

Sygn. akt XVII AmC 1555/12

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 12 marca 2013 r.

**Sąd Okręgowy w Warszawie XVII Wydział Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

w składzie:

Przewodniczący: SSR (del.) Magdalena Kurc - Mazurkiewicz

Protokolant: Edyta Borucińska

po rozpoznaniu w dniu 12 marca 2013 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) w P.

przeciwko M. I. (1)

o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone

I. oddała powództwo;

II. zasądza od (...) w P. na rzecz M. I. (1) kwotę 377 (trzysta siedemdziesiąt siedem) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu, w tym kwotę 360 (trzysta sześćdziesiąt) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

Sygn. akt XVII AmC 1555/12

## UZASADNIENIE

Powód – (...) w P. w dniu 9 marca 2012 r. złożył pozew o uznanie za niedozwolone i zakazanie wykorzystywania w obrocie z konsumentami postanowień wzorca umowy stosowanego przez pozwaną M. I. (1) prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą (...) w Skokach - w pkt 53 „Regulaminu Super Promocji (...) w Sieci Sklepów (...)” o treści: „Aktualna wersja Regulaminu będzie dostępna w siedzibie Organizatora oraz na stronie (...) o obowiązuje od momentu jej zamieszczenia”. W ocenie powoda wzorec umowy stosowany przez pozwaną jest sprzeczny z dobrymi obyczajami i narusza interesy konsumentów, zaś zakwestionowana klauzula powinna zostać uznana za niedozwoloną, gdyż w sposób sprzeczny z prawem dopuszcza możliwość dokonywania zmian w regulaminie w dowolnym czasie bez zachowania terminów wypowiedzenia (k. 2 - 3).

Pozwana otrzymała odpis pozwu w dniu 27 marca 2012 r. (data na zwrotnym potwierdzeniu odbioru - k. 12), a dniu 5 kwietnia 2012 r. złożyła odpowiedź na pozew, wnosząc o oddalenie powództwa i zasądzenie na jej rzecz kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych. Pozwana wniosła o dopuszczenie dowodu z zeznań świadków I. Ł. oraz M. I. (2) na okoliczność dokonania ogłoszenia publicznego o konkursie, treści oświadczenia zawierającego przyrzeczenie publiczne, zlecenia pozwanej przygotowania ogłoszenia i realizowania konkursu objętego Regulaminem przez (...) S.A., zakupu nagród w konkursie za środki uzyskane od (...) S.A. i na jego zlecenie, braku legitymacji biernej pozwanej, zasad i przebiegu konkursu objętego Regulaminem. Ponadto wniosła o dopuszczenie dowodu z przesłuchania stron z ograniczeniem do strony pozwanej na okoliczność dokonania ogłoszenia publicznego o konkursie, treści oświadczenia zawierającego przyrzeczenie publiczne, zlecenia pozwanej przygotowania ogłoszenia i realizowania konkursu objętego Regulaminem przez (...) S.A., zakupu nagród w konkursie za środki uzyskane od (...) S.A. i na jego zlecenie, braku legitymacji biernej pozwanej, zasad i przebiegu

konkursu objętego Regulaminem. Nadto pozwana wniosła o połączenie na podstawie art. 219 k.p.c. niniejszej sprawy ze sprawami toczącymi się pod sygnaturami: XVII AmC 1550/12, XVII AmC 1564/12 i prowadzenie sprawy w dalszym ciągu pod sygnaturą XVII AmC 1550/12. Pozwana podniosła zarzut braku legitymacji czynnej po stronie powoda wskazując, że z treści uzasadnienia pozwu w ogóle nie wynika uprawnienie do jego złożenia, jak również brak jest dokumentów, z których wynikałaby legitymacja czynna procesowa po stronie powoda. Ponadto pozwana podniosła, że nie jest legitymowana biernie w niniejszej sprawie, gdyż konkurs promocyjny, którego dotyczył regulamin związany jest z akcją promocyjną podjętą przez firmę (...) S.A. z siedzibą w Komornikach, która to firma była zleceniodawcą konkursu. W dalszym ciągu pozwana podkreśliła, że powód nie wykazał, iż zakwestionowane postanowienia regulaminu były przez pozwaną stosowane oraz że są postanowieniami wzorca umownego. Zdaniem pozwanej zakwestionowane przez powoda postanowienia umowne nie mogą być uznane za niedozwolone, gdyż w istocie są złożonym przez pozwaną przyrzeczeniem publicznym zwykłym. Na wypadek jednak uznania przez Sąd, iż pozwana posługiwała się wzorcem umownym, pozwana wskazała, że powód nie udowodnił, żeby spełnione zostały przesłanki określone w art. 385<sup>1</sup> k.c. (k. 13 - 18).

Pismem z dnia 7 sierpnia 2012 r. powód podtrzymał w całości wszystkie wnioski i argumenty zawarte w pozwie oraz odniósł się do zarzutów pozwanego. Powód wniósł również o oddalenie wniosku pozwanego o połączenie spraw. W pierwszej kolejności powód podniósł, że argumentacja pozwanego, iż stosuje on regulamin jednostronnej czynności prawnej jest chybiona, gdyż z chwilą wzięcia przez konsumenta udziału w konkursie czy promocji zostaje zawarta wiążąca strony umowa cywilnoprawna, dwustronnie zobowiązująca i wzajemna. Ponadto powód wskazał, że regulaminy konkursów lub promocji mogą być przedmiotem oceny Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod kątem abuzywności klauzul znajdujących się w tych regulaminach. O praktyce takiej świadczą m.in. sprawy o sygn. akt: XVII AmC 1030/09, XVII AmC 1482/09, XVII AmC 1019/09, XVII AmC 3356/10 oraz XVII AmC 149/11 (k. 30 - 32).

Na rozprawie w dniu 7 grudnia 2012 r. nie stawił się prawidłowo zawiadomiony pełnomocnik powoda, natomiast stawił się pełnomocnik pozwanego. Sąd oddalił wniosek o połączenie spraw, jak również oddalił wniosek o przesłuchanie świadków I. Ł. i M. I. (2) oraz stron z uwagi na niesporność tezy dowodowej. Następnie rozprawa została odroczona bez terminu, a pełnomocnik powoda został zobowiązany do uzasadnienia żądań pozwu (k. 40 - 41).

Na rozprawie poprzedzającej ogłoszenie orzeczenia w dniu 12 marca 2013 r. - w imieniu prawidłowo zawiadomionych stron nie stawił się nikt (k. 65).

### ***Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, ustalił następujący stan faktyczny:***

Pozwana - M. I. (1) prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą (...) w Skokach stosowała „Regulamin Super Promocji (...) w Sieci Sklepów (...)” opracowany na zlecenie (...) S.A. w Komornikach. Przedmiotem niniejszego regulaminu jest promocja połączona z konkursem sms prowadzona pod nazwą (...). Uczestnikiem konkursu mogła być każda osoba pełnoletnia, która uprawniona jest do użytkowania telefonu w sieci komórkowej, zarejestrowanego na terenie Rzeczypospolitej Polskiej („Regulaminu Super Promocji (...) w Sieci Sklepów (...)” - k. 9 - 11).

Powyższy stan faktyczny Sąd ustalił na podstawie wyżej powołanego odpisu dokumentu. Strony nie kwestionowały autentyczności tego dokumentu, zaś Sąd również nie miał wątpliwości, co do jego wartości dowodowej, stąd był on przydatny dla ustalenia stanu faktycznego. Jak również w oparciu o niesporne, bowiem wyraźnie, bądź milcząco przyznane twierdzenia stron, które nie budziły wątpliwości co do ich zgodności z rzeczywistym stanem rzeczy.

Sąd oddalił wniosek pozwanej o połączenie spraw z uwagi na to, że połączenie na podstawie art. 219 k.p.c. - kilku oddzielnych spraw w celu ich łącznego rozpoznania lub także rozstrzygnięcia jest zabiegiem technicznym, który nie prowadzi do powstania jednej nowej sprawy, nie pozbawia połączonych spraw ich odrębności i nie zmienia faktu, że łącznie rozpoznawane i rozstrzygane sprawy są nadal samodzielnymi sprawami (tak postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 3 lutego 2012 r. I CZ 164/11) .

Sąd oddalił wniosek o dopuszczenie dowodu z zeznań świadków I. Ł. i M. I. (2) oraz dowodu z przesłuchania stron z uwagi na niesporność tezy dowodowej. Pozwana wniosła o dopuszczenie w/w dowodów na okoliczność dokonania ogłoszenia publicznego o konkursie, treści oświadczenia zawierającego przyrzeczenie publiczne, zlecenia pozwanej przygotowania ogłoszenia i realizowania konkursu objętego Regulaminem przez (...) S.A., zakupu nagród w konkursie za środki uzyskane od (...) S.A. i na jego zlecenie, braku legitymacji biernej pozwanej, zasad i przebiegu konkursu objętego Regulaminem. Tymczasem okoliczności te nie były sporne między stronami.

### **Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:**

Podstawową zasadę ochrony konsumentów wyraża art. 76 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, zgodnie z którym „władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa” (Dz. U. z 1997, Nr 78, poz. 483 ze zmianami).

Wyróżnić można dwa rodzaje kontroli postanowień umownych, są to: kontrola abstrakcyjna i kontrola incydentalna. Kontrola incydentalna polega na badaniu określonego stosunku prawnego łączącego strony, dlatego wymaga aby stronami postępowania byli przedsiębiorca i konsument, których łączyła określona umowa lub wzorzec umowny, zaś wynik tej kontroli dotyczy wyłącznie stron postępowania. Natomiast w przypadku kontroli abstrakcyjnej „właściwość sądu jest ukształtowana inaczej - w sprawach tych orzeka wyłącznie Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Powództwo przed tym sądem może wytoczyć każdy, kto potencjalnie mógłby być stroną umowy, organizacja społeczna, do której zadań statutowych należy ochrona interesów konsumentów, powiatowy (lub miejski) rzecznik konsumentów wykonujący zadania samorządu powiatowego (powiatu) w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” (M. Skory, Klauzule abuzywne w polskim prawie ochrony konsumenta, wyd. Zakamycze 2005, źródło: LEX 50185) .

Ponadto należy mieć na uwadze orzeczenie Sądu Najwyższego, z którego wynika, że „kontrola abstrakcyjna polega na kontroli wzorca jako takiego, w oderwaniu od konkretnej umowy, której wzorzec dotyczy” (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 października 2007 r., III SK 19/07).

Powództwo zasługiwało na oddalenie w całości.

W ocenie Sądu pozwana - M. I. (1) prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą (...) w Skokach stosując „Regulamin Super Promocji (...) w Sieci Sklepów (...)” nie naruszyła interesów konsumentów, gdyż nie zostały spełnione przesłanki zawarte w art. 385<sup>(1)</sup> § 1 k.c. „, zgodnie z którym „postanowienia umowy zawieranej z konsumentem nie uzgodnione indywidualnie nie wiążą go, jeżeli kształtują jego prawa lub obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Nie dotyczy to postanowień określających główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane jednoznacznie”. Oznacza to że, aby uznać abuzywny charakter klauzuli należy jednocześnie stwierdzić, że postanowienie to: występuje w umowie, której stronami są przedsiębiorca i konsument, nie zostało uzgodnione indywidualnie, kształtuje prawa lub obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami oraz rażąco narusza interesy konsumenta. Przesłanki te muszą wystąpić kumulatywnie. Natomiast art. 385<sup>(1)</sup> § 3 k.c. stanowi, że „nieuzgodnione indywidualnie są te postanowienia umowy, na których treść konsument nie miał rzeczywistego wpływu. W szczególności odnosi się to do postanowień umowy przyjętych z wzorca umowy zaproponowanego konsumentowi przez kontrahenta”.

Sąd dokonując w myśl art. 233 § 1 k.p.c. oceny wiarygodności i mocy dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia materiału dowodowego uznał, iż pozwana stosowała regulamin, którego przedmiotem było przyrzeczenie nagrody konkursowej.

Odnosząc się do zarzutu pozwanej, jakoby powód nie wykazał, że pozwana stosowała „Regulamin Super Promocji (...) w Sieci Sklepów (...)” wskazać należy, że zgodnie z art. 479<sup>(38)</sup> § 1 zd. 1 k.p.c. „powództwo w sprawach rozpoznawanych według przepisów niniejszego rozdziału może wytoczyć każdy, kto według oferty pozwanego mógł zawrzeć z nim

umowę zawierającą postanowienie, którego uznania za niedozwolone żąda się pozwem”. Nie ma więc znaczenia na gruncie niniejszego postępowania, czy pozwana regulamin ów stosowała, natomiast oczywistym jest, że był on przez pozwaną opracowany i przeznaczony także dla konsumentów o czym świadczy chociażby zapis pkt 7 rzeczonoego regulaminu.

Natomiast co do istoty samego przyrzeczenia publicznego, wskazać należy, że w doktrynie przyrzeczenie publiczne określone zostało jako jednostronne oświadczenie dłużnika, mocą którego podejmuje on zobowiązanie dotrzymania danego przyrzeczenia. Przyrzeczenie publiczne rodzi zobowiązanie już z chwilą złożenia odpowiedniego oświadczenia woli przez przyrzekającego i nie wymaga złożenia oświadczenia woli przez drugą stronę stosunku zobowiązaniowego tj. przez wykonawcę czynności (F. Błahuta (w:) Komentarz, t. II, 1972, s. 1783; K. Zawada (w:) System prawa prywatnego, t. 8, s. 813; Z. Radwański, J. Panowicz-Lipska, Zobowiązania, 2010, s. 369 i n.). Wymaga się aby oświadczenie to było kierowane do większej grupy nieoznaczonych osób. Czyniąc przyrzeczenie, przyrzekający może jednak posługiwać się pewnymi określeniami generalizującymi lub indywidualizującymi, byleby grupy, do których kieruje swe oświadczenie, były traktowane jako całość, a nie jako zbiór dających się utożsamiać jednostek (J. Gudowski, Przyrzeczenie publiczne [w:] Komentarz do kodeksu cywilnego. Księga trzecia zobowiązania, tom II (red.) G. Bieniek, Warszawa 2007, s. 919). Przesłanka ta została spełniona w niniejszej sprawie, o czym świadczy chociażby treść pkt 7 „Regulaminu Super Promocji(...)w Sieci Sklepów (...)”, zgodnie z którym „uczestnikiem konkursu może być każda osoba pełnoletnia, która uprawniona jest do użytkowania telefonu w sieci komórkowej, zarejestrowanego na terenie Rzeczypospolitej Polskiej”.

Wymaga się ponadto, aby przyrzeczenie było ogłoszone publicznie, a więc m.in. za pośrednictwem mediów, prasy, czy Internetu. Również ta przesłanka została spełniona w niniejszej sprawie, gdyż zgodnie pkt 5 w związku z pkt 9 regulaminu „konkurs będzie prowadzony we wszystkich placówkach handlowych w całej Polsce, należących do franczyzowej Sieci Sklepów (...), której franczyzodawcą jest (...) S.A. z siedzibą w K., natomiast warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest zapoznanie się przez Uczestnika z aktualną gazetką promocyjną Sieci Sklepów (...), edycja od 12.10 do 23.10.2011 r.”

Istotnym elementem przyrzeczenia publicznego jest także wykonanie czynności stanowiącej przesłankę przyrzeczenia, która na podstawie pkt 10, 11 i 12 przedmiotowego regulaminu polega na zakupie dwóch produktów marki (...)za minimum 5 złotych zachowując paragon oraz wysłanie sms zgłoszeniowego na wskazany w regulaminie numer. Następnie zaś na udzieleniu odpowiedzi na dwa pytania nadesłane w formie wiadomości sms w możliwie jak najkrótszym czasie.

Zgodnie z utrwalonym w doktrynie stanowiskiem „publiczne przyrzeczenie nagrody za najlepsze dzieło lub za najlepszą czynność jest szczególnym przypadkiem przyrzeczenia publicznego (art. 921 § 1 k.c.), które można określić także jako przyrzeczenie nagrody konkursowej” (K. Zawada (w:) System prawa prywatnego, t. 8, s. 776; Z. Radwański, J. Panowicz-Lipska, Zobowiązania, 2010, s. 373). Art. 921 § 1 k.c. stanowi, że „publiczne przyrzeczenie nagrody za najlepsze dzieło lub za najlepszą czynność jest bezskuteczne, jeżeli nie został w nim oznaczony termin, w ciągu którego można ubiegać się o nagrodę”. W niniejszej sprawie w pkt 15 regulaminu wskazano, że zgłoszenia mogą być wysyłane od dnia 12 października 2011 r. godz. 0:00:00 do dnia 23 października 2011 r. godz. 23:59:59.

Ponadto o tym, czy i które dzieło zasługuje na nagrodę decyduje przyrzekający, o ile nie zastrzegł inaczej w przyrzeczeniu. Najczęściej jednak przyrzekający ustala zasady dokonywania ocen.

Analizując postanowienia „Regulaminu Akcji Promocyjnej” Sąd nie dopatrywał się naruszenia interesów konsumentów z uwagi na brak cechy zobowiązania wzajemnego występującego po stronie konsumentów w przypadku przyrzeczenia publicznego. Inaczej niż w przypadku loterii promocyjnej o której mowa w ustawie z 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz. U. z 2009 r. Nr 201, poz. 1540 ze zmianami) konstrukcja przyrzeczenia publicznego nie wymaga aż tak sformalizowanych procedur związanych z jego organizacją. Loteriami promocyjnymi są zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 10 w/w ustawy, „loterie w których uczestniczy się przez nabycie towaru, usługi lub innego dowodu udziału w grze i tym samym nieodpłatnie uczestniczy się w loterii, a podmiot zarządzający loterią oferuje wygrane pieniężne lub rzeczowe”. Zgodnie z art. 7 ust. 1 w/w ustawy „loterie te mogą być urządzane na podstawie udzielonego zezwolenia”. Cechą

odróżniającą przyzreczenie publiczne od loterii promocyjnej jest również sposób wyłaniania zwycięzcy. W przypadku loterii promocyjnej, zwycięzca wybierany jest losowo, zaś w przypadku przyzreczenia publicznego decydujące są konkretne działania podjęte przez uczestnika.

Reasumując, jak wskazano wcześniej, powództwo należało oddalić.

O kosztach postępowania orzeczono w punkcie drugim wyroku na podstawie art. 98 § 1 k.p.c. Zgodnie z tym przepisem strona przegrywająca sprawę obowiązana jest zwrócić przeciwnikowi na jego żądanie koszty niezbędne do celowego dochodzenia praw i celowej obrony (koszty procesu). Przedmiotowe powództwo zostało oddalone w całości, a zatem na powodzie- (...) w P. ciąży obowiązek zwrotu pozwanej kosztów procesu, które poniosła w związku ze swym udziałem w sprawie. Dlatego zasadnym było w punkcie drugim wyroku zasądzenie od powoda na rzecz pozwanej- M. I. (1) kwoty 377 złotych, na którą to złożyły się: koszty zastępstwa procesowego w wysokości 360 złotych, opłata skarbową od pełnomocnictwa w wysokości 17 złotych.

Koszt wynagrodzenia pełnomocnika procesowego pozwanej będącego adwokatem ustalono na podstawie § 18 ust. 2 pkt 2 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności adwokatów oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu (Dz. U. nr 163. poz. 1348 ze zm.) na kwotę 360 złotych.

Mając powyższe na względzie, Sąd orzekł jak w sentencji.