, co do przyjętego modelu przeciętnego konsumenta, które nie były kwestionowane przez powoda. W myśl ustawowej definicji zawartej w art. 2 pkt 8 upnpr, przeciętny konsument, to konsument, 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 analizowanym przypadku pozwany zasadnie przyjął, że informacje zawarte w dokumencie określającym zasady zawierania umów na odległość nie zostały

skierowane do jakiejś szczególnej grupy konsumentów, ponieważ zakupów za pośrednictwem internetu dokonują osoby w różnym wieku, o różnym wykształceniu i dochodach oraz różnym stopniu świadomości o otaczającej ich rzeczywistości, w tym wiedzy o przysługujących im uprawnieniach związanych z zawarciem umowy na odległość. Przy czym, jak słusznie zauważył Prezes, przeciętny konsument może odebrać kierowaną do niego informację w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca udzielający tej informacji, jako podmiot profesjonalny jest wiarygodny i przekazuje informacje w sposób jasny, rzeczowy, i nie wprowadzający w błąd.

Reasumując, zdaniem Sądu, praktyka opisana w punkcie VI zakwestionowanej decyzji, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 3 upnpr, a jednocześnie spełnienia wszystkie przesłanki praktyki godzącej w zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 uokik.

W ocenie Sądu Okręgowego, prawidłowe zakwalifikowanie, opisanych w zaskarżonej decyzji, praktyk powoda, jako naruszających zbiorowe interesy konsumentów, uzasadniało zastosowanie przez Prezesa UOKiK art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik – w brzmieniu obowiązującym w dacie wydania decyzji – i nałożenie na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości do 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Wprawdzie przepis art. 106 uokik wskazuje na fakultatywność wymierzania kar, niemniej jednak odstąpienie od nałożenia kary powinno nastąpić w wyjątkowych przypadkach, gdy nawet wymierzenie kary w wysokości symbolicznej stanowiłoby dla przedsiębiorcy znaczącą dolegliwość, pozostającą w rażącej sprzeczności ze stopniem winy przedsiębiorcy oraz bagatelnością stwierdzonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumenta. W niniejszej sprawie sytuacja taka nie miała miejsca. W okolicznościach przedmiotowej sprawy nie można przyjąć, by orzeczone kary były rażąco wygórowane, skoro wymierzono je w dolnej granicy ustawowego zagrożenia, o czym świadczy ustalenie ich na poziomie od (...) do (...) wymiaru kary maksymalnej oraz od (...) do (...) przychodu uzyskanego przez powoda w roku 2013 r. W ocenie Sądu, przy wymierzaniu kar pieniężnych pozwany prawidłowo uwzględnił możliwości finansowe przedsiębiorcy, gdyż kary te są adekwatne do jego sytuacji majątkowej. Warto zaznaczyć, że co do zasady wysokość kary kształtowana jest w odniesieniu do przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę ogółem, z całej prowadzonej działalności gospodarczej i bez znaczenia pozostaje w tym zakresie zarówno fakt, że zarzucona przedsiębiorcy praktyka dotyczy tylko pewnego fragmentu wykonywanej działalności, jak i wysokość osiągniętego przez przedsiębiorcę dochodu (art. 106 ust. 1 pkt 4 UOKiK). Można jednak w szczególnych okolicznościach uwzględnić fakt niewielkiego udziału przychodów z działalności której dotyczy praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów w stosunku do całości przychodów z działalności danego przedsiębiorcy. W sprawie niniejszej powód jednak nie wykazał aby sprzedaż za pośrednictwem sklepu internetowego i serwisu (...) stanowiła niewielki zakres jego działalności i aby dochody z tego kanału dystrybucji były bagatelne, w szczególności powód nie stawiał się także na rozprawę celem przesłuchania go w charakterze strony aby tę kwestię Sądowi przedstawić w trakcie przeprowadzania tego dowodu.

Powód nie wykazał także, aby wykonanie przedmiotowych kar mogło negatywnie wpłynąć na prowadzoną przez niego działalność gospodarczą, np. powodując konieczność jej zamknięcia/likwidacji, zwolnienia pracowników etc. ani też nie wskazał żadnych innych okoliczności, które uniemożliwiłyby przedsiębiorcy uiszczenie kar pieniężnych.

Wbrew sugestiom zawartym w odwołaniu, okolicznością wpływającą na wymiar kary nie może być fakt, iż powód nie zatrudnił pomocy prawnej. Jak już wcześniej zauważono, przy wykonywaniu działalności gospodarczej przedsiębiorca jest obowiązany do dochowania staranności wynikającej z zawodowego charakteru tej działalności, co oznacza, między innymi, konieczność postępowania zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i standardami postępowania, jakiego należy oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu, w tym wypełniania spoczywających na nim ustawowych obowiązków oraz zachowania lojalności kontraktowej wobec kontrahenta, w szczególności tego, który jest konsumentem. Bez znaczenia pozostawała także okoliczność, jakoby za okres objęty decyzją zgłoszono 20 reklamacji, które zostały uznane przez powoda, a poza tym powód nie otrzymał innych zgłoszeń, ani nie prowadził sporów o dopuszczalność reklamacji. Okoliczności te raz, że należało uznać za gołosłowne, gdyż powód nie przedstawił w tym zakresie żadnych dowodów a dwa, że skutkiem właśnie błędnego informowania konsumentów o ograniczonym prawie do składania reklamacji, konsumenci potencjalnie niezadowolone z nabytego u powoda a wadliwego towaru,

którego wady ujawniły się po położeniu na ścianę nie zwracali się do sprzedawcy. Stąd ilość reklamacji mogła być proporcjonalnie niewielka co jednak nie oznacza, że konsumenci nie byli wprowadzani w błąd przez sprzedawcę.

Z tego względu Sąd nie uwzględnił zarzutów powoda wskazujących na nadmierną dolegliwość wymierzonych mu kar, z uwagi na niewielką ilość i wartość transakcji zawartych na odległość przez odwołującego jak i na niewielką ilość zgłaszanych reklamacji.

W ocenie Sądu, kary nałożone na powoda spełniają przesłanki określone w art. 111 uokik. Zgodnie z tym przepisem - w jego brzmieniu obowiązującym w dacie wydania zaskarżonej decyzji - przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Zdaniem Sądu, wymierzając powodowemu przedsiębiorcy kary pieniężne w dolnej granicy ustawowego zagrożenia Prezes UOKiK prawidłowo uwzględnił wszystkie kryteria wskazane w ww. przepisie. W szczególności kary te prawidłowo uwzględniają: nieumyślny charakter naruszeń, ich wagę, długotrwałość (stosowanie praktyk od 2010 r.), zasięg oraz to, że wystąpiły one na etapie przedkontraktowym (praktyka z pkt III decyzji), w fazie zawierania kontraktu (praktyka z pkt I, II decyzji) oraz zarówno na etapie zawierania umowy, jak i jej wykonania (praktyka z pkt IV i VI decyzji). Pozwany Prezes UOKiK prawidłowo uwzględnił również, jako okoliczność obciążającą, znaczny zasięg naruszenia (praktyki mogły objąć konsumentów zamieszkujący teren całego kraju) oraz stwierdził brak wystąpienia okoliczności łagodzących.

Za utrzymaniem kar w wysokości ustalonej przez Prezesa UOKiK przemawia także podstawowy cel kary pieniężnej jakim jest przymuszenie ukaranego przedsiębiorcy do zaprzestania naruszania zbiorowych interesów konsumentów aktualnie (powód nie wykazał ani w toku postępowania administracyjnego ani przed sądem aby zaprzestał stosowania praktyk) ale i na przyszłość. Kara nałożona na przedsiębiorcę ma także skłaniać innych przedsiębiorców do przestrzegania praw konsumentów. Dlatego wymierzona kara aby osiągnąć opisane wyżej rezultaty musi stanowić realnie odczuwalną dolegliwość dla ukaranego podmiotu. Zdaniem Sądu, odstąpienie od wymierzenia kary mogłoby nie przynieść pożądaných skutków tym bardziej, że przedsiębiorca nie zaprzestał w toku postępowania administracyjnego stosowania zarzuconych mu praktyk.

Reasumując - Sąd Okręgowy w pełni podzielając ocenę pozwanego, co do zasadności orzeczenia kar, jak i ich wysokości, za niezasadny uznał zarzut powoda, iż wymierzone kary są nadmiernie dolegliwe lub by zachodziła podstawa do całkowitego odstąpienia od nałożenia kar.

Z tych wszystkich względów, na podstawie art. 479^{31a} § 1 k.p.c., Sąd oddalił odwołanie.

O obowiązku zwrotu przez powoda, jako strony przegrywającej proces, kosztów poniesionych przez jego przeciwnika - Prezesa UOKiK, który proces wygrał, Sąd orzekł w oparciu o przepis art. 98 k.p.c. Kosztami tymi w sprawie niniejszej były jedynie koszty zastępstwa procesowego, świadczonego przez zawodowego pełnomocnika, których wysokość została ustalona stosownie do treści § 14 ust. 3 pkt 3 w zw. z § 2 ust. 1 i 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (Dz. U. z 2002 r., nr 163, poz. 1349 ze zm.) w związku z § 21 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych (Dz. U. z 2015 r., nr 1804).

SSO Małgorzata Perdion-Kalicka