

Sygn. akt *XVII AmA 6/16*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 15 czerwca 2018 r.

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

Przewodniczący –	<i>SSO Małgorzata Perdion-Kalicka</i>
Protokolant –	st.sekr.sądowy Jadwiga Skrzyńska

po rozpoznaniu 7 czerwca 2018 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z odwołania **T. B.**

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania T. B. od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 16 listopada 2015 r. Nr RWA- (...)

1. zmienia zaskarżoną decyzję w punkcie I i II w ten sposób, że stwierdza zaniechanie praktyki z końcem marca 2015 roku;
2. w pozostałym zakresie oddala odwołanie;
3. zasądza od T. B. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 360 zł (trzysta sześćdziesiąt) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

SSO Małgorzata Perdion-Kalicka

Sygn. akt *XVII AmA 6/16*

UZASADNIENIE

Decyzją Nr (...) z dnia 16 listopada 2015 r. pozwany Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów:

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 184), uznał, że działanie T. B., prowadzącego działalność pod firmą (...) w W., polegające na stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia § 5 ust. 6 zd. 3 i 4 wzorca pod nazwą „Regulamin serwisu internetowego (...)” o treści:

„Klient może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 3 miesięcznego okresu wypowiedzenia skutecznego na koniec okresu rozliczeniowego. Okres rozliczeniowy trwa jeden miesiąc”,

narusza art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów - i nakazał zaniechanie jej stosowania.

II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 184), uznał, że działanie T. B., prowadzącego działalność pod firmą (...) w W., polegające na stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia § 5 ust. 6 wzorca pod nazwą „Regulamin serwisu internetowego (...)” określającego wysokość wynagrodzenia należnego przedsiębiorcy jako wynagrodzenie netto, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 4 pkt 3 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 z późn. zm.), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów - i nakazał zaniechanie jej stosowania.

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 184), nałożył na T. B., prowadzącego działalność pod firmą (...) w W., karę pieniężną w wysokości 21 322 zł (słownie: dwadzieścia jeden tysięcy trzysta dwadzieścia dwa złote) płatną do budżetu państwa z tytułu naruszeń określonych w pkt I i II decyzji.

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 6 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2015, poz. 184) w zw. z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciążył T. B., prowadzącego działalność pod firmą (...) w W. kosztami postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązał tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 30,50 zł (słownie: trzydzieści złotych i pięćdziesiąt groszy), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Od niniejszej Decyzji odwołanie złożył powód - T. B. prowadzący działalność pod firmą (...) w W.. Zaskarżając Decyzję w całości powód wniósł o:

- 1) uchylenie Decyzji w całości, ewentualnie zmianę zaskarżonej Decyzji przez zastosowanie art. 27 ust. 2 ustawy oikik i stwierdzenie, że powód zaniechał stosowania niedozwolonych praktyk, określonych w pkt I i II skarżonej Decyzji z dniem 24 lutego 2015 r.,
- 2) zmianę Decyzji w pkt III w zakresie wysokości kary pieniężnej poprzez odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej na przedsiębiorcę, względnie poprzez nałożenie tej kary stosownie do powołanej podstawy prawnej, tj. art. 106 pkt 1 ust. 4 ustawy oikik z uwzględnieniem okoliczności łagodzących,
- 3) zasądzenie kosztów procesu,
- 4) dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z pism skierowanych do Rzecznika Konsumentów na okoliczność potwierdzenia, iż powód umorzył zobowiązania pieniężne konsumentów wynikające z postanowień zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK.

Ponadto, z ostrożności procesowej powód wniósł o:

- 5) uchylenie Decyzji w całości i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania z uwzględnieniem okoliczności wskazanych w odwołaniu.

W przypadku nieuwzględnienia powyższego wniosku, powód wniósł o:

6) zmianę Decyzji w całości:

- poprzez dodanie stwierdzenia, że powód zaniechał stosowania niedozwolonych praktyk określonych w pkt I i II skarżonej Decyzji z dniem 24.02.2015 roku oraz

- zmianę Decyzji w pkt III poprzez odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej na przedsiębiorcę, względnie poprzez obniżenie wymiaru kary pieniężnej stosownie do powołanej podstawy prawnej, tj. art. 106 pkt 1 ust. 4 ustawy okik.

Powód zarzucił Decyzji:

1) naruszenie prawa materialnego poprzez błędną wykładnię art. 27 ust. 1, 2 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez mylne przyjęcie, że powód nie zaniechał stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, podczas gdy jak podał ze złożonego w dniu 24.02.2015 r. pisma wynika, iż dokonał stosownych zmian we wzorcu Regulaminu, doręczając nową treść Regulaminu, co w konsekwencji oznacza według niego konieczność wydania decyzji na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy okik;

2) naruszenie prawa materialnego poprzez błędną wykładnię art. 106 w związku z art. 111 ustawy okik poprzez nałożenie na powoda rażąco wygórowanej i nieproporcjonalnej kary pieniężnej, co jak stwierdził powód wynika m.in. z:

a) nieuwzględnienia działań powoda, polegających na całkowitym umorzeniu zobowiązań konsumentów wynikających z postanowień zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK;

b) błędnego przypisania powodowi winy umyślnej w przedmiotowej sprawie;

c) błędnego i nieuzasadnionego przyjęcia, iż w wyniku działań powoda doszło do poszkodowania znacznej grupy konsumentów, bez dokładnego podania liczby lub choćby udziału konsumentów w ogólnej liczbie poszkodowanych;

3) naruszenie przepisów Kodeksu postępowania administracyjnego, tj. 7, 77 § 1, 80 oraz art. 107 § 1 poprzez niewyczerpujące rozpatrzenie całego materiału dowodowego i niepodjęcie wszelkich kroków prawnych niezbędnych do dokładnego wyjaśnienia stanu faktycznego poprzez po pierwsze przyjęcie, że zgromadzony materiał dowodowy nie pozwala na przyjęcie, że zarzucane praktyki zostały zaniechane oraz poprzez wskazanie błędnej podstawy prawnej oraz błędnego pouczenia przedsiębiorcy.

W uzasadnieniu odwołania powód podkreślił, iż udowodnił za pomocą oświadczenia z dnia 24 lutego 2015 r. a w szczególności nowej wersji Regulaminu serwisu internetowego (...) że z dniem 24 lutego 2015 r. zaniechał stosowania praktyk uznanych za naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Ponadto wniósł o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z pism skierowanych przez powoda do Rzecznika Konsumentów, wskazujących na umorzenie zobowiązań konsumentów mających źródło w zakwestionowanych postanowieniach Regulaminu i stanowiących w mniemaniu powoda dodatkowy dowód tego, iż zaniechał stosowania zakazanych praktyk. Powód zauważył przy tym, że nie mógł przedstawić dokumentów księgowych czy innych potwierdzających fakt umorzenia, gdyż nie doszło jeszcze w ogóle do pobrania należności od konsumentów, tak więc umorzenie zobowiązań nastąpiło wskutek zaniechania dochodzenia wynagrodzenia, co do którego wystawione zostały jedynie faktury pro-forma niebędące dokumentem księgowym. Powód wywiódł zatem, iż w konsekwencji Prezes UOKiK powinien na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy okik wydać decyzję o uznaniu danych praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów, ale z jednoczesnym określeniem, że praktyki zostały zaniechane w dniu 24 lutego 2015 r.

W kwestii kary powód wyraził przekonanie, że zastosowanie w stosunku do przedsiębiorcy art. 106 ust. 6 ustawy okik w sytuacji, gdy zaniechał stosowania zakazanych praktyk jest niedopuszczalne. Powód zaznaczył, że fakt zaniechania praktyk powinien być okolicznością łagodzącą, wpływającą na wymiar kary pieniężnej. Wywiódł też, że zaniechanie przez niego stosowania praktyk z dniem 24 lutego 2015 r. uzasadnia odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej na podstawie art. 106 ust. 6 ustawy okik. W ocenie powoda w danej sytuacji Prezes UOKiK, podejmując decyzję o

ewentualnym nałożeniu na Przedsiębiorcę kary pieniężnej zobligowany jest działać na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik, tj. wysokość kary pieniężnej nie powinna przekroczyć 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Powód zaznaczył w tym miejscu, że w pouczeniu do zawiadomienia o wszczęciu postępowania wskazano właśnie ww. maksymalną karę w wysokości (...) obrotu, podczas gdy ostateczna kara drastycznie tą wysokość przewyższa. Powód zarzucił więc organowi naruszenie wobec sprzeczności w powołaniu się w pkt III Decyzji na art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik, podczas gdy faktycznie kara została wymierzona w oparciu o art. 106 ust. 5 i 6 ustawy okik.

Powołując się na „Wyjaśnienia UOKiK w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów” powód podniósł, że zaszły wszystkie okoliczności łagodzące opisane w wytycznych, które powinny wpłynąć na obniżenie wymiaru kary stosownie do określonych wyliczeń procentowych odnoszących się do każdej spośród okoliczności łagodzących. Powód wymienił tu pozytywną reakcję na wszczęcie postępowania administracyjnego i podjęcie przez niego działań mających na celu zaprzestanie niedozwolonych praktyk. Powód zauważył, iż w pełni świadomie zareagował na zaistniałe zagrożenie naruszenia interesu publicznoprawnego i natychmiast dostosował swój Regulamin. W ocenie powoda świadczy to, że na etapie tworzenia Regulaminu nie działał umyślnie. W dalszej kolejności powód wskazał na potrzebę uwzględnienia krótkiego czasu trwania zakazanej praktyki.

Powód podkreślił również, odnosząc się do dysproporcji między wielkością Przedsiębiorcy a wysokością nałożonej kary, iż Prezes UOKiK nie wziął pod uwagę ogólnej sytuacji finansowej powoda. Powód podniósł, że jego całkowity obrót w zakwestionowanym okresie wyniósł (...) zł a wielkość nałożonej kary zmusi go do zakończenia prowadzenia działalności, gdyż uiszczenie jej nie jest możliwe bez uszczerbku i zagrożenia istnienia firmy.

Podsumowując powód wskazał, że powyższe okoliczności przemawiają w pierwszej kolejności za dokonaniem zmian w zakresie podstawy prawnej nałożenia kary, tj. rzeczywiste wymierzenie jej w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik w wysokości nieprzekraczającej (...) obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary a nie art. 106 ust. 5 i 6 ustawy okik. Natomiast w następstwie tego konieczne jest zmniejszenie wysokości orzeczonej kary pieniężnej stosownie do treści art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik, ale przy uwzględnieniu szeregu okoliczności łagodzących.

Pozwany Prezes UOKiK w odpowiedzi na odwołanie wniósł o oddalenie odwołania w całości oraz zasądzenie kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych. Pozwany w rzeczonej odpowiedzi argumentował, że powód nie zaprzestał stosowania praktyk a wymierzona mu kara w oparciu o właściwą podstawę prawną jest zgodna z zasadą proporcjonalności.

W piśmie z dnia 16 maja 2016 r. powód wniósł o przeprowadzenie dowodu z własnego oświadczenia, zrzutu ze strony internetowej (...) wydruku ze strony krajowego rejestru domen (...) na okoliczność zaprzestania prowadzenia działalności gospodarczej przez powoda za pośrednictwem przedmiotowej strony internetowej oraz, na marginesie, innych jakichkolwiek podobnych portali; ale także o przeprowadzenie dowodu z przesłuchania powoda na okoliczność prowadzonego postępowania oraz czynności podjętych przez powoda w związku z prowadzonym postępowaniem.

Dalsze stanowisko pozwanego zostało przedstawione w załączniku do protokołu rozprawy z dnia 07 czerwca 2018 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

T. B. prowadzący działalność pod firmą (...) w W. jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej od października 2014 r. Przedmiotem przeważającej działalności gospodarczej prowadzonej przez Przedsiębiorcę jest działalność portali internetowych ((...) (...)) (dowód: wydruk z CEIDG, k. 15 akt adm.).

W październiku 2014 r. Przedsiębiorca rozpoczął prowadzenie strony internetowej (...) która działała już wcześniej, co najmniej od czerwca 2014 r. i była do tej pory prowadzona przez Przedsiębiorstwo Produkcyjno- Handlowe Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (...), w zarządzie której zasiadali M. B. oraz J. B. (dowód: pismo z dnia 11 lutego 2015 r. k. 8 akt adm., pismo z dnia 02 czerwca 2015 r. k. 171- 172 akt adm., zawiadomienia konsumentów skierowane do UOKIK z załącznikami k. 21v- 22, 44- 46, 121- 122 akt adm., odpis z KRS k. 129- 136 akt adm.).

Klientami serwisu (...) byli konsumenci w rozumieniu art. 22⁽¹⁾ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny. (dowód: „Regulamin serwisu internetowego (...) k. 12- 14 akt adm.). Wraz ze zmianą właściciela serwisu klienci zostali „przejęci” przez Przedsiębiorcę T. B. (dowód: zawiadomienia konsumentów skierowane do UOKIK k. 21v- 22, 44- 46, 121- 122 akt adm.).

Za pośrednictwem ww. strony internetowej Przedsiębiorca oferował usługi internetowej reklamy sprzedaży nieruchomości. Informował przy tym o bezpłatnym 3- miesięcznym okresie testowym (dowód: skargi konsumentów z załącznikami k. 21, 35, 44v, 77, 138 akt adm.).

W ramach świadczonej usługi Przedsiębiorca, po otrzymaniu od klienta za pośrednictwem ww. serwisu stosownego ogłoszenia o sprzedaży nieruchomości, zobowiązywał się do zamieszczenia ogłoszenia klienta w portalach współpracujących z serwisem (dowód: „Regulamin serwisu internetowego (...) k. 12- 14 akt adm.).

Zasady korzystania z usług serwisu (...) oraz warunki umowy internetowej reklamy nieruchomości określone zostały w zamieszczonym na ww. stronie internetowej „Regulaminie serwisu internetowego (...) (dalej: Regulamin). Regulamin ten był jedynym wzorcem umownym określającym prawa i obowiązki stron tej umowy.

W postanowieniu § 5 ust. 5 Regulaminu wskazano, iż: „Administrator nie pobiera żadnych innych opłat przez pierwsze trzy miesiące począwszy od daty pierwszego zamieszczenia ogłoszenia w Serwisie lub portalach z nim współpracujących. W okresie testowym Klient może w każdej chwili odstąpić od Umowy na piśmie, wysyłając odstąpienie na adres e-mail: (...)”

W postanowieniu § 5 ust. 6 Regulaminu wskazano, iż: „Po upływie darmowego okresu testowego- o ile Klient nie odstąpi od Umowy- umowa o korzystanie z usług Serwisu zostaje zawarta na czas nieokreślony na warunkach określonych w niniejszym Regulaminie. Wynagrodzenie za 1 miesiąc świadczenia usługi wynosi 399 zł netto powiększona o należny podatek VAT. Klient może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 3 miesięcznego okresu wypowiedzenia skutecznego na koniec okresu rozliczeniowego. Okres rozliczeniowy trwa jeden miesiąc”.

Regulamin nie zawierał jakichkolwiek innych postanowień dotyczących możliwości rozwiązania lub wygaśnięcia umowy. (dowód: „Regulamin serwisu internetowego (...) k. 12- 14 akt adm.).

Klienci, którzy zgłosili swoje ogłoszenia do serwisu, po dłuższym okresie czasu, niejednokrotnie nawet 2 miesiące, od upływu 3-miesięcznego bezpłatnego okresu świadczenia usług otrzymywali faktury pro forma, na których widniała kwota do zapłaty za 1 miesiąc usług w wysokości 490,77 zł brutto (dowód: faktury pro- forma np. k. 22, 50, 65 akt adm.).

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów już pod koniec 2014 r. zaczęły wpływać skargi konsumentów związane z korzystaniem z portalu (...) (dowód: skargi konsumentów przesyłane do UOKIK k. 21- 30, 35- 40, 44- 57 akt adm.).

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowieniem z dnia 26 stycznia 2015 r. wszczął postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez T. B., prowadzącego działalność pod firmą (...) w W. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia § 5 ust. 6 zd. 3 i 4 wzorca „Regulaminu serwisu internetowego (...) o treści: „Klient może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 3 miesięcznego okresu wypowiedzenia skutecznego

na koniec okresu rozliczeniowego. Okres rozliczeniowy trwa jeden miesiąc”, co może naruszać art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 184; dalej także: ustawa okik);

2. stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia § 5 ust. 6 wzorca „Regulaminu serwisu internetowego (...)” określającego wysokość wynagrodzenia należnego przedsiębiorcy jako wynagrodzenie netto, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 4 pkt 3 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. (dowód: postanowienie z dnia 26 stycznia 2015 r. k. 2- 3 akt adm.).

O powyższym Prezes UOKIK zawiadomił Przedsiębiorcę w piśmie z dnia 26 stycznia 2015 r., pouczając go, że na podstawie art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może w drodze decyzji nałożyć na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy okik, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary (dowód: zawiadomienie z dnia 26 stycznia 2015 r. wraz z zpo k. 4- 6 akt adm.).

W reakcji na zawiadomienie Przedsiębiorca wystosował do UOKIK pismo datowane 11 lutego 2015 r., w którym wskazał, że pierwotnie strona (...) dedykowana była wyłącznie biurom nieruchomości, stąd w pierwotnej wersji Regulaminu pojawiła się cena netto. Poza tym podniósł, iż jest młodym przedsiębiorcą, toteż jego działanie spowodowane jest niewiedzą i niezajomością przepisów prawa. Do pisma Przedsiębiorca załączył treść zmienionego Regulaminu strony (...) Nowy Regulamin zawiera zapis stanowiący, iż wynagrodzenie za 1 miesiąc świadczenia usługi wynosi 490,77 zł a klient może wypowiedzieć umowę z zachowaniem miesięcznego okresu wypowiedzenia skutecznego na koniec okresu rozliczeniowego, który trwa jeden miesiąc (dowód: pismo z dnia 11 lutego 2015 r. z załącznikami k. 8- 15 akt adm.).

W celu zweryfikowania, czy nowy Regulamin został wprowadzony do obrotu pracownik UOKIK w dniu 24 lutego 2015 r. podjął próbę wejścia na stronę (...) która okazała się nieskuteczna, zamiast otwarcia strony pojawił się komunikat „strona internetowa jest niedostępna” (dowód: notatka służbowa k. 7 akt adm.).

W dniu 27 lutego 2015 r. domena (...) została zajęta przez (...) Sp. z o.o. z siedzibą w W. (dowód: wydruk z rejestru domen k. 50 akt sąd.).

Przedsiębiorca T. B. przeniósł swoją działalność na inne portale, tj. (...), (...), (...), (...), (...), (...) (dowód: pismo z dnia 06 maja 2015 r. k. 169 akt adm.).

W marcu 2015 r. Przedsiębiorca wystawiał jeszcze faktury pro forma za usługi w ramach serwisu (...) i korespondował z klientami, wzywając ich do zapłaty tych faktur pro forma, w tym w ramach domeny (...) z emaila (...) (dowód: zawiadomienia konsumentów wraz z fakturami pro forma k. 87- 88, 115- 117 akt adm.).

Jednocześnie w marcu 2015 r. a następnie w kwietniu i maju 2015 r. Przedsiębiorca składał rzecznikom konsumentów oświadczenia o umorzeniu zobowiązań konsumentów wynikających z umów zawartych z konsumentami (dowód: oświadczenia skierowane do rzeczników konsumentów k. 23- 26 akt sąd.).

Postanowieniem z 5 maja 2015 r. Prezes UOKIK zaliczył w poczet materiału dowodowego 8 skarg konsumenckich i 2 zawiadomienia rzeczników konsumentów oraz zawiadomienie Federacji (...) dotyczące serwisu (...) (dowód: postanowienie z dnia 05 maja 2015 r. k. 19 akt adm., skargi konsumenckie i zawiadomienia k. 21- 30, 35- 40, 44- 57, 60- 74, 77- 84, 87- 88, 93- 94, 97- 110, 114- 117, 120- 146, 149- 165 akt adm.).

W piśmie z 2 czerwca 2015 r. Przedsiębiorca zaznaczył, że niezwłocznie po otrzymaniu pisma z UOKiK kwestionowane postanowienia zostały usunięte z Regulaminu a wynikające z nich zobowiązania konsumentów zostały umorzone, tj. Przedsiębiorca nie kieruje w oparciu o zakwestionowane zapisy żadnych roszczeń do konsumentów a wcześniej skierowane zostały wycofane. Przedsiębiorca wskazał, że jeśli organ uzna to za zasadne przedstawi stosowne dowody. Wobec tego Przedsiębiorca podniósł, że skutki rynkowe nie są znaczne, a biorąc pod uwagę czas trwania naruszenia od października 2014r. do lutego 2015 r. zbiorowy interes konsumentów nie został naruszony w sposób zasadniczy. Do pisma został załączony PIT 36 i PIT B za 2014 r. (dowód: pismo z dnia 02 czerwca 2015 r. k. 171- 181 akt adm.).

Przedsiębiorca osiągnął w 2014 roku przychód w wysokości (...) zł (dowód: PIT 36 i PIT B za 2014 r. k. 174- 181 akt adm.).

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

Sąd dokonał ustaleń faktycznych częściowo także w oparciu o zeznania strony powodowej T. B. (zeznania T. B. – nagranie rozprawy z 7 czerwca 2018 r., k. 71- 73 akt sąd.), uznając, że są one wiarygodne jeśli chodzi o moment rozpoczęcia jego działalności poprzez portal (...), jak podał powód miało to miejsce w październiku 2014 r. oraz moment zakończenia prowadzenia tego portalu, tj. w lutym 2015 r., jak też fakt utraty domeny (...), ponieważ są one spójne z pozostałym materiałem dowodowym, m.in. wydrukiem z CEIDG, notatką urzędową z 24 lutego 2015 r., wydrukiem z rejestru domen. Sąd stwierdził jednak, iż zeznania te są niewiarygodne w części w jakiej powód wskazywał, że wstrzymał całkowicie korespondencję do konsumentów, umarzając ich zobowiązania, jeśli chodzi o ten portal, ponieważ w aktach sprawy zgromadzone zostały faktury pro forma wystawiane w związku z korzystaniem z usług portalu (...) i wysyłane przez powoda do klientów po zamknięciu tego portalu. W szczególności S. G. w październiku zamieścił ogłoszenie w portalu (...), a w marcu otrzymał fakturę pro forma wystawioną 2 marca 2015, przy czym korespondencja odbywała się przez adres mailowy domeny (...) (k.87-88 akt adm.). Podobnie K. W. w październiku 2014r zamieściła ogłoszenie w portalu (...), zaś fakturę proforma została jej wystawiona 9 marca 2015r (k.115-117). Rzeczono faktury przeczą nie tylko temu, że zaprzestał 24 lutego 2015r stosowania dotychczasowego regulaminu (stosował go nadal skoro pobierał opłaty z niego wynikające), ale też twierdzeniu powoda, iż nie miał rejestru klientów i po zamknięciu portalu nie mógł poinformować ich o umorzeniu zobowiązań, stąd umarzał je tylko tym klientom, którzy nawiązali z nim kontakt. W tej perspektywie przedstawione przez powoda oświadczenia o umorzeniu zobowiązań skierowane do rzeczników konsumentów potwierdzają zeznania powoda co do złożenia takich oświadczeń w sytuacji kwestionowania zobowiązań, aczkolwiek wyłącznie w przypadku, gdy kwestionowanie to odbywało się za pośrednictwem rzeczników konsumentów. Biorąc też pod uwagę wspomniane faktury pro forma wystawiane w związku z korzystaniem z usług portalu (...) i wysyłane przez powoda w marcu 2015 r. oraz monit powoda o uregulowanie należności za usługi z (...) lecz z domeny (...) a także skargi konsumentów w związku z otrzymaniem przedmiotowych faktur, Sąd nie uznał za wiarygodnych również zeznań powoda w zakresie niemożliwości wystawienia i wysyłania faktur pro forma dotyczących usług w portalu (...) w marcu 2015 r. oraz co do tego, że nie zdarzało się, aby klient, który zawierał umowę na jednym portalu otrzymywał korespondencję mailową z innej domeny.

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

Odwołanie zasługuje na uwzględnienie tylko częściowo odnośnie ustalenia zaniechania stosowania niedozwolonych praktyk, natomiast w pozostałym zakresie zaskarżona Decyzja jest słuszna i ma oparcie w przepisach prawa.

Podkreślenia wymaga, że powód w odwołaniu skupił się na dwóch rodzajach zarzutów, tj. zarzutów dotyczących niestwierdzenia zaniechania stosowania praktyk z pkt I i II Decyzji oraz zarzutów dotyczących nałożenia rażąco wygórowanej i nieproporcjonalnej kary pieniężnej. Tym niemniej powód zaskarżył Decyzję w całości co obligowało Sąd również do rozważenia kwestii zakwalifikowania praktyk stosowanych przez powoda jako zakazane.

We wskazanych punktach I i II Decyzji Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów określił niedozwolone praktyki stosowane przez T. B. prowadzącego działalność pod firmą (...) w W.. Obydwie praktyki, zdaniem Prezesa UOKIK, naruszają zbiorowe interesy konsumentów w myśl art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2015 r., poz. 184).

Zgodnie z art. 24 ust. 1 powołanej ustawy zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W myśl art. 24 ust. 2 tej ustawy (obowiązującego w dacie stosowania praktyki) przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w tym w szczególności:

- 1) stosowanie postanowień wzorców umów, 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 (Dz.U. z 2014 r. poz. 101, z późn. zm.);
- 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów możemy zatem dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia następujących przesłanek:

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

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

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

W odniesieniu do zakwestionowanego postępowania Przedsiębiorcy, polegającego na stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia § 5 ust. 6 zd. 3 i 4 wzorca pod nazwą „Regulamin serwisu internetowego (...)” o treści: „Klient może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 3 miesięcznego okresu wypowiedzenia skutecznego na koniec okresu rozliczeniowego. Okres rozliczeniowy trwa jeden miesiąc”, jego bezprawność wynika z naruszenia przez Przedsiębiorcę dobrych obyczajów stanowiącego przesłankę do uznania danego zachowania za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.). Jak stanowi bowiem art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Przy czym w rozdziale 2 przedmiotowej ustawy stypizowane są konkretne czyny nieuczciwej konkurencji.

W orzecznictwie Sądu Najwyższego za dominujące uznawane jest stanowisko, zgodnie z którym ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie przewiduje ochrony wyłącznie w przypadku, w którym zachowanie naruszydźciela stanowi czyny stypizowane w rozdziale drugim. Przepisy tego rozdziału określają tylko niektóre z czynów, które uznaje się za nieuczciwą konkurencję, generalnie natomiast nieuczciwe w rozumieniu u.z.n.k. jest każde zachowanie się przedsiębiorcy, które narusza m.in. dobre obyczaje (jak w niniejszym przypadku) i każde takie zachowanie, jeśli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy/konsumenta, podlega ochronie (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.). Wymaga

to jedynie wskazania, jaki dobry obyczaj, inny niż wymieniony w konkretnym przepisie rozdziału drugiego, doznał naruszenia oraz udowodnienia, że nieprzestrzeganie tego obyczaju zagroziło lub naruszyło interes konkurenta/konsumenta (tak Sąd Najwyższy w uzasadnieniu do wyroku z dnia 14 listopada 2008r. o sygn. V CSK 162/08, LEX nr 483380, OSNC-ZD 2009/3/71, Biul. SN 2009/2/11, M. Prawn. 2010/2/105-107).

Skoro więc naruszenie dobrych obyczajów jest przesłanką wystąpienia czynu nieuczciwej konkurencji, a także niedozwolonej praktyki na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów interpretacji wymaga pojęcie dobrych obyczajów. Pojęcie dobrych obyczajów jest klauzulą generalną nie posiadającą normatywnej definicji. W piśmiennictwie oraz judykaturze dominuje pogląd, że klauzula dobrych obyczajów, podobnie jak klauzula zasad współżycia społecznego, nakazuje dokonać oceny w świetle norm pozaprawnych, przy czym chodzi w tym wypadku o normy moralne i obyczajowe, powszechnie akceptowane albo znajdujące szczególne uznanie w określonej sferze działań, na przykład w obrocie profesjonalnym, w określonej branży, w stosunkach z konsumentem itp. W stosunkach z konsumentami szczególne znaczenie mają te oceny zachowań podmiotów w świetle dobrych obyczajów, które odwołują się do takich wartości jak: szacunek wobec partnera, uczciwość, szczerłość, zaufanie, lojalność, rzetelność i fachowość. Dobre obyczaje należy więc ujmować na potrzeby niniejszej sprawy jako normy obyczajowe, wyznaczające standardy uczciwych i rzetelnych zachowań stron w praktyce kontraktowej.

Sąd zważył, że jak wynika z treści § 5 ust. 5 „Regulaminu serwisu internetowego (...) dopóki usługi świadczone przez Przedsiębiorcę są bezpłatne klient ma prawo odstąpić od umowy w każdym czasie, natomiast w świetle § 5 ust. 6 tego Regulaminu po upływie darmowego okresu testowego, jeśli umowa przekształci się w umowę płatną na czas nieokreślony z uwagi na nieodstąpienie przez klienta od umowy, uprawnienia konsumenta do rozwiązania umowy drastycznie się zmieniają, gdyż jak uregulowano w zakwestionowanym § 5 ust. 6 zd. 3 i 4 Regulaminu, odtąd może on tylko wypowiedzieć umowę z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia skutecznego na koniec okresu rozliczeniowego, który trwa jeden miesiąc. W ocenie Sądu takie wydłużenie trwania stosunku umownego zwłaszcza w sytuacji, gdy konsument zaspokoił już potrzebę korzystania z usług Przedsiębiorcy i causa umowy odpada, jest działaniem wbrew dobrym obyczajom, gdyż ma na celu długookresowe związanie konsumenta płatną umową, które nie ma jakiegokolwiek uzasadnienia po stronie klienta Przedsiębiorcy. Należy zauważyć, że przyczyną zawarcia przez konsumenta z Przedsiębiorcą umowy internetowej reklamy nieruchomości jest chęć sprzedaży tej nieruchomości przez konsumenta. Z kolei istotą usługi świadczonej przez Przedsiębiorcę jest prezentowanie na portalach internetowych oferty sprzedaży nieruchomości w celu znalezienia nabywcy i dokonania przez klienta sprzedaży tej nieruchomości. W przypadku dokonania sprzedaży tej nieruchomości przez konsumenta bądź też rezygnacji z jej sprzedaży nie ma potrzeby dalszego zamieszczania przez Przedsiębiorcę na portalach internetowych ogłoszeń o sprzedaży tej nieruchomości. Trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia nie uzasadnia więc ani przedmiot umowy, ani sama techniczna strona zakończenia świadczenia usługi tj. czynność usunięcia ogłoszenia z portali internetowych. Mimo tego Przedsiębiorca nie przyznaje konsumentowi prawa do rozwiązania zawartej umowy wcześniej aniżeli z upływem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia.

Należy zatem zgodzić się z pozwanym, że narzucenie konsumentowi trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia umowy reklamy nieruchomości niezależnie od okoliczności uzasadniających rozwiązanie stosunku umownego przez konsumenta stanowi przejaw nierzetelnego i nierównorzędnego traktowania kontrahenta. Pozbawienie konsumenta możliwości rozwiązania tego rodzaju umowy wcześniej aniżeli z upływem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia jest zatem sprzeczne z uczciwością kupiecką.

Opisane działanie bezsprzecznie narusza interes ekonomiczny konsumentów, którzy nawet pomimo braku potrzeby utrzymywania reklamy sprzedaży nieruchomości na portalach są zobowiązani do uiszczania Przedsiębiorcy wynagrodzenia za trzy miesiące okresu wypowiedzenia. O ile przedsiębiorca w okresie wypowiedzenia nadal świadczy usługę, co zasadniczo czynić powinien, skoro uzyskuje świadczenie ekwiwalentne w postaci wynagrodzenia za tą usługę, to wykonywanie tej usługi może narażać konsumenta także na niedogodności związane z kierowaniem do niego nadal licznych zapytań dotyczących nieruchomości, pomimo np. jej wcześniejszej sprzedaży czy też rezygnacji ze sprzedaży. Może stać się to formą nękania, jeśli trwa przez 3 miesiące i konsument nie może wcześniej zrezygnować z usługi której już nie potrzebuje. Warto także zauważyć, że właśnie ta okoliczność winna jednak skłaniać przedsiębiorcę

do usunięcia anonsu konsumenta o oferowanej do sprzedaży nieruchomości, co z kolei przemawia za koniecznością diametralnego skrócenia okresu wypowiedzenia, gdyż o ile przedsiębiorca usługi już nie świadczy (usunął ogłoszenie) to nie należy mu się z tego tytułu wynagrodzenie. Przy czym w tego typu usługach jak ogłoszenia na portalach internetowych nie istnieje potrzeba zapewnienia długich okresów wypowiedzenia ze względu na szczególne dobro jakiego dotyczy umowa, jak ma to miejsce np. w przypadku umów najmu mieszkania czy dzierżawy, które muszą być chronione dłuższymi okresami wypowiedzenia ze względów społecznych lub gospodarczych, gdyż zmiana mieszkania lub znalezienie nowego nabywcy dla dzierżawionego gruntu nie jest możliwa z dnia na dzień i wymaga zabezpieczenia interesów obu stron umowy właśnie dłuższymi terminami wypowiedzania umów. Podobnie ma się sprawa z terminami wypowiedzenia umów o pracę. Natomiast brak jest takich okoliczności, które uzasadniałyby tak długi okres wypowiedzenia umów przez konsumentów, którzy umieścili ogłoszenia w płatnym serwisie internetowym. Taki długi okres wypowiedzenia podyktowany jest zdaniem Sądu jedynie chęcią osiągnięcia przez przedsiębiorcę dodatkowych zysków, kosztem konsumentów.

Wobec tego, że dobre obyczaje, jak też interes konsumentów zostały przedmiotowym postanowieniem regulaminu naruszone, to istniała podstawa do uznania działania przedsiębiorcy w tym zakresie za czyn nieuczciwej konkurencji o jakim mowa w art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a w konsekwencji za bezprawną praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów o jakiej stanowi art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik.

Natomiast działanie Przedsiębiorcy polegające na stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia § 5 ust. 6 „Regulaminu serwisu internetowego (...) określającego wysokość wynagrodzenia należnego Przedsiębiorcy jako wynagrodzenie netto, rzeczywiście stanowi nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 4 pkt 3 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 z późn. zm.), która również została bezpośrednio wymieniona w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik jako bezprawna praktyka.

W przypadku opisanej praktyki jej bezprawność wynika z naruszenia powszechnie obowiązującej normy prawnej wyrażonej w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym - zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

W tym miejscu należy nadmienić, iż pojęcie praktyki rynkowej zostało zdefiniowane w art. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, gdzie podano, że przez praktyki rynkowe rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Przy czym pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 powołanej ustawy ma szeroki zakres i obejmuje każdy towar lub usługę. Niewątpliwie sposób oferowania przez Przedsiębiorcę świadczenia usług internetowej reklamy nieruchomości, jak też sam sposób uregulowania warunków, w tym ceny za te usługi miał istotny związek i przełożenie na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy z Przedsiębiorcą.

W kwestii nieuczciwości praktyk rynkowych trzeba za to odwołać się do art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, zgodnie z którym praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl natomiast art. 4 ust. 2 tej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd.

Jedną z nieuczciwych praktyk rynkowych jest zatem praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd, a tą właśnie przypisano powodowi w pkt II Decyzji. Stosownie do treści art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zgodnie zaś z treścią art. 6 ust. 3 pkt 1 tej ustawy wprowadzającym w błąd zaniechaniem może w być w szczególności zatajenie

lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Przy czym w świetle art. 6 ust. 4 pkt 3 ustawy w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uznaje się w szczególności cenę uwzględniającą podatki lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informację o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów.

Ocena każdej praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę, w tym praktyki polegającej na wprowadzaniu w błąd musi się odnosić do przeciętnego konsumenta, którego ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w art. 2 pkt 8 definiuje jako tego, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

W tym kontekście należało zatem wziąć pod uwagę, że modelu przeciętnego konsumenta ustalonego na potrzeby niniejszej sprawy nie będą wyróżniać żadne charakterystyczne cechy, czy przynależność do jakiejś szczególnej grupy konsumentów. Wspomnieć jedynie można, że wobec zakreślonego przedmiotu działalności Przedsiębiorcy zainteresowanymi jego produktami byli przeciętnie zorientowani konsumenci poszukający możliwości zamieszczenia ogłoszeń sprzedaży nieruchomości.

Dokonując subsumcji ustalonego stanu faktycznego pod normy powyżej przywołanych przepisów Sąd stwierdził, że uzasadnione jest uznanie, że podawana przez Przedsiębiorcę informacja na temat ceny za świadczone usługi wprowadzała konsumentów w błąd, co stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, albowiem wskazywana w Regulaminie stworzonym przez Przedsiębiorcę cena netto nie odzwierciedlała ostatecznej ceny za usługę skierowaną do konsumenta.

W Regulaminie podawano jedynie, że wynagrodzenie za 1 miesiąc świadczenia usług wynosi 399 zł netto powiększone o należny podatek VAT, podczas gdy obowiązek podawania przez przedsiębiorców cen wynika z przepisów ustawy z dnia 29 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2014, poz. 915). Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 tej ustawy, cena przedstawia wartość wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę, a w cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług lub podatkiem akcyzowym (art. 3 ust. 2 ww. ustawy).

Prezentowana zatem w Regulaminie cena nie dość, że wydawała się niższa a przez to bardziej konkurencyjna, to konsument mógł dodatkowo nie posiadać wiedzy odnośnie stawki podatku VAT dla tego rodzaju usług jakie świadczy Przedsiębiorca. Mógł zatem nie znać końcowej ceny za usługi Przedsiębiorcy.

Konsekwencją działań Przedsiębiorcy polegających na niepodawaniu ceny brutto, czyli ceny do zapłaty była dezinformacja konsumentów i naruszanie ich prawa do precyzyjnej i rzetelnej informacji. Konsument przekonany, że oferta Przedsiębiorcy posiada bardziej atrakcyjne warunki niż w rzeczywistości mógł podjąć decyzję o zawarciu umowy. Tym samym proces decyzyjny konsumenta ulegał wypaczeniu, zniekształceniu w wyniku otrzymania nierzetelnego, wprowadzającego w błąd komunikatu od Przedsiębiorcy, podczas gdy nieuczciwa praktyka rynkowa musi co najmniej potencjalnie wpływać na zniekształcenie zachowania rynkowego konsumenta.

Zdecydowanie więc na skutek opisanego działania Przedsiębiorcy dochodziło do naruszenia zakazu stosowania wobec konsumentów wprowadzającej w błąd nieuczciwej praktyki rynkowej, traktowanej przez prawodawcę jako działanie bezprawne.

Bezprawne praktyki muszą być wymierzone w zbiorowe interesy konsumentów, czyli odnosić się do obecnych, przyszłych i potencjalnych konsumentów, a więc naruszać prawa nieograniczonej bliżej nieokreślonej liczby konsumentów. Interes, który jest chroniony owym przepisem, to interes prawny rozumiany jako określone potrzeby konsumenta, które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony (tak SN w uzasadnieniu uchwały z 13 lipca 2006 r. III SZP 3/06).

Niewątpliwie opisane praktyki naruszały zbiorowe interesy konsumentów, albowiem nakierowane były na nieograniczony krąg konsumentów będących potencjalnymi klientami Przedsiębiorcy. Praktyki były zatem wymierzone we wszystkich konsumentów, którzy mogli zapoznać się z ofertą prezentowaną przez Przedsiębiorcę, przez co przynajmniej potencjalnie mogły zagrozić interesom szerokiego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku.

W tym stanie rzeczy praktyka z pkt I Decyzji naruszająca ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i z pkt II Decyzji naruszająca ustawę o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowią niedozwolone praktyki z art. 24 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tak jak przyjął Prezes UOKIK.

Należało jednak uznać inaczej niż pozwany, że przedmiotowe praktyki, zostały zaniechane przez Przedsiębiorcę, aczkolwiek nie miało to miejsca w lutym 2015 r. zgodnie z twierdzeniami powoda tylko w marcu 2015 r.

Wprawdzie powód w lutym 2015 r. zakończył działalność poprzez stronę (...) ponieważ jak wynika z notatki urzędowej pracownika UOKIK 24 lutego 2015 r. nie można już było otworzyć tej strony internetowej, natomiast od 27 lutego 2015 r. domena (...) należała już do innego Przedsiębiorcy, co potwierdza wydruk ze strony krajowego rejestru domen (...), jednak jeszcze w marcu 2015 r. powód kierował jeszcze do klientów wskazanego serwisu faktury pro forma, wzywając ich do zapłaty należności poprzez inny serwis.

Mianowicie z treści emaili przesłanych przez konsumenta do UOKIK z prośbą o interwencję wynika, że sam Przedsiębiorca wysyłając konsumentowi w dniu 4 marca 2015 r. fakturę z 02 marca 2015 r. podał, że faktura ta wystawiona została za usługę reklamy nieruchomości w portalu (...) (k. 87- 88 akt adm.). W ocenie Sądu nazwa tego portalu została specjalnie wyodrębniona w celu informacyjnym dla konsumenta, ponieważ wiadomości Przedsiębiorca kierował z (...), jako że w marcu portal (...) już nie działał. Z kolei konsument podał, że na stronie (...) nie ma danych kontaktowych a (...) już nie istnieje.

Ponadto w treści zawiadomienia skierowanego do rzecznika konsumentów inna konsumentka, załączając fakturę pro forma z 9 marca 2015 r. za usługę reklamy nieruchomości, podkreśla kilkakrotnie, że dotyczy to portalu (...) (k. 115-117 akt adm.).

Powyższe nie pozostawia zdaniem Sądu wątpliwości, iż jeszcze w marcu 2015 r. Przedsiębiorca kierował do swoich klientów z (...) faktury z wezwaniami do zapłaty, co z kolei oznacza, że jeszcze w tym miesiącu stosował zakazane praktyki, bo poprzez wykonywanie naruszającej zbiorowe interesy konsumentów działalności zakończonej na stronie (...) wykorzystywał ją dla dalszego osiągnięcia profitów.

W zgromadzonym materiale dowodowym brak jednak dowodów na to, aby w następnych miesiącach powód w dalszym ciągu monitował klientów o dokonanie zapłaty, w szczególności dowodów takich nie przedstawił Prezes UOKIK. Sąd nie mógł więc uwzględnić stanowiska organu, że także po wydaniu decyzji wciąż wpływały skargi na tożsame praktyki dotyczące bliźniaczych portali internetowych również prowadzonych przez powoda, zwłaszcza, że pozwany nie przedstawił na tą okoliczność dowodów a ponadto w niniejszej sprawie Sąd rozstrzygał tylko o praktykach związanych ze stosowaniem Regulaminu portalu (...), gdyż zarówno decyzja jak i postawione w niej powodowi zarzuty związane były z działalnością portalu (...).

Tym samym, wobec braku dowodów na stosowanie przez powoda praktyki związanej z działalnością portalu (...) po marcu 2015r, nie było podstaw, aby uznać, że powód nie zaprzestał wykonywania niedozwolonych praktyk dotyczących usług opartych o Regulamin portalu (...). Po tej dacie powód nie zawierał już bowiem usług za pośrednictwem tego

portalu, skoro domena (...) należała już do innego przedsiębiorcy, ani też nie domagał się płatności za ogłoszenia umieszczane na tym portalu.

Dlatego Sąd na podstawie art. 479^{31a} § 3 kpc zmienił Decyzję w pkt I i II o uznaniu praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie ich stosowania poprzez stwierdzenie, że praktyk zaniechano z końcem marca 2015 r.

Powyższe ustalenia dotyczące stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wskazywały na możliwość nałożenia na Przedsiębiorcę kary pieniężnej za zachowania opisane w pkt I i II Decyzji. W myśl bowiem art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24. Prezes UOKiK nałożył jednak karę pieniężną za zachowania opisane w Decyzji, biorąc pod uwagę również treść art. 106 ust. 5 i 6 powołanej ustawy, tj. że w przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100 000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10 000 euro. Prezes Urzędu słusznie zatem powołał się w Decyzji na art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy, albowiem zawiera on przepis ustanawiający możliwość ukarania za stosowanie praktyk z art. 24 ustawy, ale ze względu na fakt, iż w 2012 i 2013 r. Przedsiębiorca nie prowadził działalności gospodarczej a w 2014 r. osiągnął obrót poniżej (...)euro wysokość kary oparł na treści art. 106 ust. 6, który określa wysokość kary w sytuacji uzyskiwania, jak powód, przychodów do (...) euro w okresie trzyletnim. Pouczenie zatem Przedsiębiorcy w trakcie postępowania administracyjnego o treści art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy nie jest błędem, ponieważ po pierwsze wskazuje na możliwość wymierzenia kary za naruszenie art. 24 ustawy, jakiego dopuścił się Przedsiębiorca a z drugiej strony odbywało się bez wiedzy organu o wielkości przychodów Przedsiębiorcy.

Mimo, iż kara pieniężna ma charakter fakultatywny, zdaniem Sądu Prezes UOKiK podjął trafną decyzję o wymierzeniu kary Przedsiębiorcy. Nie ma w tym względzie znaczenia, czy Przedsiębiorca dopuścił się naruszeń umyślnie czy nieumyślnie, na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa bowiem obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa.

Sąd zważył, iż jak wynika z treści art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, Prezes Urzędu uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie.

Oceniając więc działanie powoda należało mieć na uwadze, że Przedsiębiorca jako profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego nie powinien dezinformować konsumentów i wprowadzać ich w błąd, nie powinien też narzucać uciążliwych i niekorzystnych dla konsumentów warunków umów, bo stanowi to poważne zagrożenie dla konsumentów.

W przypadku praktyki opisanej w pkt I Decyzji za naganne należy uznać zobowiązanie konsumenta w Regulaminie do zachowania trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia, w czasie którego konsument musi uiszczać wysokie koszty usług Przedsiębiorcy, bez żadnego wyjątku. Przedsiębiorca nie skraca bowiem okresu wypowiedzenia a przez to nie rezygnuje z pobierania od konsumentów należności nawet w wypadku realizacji celu świadczonych usług reklamy w postaci sprzedaży nieruchomości czy odstąpienia przez konsumenta od sprzedaży nieruchomości. W opinii Sądu takie wydłużenie okresu wypowiedzenia ma po prostu na celu jak najdłuższe związanie klientów płatną umową. Jednocześnie zwrócić trzeba uwagę na wyjątkowo przewrotny sposób działania Przedsiębiorcy, który jak wynika z akt administracyjnych kontaktował się z przeciętnym konsumentem, akcentując wyłącznie w ramach oferty fakt otrzymania przez konsumenta bezpłatnych trzymiesięcznych usług. Z kolei zawarte umowy, co istotne automatycznie

przekształcały się w odpłatne umowy na czas nieokreślony, przez co konsument znajdował się w „pułapce” wynikającej z kontraktu.

Za niedopuszczalne należy natomiast uznać posługiwanie się przez Przedsiębiorcę ceną netto w Regulaminie. Cena ta jako mniejsza od ceny brutto wprowadzała w błąd a jako bardziej korzystna była ukierunkowana na stworzenie u konsumenta lepszego wyobrażenia o warunkach cenowych usług Przedsiębiorcy a w konsekwencji na etapie przedkontraktowym pozyskanie większego zainteresowania ofertą Przedsiębiorcy. Pejoratywnie trzeba też ocenić przerzucanie na konsumenta obliczania stawki VAT, którą należy doliczyć do ceny netto, a której to konsument może nie znać. To bowiem Przedsiębiorca powinien ustalić wartość podatku i podać do wiadomości konsumenta.

Wymienione praktyki stosowane przez Przedsiębiorcę były dalece niekorzystne dla konsumentów, gdyż miały dla nich znaczące skutki finansowe.

Natomiast Przedsiębiorca dopuszczając się przedmiotowych praktyk wykorzystywał posiadaną przewagę kontraktową, zniekształcając obowiązki stron w sposób niezgodny z dobrymi obyczajami.

Przy czym zniekształcenie warunków wypowiedzenia umowy było w przekonaniu Sądu wynikiem umyślnego postępowania Przedsiębiorcy. Należy zgodzić się z pozwanym, że ukształtowanie warunków rozwiązania umowy przez konsumenta mogło być tylko zamierzonym działaniem Przedsiębiorcy ukierunkowanym na zwiększenie jego zysków z prowadzonej działalności. Przedsiębiorca, świadcząc usługi internetowej reklamy nieruchomości poprzez zamieszczenie ofert sprzedaży nieruchomości na wybranych portalach internetowych, musiał zdawać sobie sprawę, że cel zamieszczania tych ogłoszeń jest skorelowany z potrzebą znalezienia nabywcy danej nieruchomości. Zbytek nieruchomości czy odstąpienie konsumenta od zamiaru sprzedaży tej nieruchomości powoduje, że dalsze utrzymywanie wskazanych ogłoszeń na portalach internetowych jest całkowicie zbędne. Jednocześnie Przedsiębiorca musiał zdawać sobie sprawę, że takie ukształtowanie praw konsumentów jest sprzeczne z specyfiką usług oferowanych klientowi i koniecznością dostosowania tych usług do jego potrzeb. Narzucony konsumentom okres wypowiedzenia umowy był niedostosowany do realiów obrotu, ale przede wszystkim do natury umowy. Dla oceny sprawy nie bez znaczenia pozostaje fakt, że cena miesięcznej usługi utrzymywania ogłoszenia na portalach internetowych została przez Przedsiębiorcę określona na bardzo wysokim, oderwanym od cen rynkowych, poziomie.

Jeśli chodzi zaś o zniekształcenie ceny usług Przedsiębiorcy naruszenie to miało charakter działania co najmniej nieumyślnego. Powtórnie należy przyznać racje pozwanemu, iż przepisy prawa w zakresie obowiązku określania ceny uwzględniającej wszystkie występujące w niej elementy, w tym należne podatki, są na tyle oczywiste, iż nawet z perspektywy niedoświadczonego przedsiębiorcy, naruszenia w tym zakresie - w dodatku trwające przez tak długi okres - należy oceniać jako istotne zaniedbanie standardu należytej staranności.

Ponadto uwzględnić należało, że praktyki nie były długotrwałe, ponieważ trwały krócej niż rok.

Tym niemniej znaczny zasięg naruszenia wywołany działaniem powoda w sieci, zawieraniem umów na odległość implikuje choćby potencjalnie dotarcie do klientów na terenie całego kraju, stanowi zatem okoliczność obciążającą.

Podobnie obciąża Przedsiębiorcę sposobność uzyskiwania za pomocą nieuczciwych praktyk znacznych korzyści finansowych kosztem konsumentów, którzy mogli mieć bardzo negatywne odczucia w związku z zagrożeniem ich ekonomicznych interesów.

Sąd wziął także pod uwagę ustalony w postępowaniu sądowym fakt zaniechania przez Przedsiębiorcę stosowania zakazanych praktyk. Sąd uwzględnił jednak, że do zaprzestania praktyk doszło wobec wszczęcia postępowania przez Prezesa Urzędu. Okoliczność ta, klasyfikowana jako łagodząca, nie może jednak według Sądu zdecydować o zmniejszeniu kary, albowiem nałożona na Przedsiębiorcę Decyzją kara za dwie praktyki jest adekwatna nawet w przypadku stwierdzenia zaniechania stosowania praktyk przez Przedsiębiorcę.

Sąd zważył, iż „Wyjaśnienia UOKiK w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów”, na które powołuje się powód, tzw. wytyczne odnośnie wymiaru kary, nie są dla Sądu wiążące. Sąd nie miał zatem obowiązku miarkować kary w oparciu o nie. W tym zakresie Sąd prezentuje pogląd wyrażony w wyroku Sądu Najwyższego - Izba Pracy, Ubezpieczeń Społecznych i Spraw Publicznych z 15 maja 2014 r. o sygn. III SK 54/13 (Legalis), który trafnie zauważył, że „w ramach postępowania odwoławczego sąd pierwszej lub drugiej instancji nie kontroluje tylko, czy kara pieniężna została wymierzona przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zgodnie z wytycznymi wymiaru kary z art. 104 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.), bądź w sposób odpowiadający zasadom wynikającym z pragmatyki organu ujawnionej w postaci różnego rodzaju wyjaśnień. Sąd jest także władny samodzielnie dostosować poziom ostatecznie wymierzonej kary pieniężnej do ustalonych w sprawie okoliczności, z uwzględnieniem funkcji kar pieniężnych oraz przesłanek wymiaru kary określonych w wyżej wymienionej ustawie, bądź wynikających z ogólnych zasad prawa, regulacji konstytucyjnych, czy zobowiązań prawnomiędzynarodowych. Sąd nie jest przy tym związany praktyką Prezesa Urzędu i wypracowanym przez niego sposobem dochodzenia do ustalenia wysokości kary pieniężnej. W zależności od okoliczności sprawy może inaczej rozłożyć akcenty, a nawet przypisać większe lub mniejsze znaczenie poszczególnym elementom wpływającym na ostateczny wymiar kary pieniężnej. Nie każde zaniechanie stosowania praktyki ograniczającej konkurencję musi być traktowane jako odpowiadające tej okoliczności wpływającej na obniżenie kary pieniężnej, która wiąże się z uznaniem przez przedsiębiorcę racji organu ochrony konkurencji i wymogów interesu publicznego. Zaniechanie stosowania praktyki „wymuszone” rozstrzygnięciem innego organu nie należy do tego rodzaju zaniechań, które przemawiałyby za obniżeniem kary pieniężnej. Nie mniej zaniechanie stosowania praktyki bez względu na motywy, rzutuje na okres naruszania przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.), wpływając w ten sposób na poziom szkód wyrządzonych konkurencji na rynku.” Tym samym Sąd samodzielnie uznał, że kara w wysokości 21.322 zł jest proporcjonalna do naruszeń i odpowiada dyrektywom wymiaru kary, nawet w sytuacji zaniechania praktyki z końcem marca 2015r.

Sąd stwierdził również, że powód nie przedstawił dowodów, potwierdzających jego obawę, iż kara w ww. kwocie zdecyduje o zakończeniu jego działalności. Okoliczność podnoszona przez powoda, że uzyskuje niewielkie dochody z działalności i kara jest nieadekwatna do ich wysokości nie znajdują natomiast potwierdzenia w dowodach zgromadzonych w toku postępowania. Zwrócić bowiem należy uwagę, że przychód powoda w 2014 r. wyniósł (...) zł, jednak jest to dochód uzyskany jedynie na przestrzeni 3 miesięcy, gdyż powód rozpoczął działalność dopiero w październiku 2014r.

Na obniżenie kary nie mogła także wpłynąć okoliczność na którą wskazywał powód, o całkowitym umorzeniu zobowiązań konsumentów. Po pierwsze okoliczność ta nie została udowodniona, gdyż wskazywały na nią jedynie oświadczenia przedsiębiorcy skierowane do R. konsumentów, co oznacza, że jedynie mogły się one odnieść do tych konsumentów, którzy skierowali skargi właśnie do rzeczników konsumentów. Pozostałym kontrahentom powód nie przekazał informacji o umorzeniu ich zobowiązań, bo jak twierdził utracił ich dane wraz z utratą domeny internetowej (...). Na marginesie okoliczność utraty domeny nie jest jednoznaczna z utratą danych kontrahentów, gdyż po pierwsze zawsze można wcześniej skopiować dane adresatów poczty, a po wtóre powód wysyłał do nich faktury proforma także z innych domen, co zostało w sprawie niniejszej ponad wszelką wątpliwość ustalone, co poddaje w wątpliwość twierdzenia powoda, że danych tych nie posiadał.

Odnośnie do umorzenia przez przedsiębiorcę zobowiązań konsumentom, to jak zeznał sam powód nie zwracał on żadnych należności swoim kontrahentom, które wpływały na jego konto także już po zakończeniu działania serwisu (...). Taka praktyka przedsiębiorcy wskazuje, że jedynie na potrzeby załagodzenia sytuacji w odniesieniu do tych konsumentów, którzy skierowali skargi do rzeczników konsumentów, powód złożył oświadczenie, że umarza zobowiązania. Skoro więc innych kontrahentom takich oświadczeń nie przedstawił, to będąc w przekonaniu o istnieniu zobowiązań dokonywali oni zapłaty faktur proforma a powód nie zwracał i uiszczonych kwot. Nie można więc mówić w odniesieniu do powoda, że zadośćuczynił on konsumentom, którzy na skutek jego nieuczciwego i bezprawnego działania doznali szkód majątkowych. Okoliczność ta nie mogła więc wpłynąć na obniżenie kary

Zaznaczenia wymaga także, że kara pieniężna ma pełnić funkcję prewencji szczególnej i ogólnej, a więc być zarówno realną, odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, będącą reakcją na naruszenie przepisów, ale także wyraźnym ostrzeżeniem na przyszłość i to zarówno w odniesieniu do ukaranego przedsiębiorcy ale też do innych przedsiębiorców i przestrzegać ich przez podejmowaniem podobnych naruszeń interesów konsumentów. Natomiast odstąpienie od nałożenia na Przedsiębiorcę kary bądź jej znaczące zmniejszenie, w ocenie Sądu, stałoby w sprzeczności z celami prewencyjnymi sankcji za niezastosowanie się powoda do obowiązujących wymagań prawa, jak również represyjno-wychowawczymi, zmierzającymi do wymuszenia na ukaranym przestrzegania reguł prawnych w przyszłości.

Mając powyższe na uwadze Sąd uznał, że ustalone w postępowaniu okoliczności niniejszej sprawy w pełni uzasadniają nałożenie na powoda kary pieniężnej za praktyki opisane w Decyzji w wysokości ustalonej przez Prezesa UOKiK w zaskarżonej Decyzji, a zatem nie mógł zostać uwzględniony wniosek powoda o uchylenie lub zmianę Decyzji w tym zakresie.

Z tych względów Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oddalił wniesione przez powoda odwołanie w pozostałej części na podstawie art. 479^{31a} § 1 kpc.

O kosztach zastępstwa procesowego orzeczono na podstawie art. 100 kpc, uznając, że skoro pozwany uległ tylko niewielkiej części swojego żądania, to należy mu się zwrot wszystkich kosztów. Stanowisko organu wyrażone w decyzji było bowiem w zasadniczej części prawidłowe, bo co do zasady Prezes UOKiK prawidłowo stwierdził istnienie praktyki jak i właściwie wymierzył karę, a decyzja się nie ostała jedynie w zakresie trwania praktyki. Sąd przyznał zatem od powoda na rzecz pozwanego kwotę wynagrodzenia pełnomocnika pozwanego w wysokości 360,00 zł ustalonego zgodnie z § 14 ust. 3 pkt 1 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 roku 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 2013 r., poz. 490).

SSO Małgorzata Perdion- Kalicka