



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

ul. Piotrkowska 120
90-006 Łódź
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12
e-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO-61-19()/11/TD

Łódź, dnia 4 listopada 2011 r.

DECYZJA Nr RŁO 35/2011

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania przez Kancelarię Prawną Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Kancelarii Prawnej Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy, polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez wprowadzające w błąd zaniechanie na skutek umieszczenia w treści wzorców umowy pn. „Umowa o honorarium” postanowień określających sposób obliczenia ceny usługi, w którym nie zawarto informacji o wysokości stawki podatku od towarów i usług, co może powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, co stanowi naruszenie art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 oraz w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

- II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania przez Kancelarię Prawną Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

nakłada się na Kancelarię Prawną Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy, **karę pieniężną** w wysokości 3.527 zł. (słownie: trzy tysiące pięćset dwadzieścia siedem złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 cytowanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz art. 263 § 1 i 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1060 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2000 r., Nr 98, poz. 1071, ze zm.) w związku z art. 83 cytowanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy,

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

postanawia się obciążyć Kancelarię Prawną Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy, **kosztami niniejszego** postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w kwocie 16,65 zł (słownie: szesnaście złotych 65/100) oraz **zobowiązuje się** Kancelarię Prawną Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W dniu 16 grudnia 2010 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – wszczął postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy Kancelaria Prawna Król i Partnerzy Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych z siedzibą w Legnicy – zwana dalej: „Kancelarią” – w zakresie stosowanych postanowień wzorców umowy, nie narusza chronionych prawem interesów konsumentów, co uzasadnia wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

Na podstawie informacji i dokumentów zgromadzonych w toku postępowania Prezes Urzędu uznał, iż były podstawy do postawienia Kancelarii zarzutu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym Prezes Urzędu, Postanowieniem Nr 1/61-19/11, wszczął z urzędu w dniu 7 czerwca 2011 r. postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Kancelarię praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez wprowadzające w błąd zaniechanie, na skutek umieszczenia w treści wzorców umowy pn. „Umowa o honorarium” postanowień określających sposób obliczenia ceny usługi, w których nie zawarto informacji o wysokości stawki podatku od towarów i usług, co może powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, i tym samym może stanowić naruszenie art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 oraz w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym” – i tym samym może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr

50, poz. 331, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”, o czym powiadomił Kancelarię (dowód: karty Nr 1,2 i 4). Prezes Urzędu Postanowieniem Nr 2/61-19/11 zaliczył w poczet dowodów dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym, o czym powiadomił Kancelarię (dowód: karty Nr 5-6).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Kancelaria jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000148359 (dowód: karty Nr 22-23). Przedmiotem działalności Kancelarii jest działalność prawnicza. W ramach tej działalności Kancelaria świadczy m.in. usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych (dowód: pismo z dnia 17 lutego 2011 r. wraz z załącznikami, karty Nr 7-18 oraz 52). Kancelaria ustanowiła oddziały: we Wrocławiu (woj. dolnośląskie), Kamiennej Górze (woj. dolnośląskie) oraz Gdańsku (woj. pomorskie). (dowód: odpis z rejestru przedsiębiorców KRS, karta Nr 22).

Przedmiotem analizy Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu były wzorce umowy pn. „Umowa o honorarium” stosowane przez Kancelarię przy zawieraniu umów z konsumentami w zakresie świadczenia usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych (dowód: karty Nr 9-18 oraz 24-30).

Kancelaria prowadzi działalność gospodarczą bez ograniczeń terytorialnych, tj. formalnie na terenie całego kraju (dowód: pismo z dnia 10 stycznia 2011 r., karta Nr 21).

Kancelaria poinformowała, iż przy zawieraniu umów z konsumentami wykorzystuje szablony umów w celu ułatwienia i przyspieszenia ich zawierania, podkreśliła przy tym, że każda umowa indywidualna zawierania z klientem (konsumentem) jest każdorazowo negocjowana. W sytuacji, gdy konsument w wyniku negocjacji chce wprowadzić zapisy dodatkowe lub wykreślić zapisy zaproponowane w przez Kancelarię, dochodzi do negocjacji w tym zakresie i podpisania umowy o treści uzgodnionej. Dlatego też zdaniem Kancelarii stosowane przez nią szablony (formularze) umów nie stanowią w żadnej mierze wzorców umowy, natomiast punkt wyjścia przy ustalaniu treści umowy.

Odnosząc się do powyższego należy stwierdzić, iż sam fakt, iż postanowienia wzorca mogą być przedmiotem uzgodnień nie przesądza, że stosowany formularz umowy nie ma charakteru wzorca. Jest to bowiem standardowy tekst przedstawiany konsumentowi przez prowadzącego profesjonalną działalność przedsiębiorcę do oceny i akceptacji, który po podpisaniu reguluje stosunki stron. Nawet, jeżeli w pewnym zakresie tekst taki był przedmiotem uzgodnień, to jednak w części nie uzgodnionej indywidualnie nadal pozostaje wzorcem umownym, ponieważ jego niezmienione postanowienia zostały przyjęte ze wzorca. Dochodzi więc w tej części do inkorporowania niektórych postanowień wzorca do tej treści umowy. Jeśli jednocześnie postanowienia te kształtują prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami rażąco naruszając jego interesy, należy uznać je za niedozwolone postanowienia umowne (por.: wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej: „Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów” – z dnia 24 listopada 2004 r., sygn. akt XVII Amc 71/03). W przedmiotowej sprawie należy zatem uznać, iż stosowane przez Kancelarię formularze umów są wzorcami umów w rozumieniu art. 384 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 r., Nr 16, poz. 93 ze zm.) – zwanej dalej: „k.c.”. Jednocześnie trzeba wyraźnie podkreślić, iż powyższe ustalenie nie jest istotne z punktu widzenia charakteru stosowanej praktyki. W ocenie Prezesa Urzędu przedstawione przez Kancelarię „szablony” umów stanowią propozycję zawarcia umowy i określają proponowane warunki zawarcia umowy.

Warunki te w zakresie ustalenia wysokości honorarium podstawowego podają wartość (której wysokość podlega co do zasady negocjacji) netto, bez określenia ani wartości ani nawet stawki podatku od towarów i usług (VAT). Zapisy w tej postaci inkorporowane były również do zawieranych umów, o czym świadczą przedstawione przez Kancelarię kopie umów (dowód: kopie przykładowych umów zawartych z konsumentami przedstawione jako załącznik do pisma z dnia 17 lutego 2011 r., karty Nr 9-18).

Stosowane przez Kancelarię formularze umów zawierają następujące postanowienia:

- „Zleceniobiorcy przysługuje honorarium stanowiące równowartość dwu/trzy/cztero/pięciokrotnego (właściwie podkreślić) przyznanego miesięcznego świadczenia, powiększonego o podatek od towarów i usług (VAT), zgodnie z odrębnymi przepisami (...)”
- „Za prowadzenie sprawy, o której mowa w § 1 Zleceniobiorcy przysługuje zaliczka w wysokości 100,00 zł (słownie sto zł). Do powyższego honorarium zostanie dodany podatek od towarów i usług, zgodnie z odrębnymi przepisami”
- „Za prowadzenie sprawy, o której mowa w § 1 Zleceniobiorcy przysługuje honorarium w wysokości% (słownie: ...) wartości uzyskanego roszczenia powiększonego o podatek o towarów i usług, zgodnie z odrębnymi przepisami”
- „Za prowadzenie sprawy, o której mowa w § 1 w postępowaniu przedsądowym Zleceniobiorcy przysługuje honorarium w wysokości% (słownie: ...) wynegocjowanej kwoty. Do powyższego honorarium zostanie dodany podatek o towarów i usług, zgodnie z odrębnymi przepisami”

Kancelaria poinformowała, iż konsumenci przy zawieraniu umowy o honorarium są informowani ustnie o stawce podstawowej podatku od towarów i usług (VAT). Nierzadko płatność następuje przy zleceniu sprawy, a więc konsument w momencie zawarcia umowy zna wartość honorarium. Jak stwierdziła Kancelaria, w przypadkach wystawiania faktur po zakończeniu sprawy (nie zaś w dacie zawarcia umowy), zapisy o stawce podatku VAT w kwocie brutto powodowałyby problemy przy wystawieniu faktury w sytuacji zmiany stawki podatku. W celu uniknięcia takich sytuacji, Kancelaria informuje klienta przy zawieraniu umowy o honorarium i obowiązku zapłacenia podstawowej stawki podatku VAT w momencie wystawienia faktury. Jednocześnie, według Kancelarii, w momencie zawierania umowy konsument jest informowany o aktualnej wysokości stawki podatku i możliwości jej zmiany w przyszłości. Tym niemniej zdarzają się również przypadki zawarcia umowy ze wskazaniem honorarium w kwocie brutto. (dowód: pismo z dnia 17 lutego 2011 r., karty Nr 7-8)

W zakresie spraw o zapłatę odszkodowania honorarium podstawowe ustalane jest jako określony procent wartości przyszłego świadczenia uzyskanego na skutek działań podjętych przez Kancelarię w toku sprawy. Tym samym honorarium w tym zakresie wymagalne jest po uzyskaniu świadczenia i pod warunkiem jego uzyskania. W żadnym wypadku nie jest zatem płacone w momencie zawierania umowy, co wyklucza możliwość zapoznania się konsumenta z całkowitą wysokością wynagrodzenia choćby poprzez dokonanie lub przygotowanie samej opłaty w trakcie zawierania umowy.

Przedstawione przez Kancelarię formularze umów stosowane były przez nią w obrocie z udziałem konsumentów co najmniej od stycznia 2010 r. Jednocześnie Kancelaria poinformowała, iż nie jest w stanie określić liczby spraw określonego rodzaju (np. dotyczące roszczeń odszkodowawczych) (dowód: pismo z dnia 10 stycznia 2011 r., karty Nr 19 i 21).

W piśmie z dnia 19 września 2011 r. Kancelaria zobowiązała się do nie określania kwot honorarium w umowach z konsumentami w stawkach netto oraz poinformowała, iż

mając na celu zaniechanie określania wysokości honorarium w umowach z konsumentami w kwotach netto, wydała zarządzenie wewnętrzne wprowadzające uregulowanie następującej treści: „(...) od dnia 16 września 2011 r. każda zawierana umowa z konsumentem ma zawierać określenie sumy honorarium w kwocie brutto. Zakazuje się określenia wysokości honorarium w kwotach netto”. Jednocześnie Kancelaria przedstawiła 9 przykładowych wzorców umów o honorarium, w których oznaczenie wysokości należności (określanych kwotowo lub procentowo) dotyczy wartości brutto. (dowód: karty Nr 40-51) Kancelaria nie przedstawiła dowodów na faktyczne wprowadzenie do obrotu ww. wzorców umów, nie przedstawiła również dowodów na stosowne zmiany treści dotychczas obowiązujących umów, zawierających oznaczenie kwot należności netto.

W związku z powyższym, Kancelaria wystąpiła do Prezesa Urzędu z wnioskiem o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zobowiązującej przedsiębiorcę do „wskazywania kwot brutto tytułem honorarium w umowach z konsumentami”. (dowód: karta Nr 41)

Kancelaria osiągnęła w 2010 r. przychód ogółem w wysokości (*tajemnica przedsiębiorcy*) zł. (słownie: (*tajemnica przedsiębiorcy*)), (dowód: karta Nr 36). Kancelaria w 2010 r. przyjęła do prowadzenia łącznie (*tajemnica przedsiębiorcy*) spraw, w tym (*tajemnica przedsiębiorcy*) umów zawartych było z konsumentami. W 2011 r. (do 20 września 2011 r.) przyjęto do prowadzenia łącznie (*tajemnica przedsiębiorcy*) spraw, w tym w (*tajemnica przedsiębiorcy*) przypadkach umowy zawarto z konsumentami (dowód: pismo z dnia 20 września 2011 r., karta Nr 52).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Kancelarii. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, 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. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Wskazany przepis zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Stwierdzenie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały łącznie trzy przesłanki:

- 1) działanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1447 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopaliny ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Kancelaria, stosownie do art. 1 § 2 w związku z art. 4 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. z 2000 r., Nr 94, poz. 1037 ze zm.) – zwanej dalej: „kodeksem spółek handlowych” – jest osobową spółką handlową, wpisaną do rejestru przedsiębiorców – Krajowego Rejestru Sądowego – pod numerem 0000289851. Kancelaria wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą, tj. działalność usługową. W ramach tej działalności Kancelaria świadczy usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych. Zgodnie z art. 8 § 1 kodeksu spółek handlowych spółka osobowa może we własnym imieniu nabywać prawa, w tym własność nieruchomości, inne prawa rzeczowe, zaciągać zobowiązania, pozywać i być pozywana. Stosownie do art. 33¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93, ze zm.) – zwanej dalej: „k.c.” – spółka partnerska będąc spółką osobową jest zatem jednostką organizacyjną nie będącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną. Zgodnie z art. 94 kodeksu spółek handlowych spółka partnerska powstaje z chwilą wpisu do rejestru.

Wobec powyższego Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Kancelarię praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2, pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.

Ad 2)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania

decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *calokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje również nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym” – która to praktyka jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, to takie działanie w świetle prawa może zostać uznane się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów praktyka rynkowa 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. Przedmiotowy przepis stanowi klauzulę generalną, która na okoliczność stosowania danej praktyki będzie podlegała stosownej konkretyzacji. Jednocześnie ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2).

Zgodnie z ustaleniami dokonany w toku niniejszego postępowania, stosowane przez Kancelarię wzorce umowy pn. „Umowa o honorarium” zawierają postanowienia, określające wysokość wynagrodzenia za wykonanie zlecenia poprzez podanie wyłącznie wartości netto należnej kwoty (wyrażonej wartościowo w złotych lub jako procentowa prowizja od uzyskanego odszkodowania), przy czym wskazano odrębnie obowiązek również uiszczenia kwoty odpowiadającej podatkowi od towarów i usług (VAT), jednak bez określenia stawki ani wysokości tego podatku.

W celu dowiedzenia, że opisane powyżej działanie Kancelarii stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, że przedmiotowe działanie jest sprzeczne 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.

Dobre obyczaje podlegają konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania* (tak: K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804). W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką profesjonalista – przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego).

Zgodnie z art. 3 w związku z art. 6 ust. 1 i 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych, za które uznaje się w szczególności praktykę rynkową polegającą na

wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez nieuwzględnieniu w proponowanych cenach produktów wartości podatku od towarów i usług. 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. Przywołany art. 6 ust. 4 pkt 3 ww. ustawy wskazuje przy tym, iż w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, 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.

Na Kancelarii, jako na profesjonalistcie – podobnie jak na innych przedsiębiorcach – ciążyą szczególne obowiązki informacyjne w przypadku, gdy jego kontrahentami są konsumenci. Pozbawienie konsumentów właściwej informacji dotyczącej cen oferowanych towarów może uniemożliwić podejmowanie świadomych i w pełni suwerennych decyzji w sprawie zakupu oferowanych przez Kancelarię usług.

Pojęcie „cena” zostało zdefiniowane w art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U. z 2001 r. Nr 97, poz. 1050, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o cenach” – w świetle, której cena to wartość wyrażona w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę. W cenie powinien być uwzględniony podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług oraz podatkiem akcyzowym.

Z analizy przywołanych powyżej przepisów wynika, iż cena podawana lub uwidaczniana przez przedsiębiorcę (sprzedawcę), powinna być ceną brutto, tj. ceną zawierającą podatek od towarów i usług, który stanowi jeden z elementów składowych ceny. Obowiązek podawania cen brutto dotyczy zarówno ich uwidaczniania w miejscu sprzedaży, jak i umieszczania w jakichkolwiek przekazach pochodzących od przedsiębiorcy.

W wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 19 maja 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 11/04) Sąd stwierdził, iż „informacja o cenie towaru w wysokości (wartości) nieuwzględniającej podatku jest informacją nierzetelną, nieprawdziwą i niepełną, bo to na przedsiębiorcy leży obowiązek oznaczania cen towaru zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa zaś konsument ma prawo znać cenę towaru, a nie obliczać ją sam, bez względu na to, czy przy cenie umieszczono ogólnikową informację – cena netto, cena + VAT itp.” Należy również przywołać stanowisko Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyrażone w wyroku z dnia 17 czerwca 2009 r. (sygn. akt XVII AmC 324/08), w którym uznano za niedozwolone następujące postanowienie: *„zamawiający za wykonanie czynności objętych niniejszą umową zobowiązuje się zapłacić wynagrodzenie w wysokości 3% (słownie: trzech procent) + 22% VAT ostatecznej ceny nieruchomości”*. W uzasadnieniu Sąd wskazał: *„Cena za usługę pośrednictwa wyrażona w wielu składnikach określonych procentowo jest ceną ustaloną z naruszeniem obowiązujących przepisów, nie jest jednoznaczna, wymaga podjęcia przez konsumentów dodatkowych czynności do jej ustalenia, jest niekorzystnie ukształtowana dla konsumenta, nie zachowana również została równowaga stron. W ocenie Sądu takie określenie ceny stanowi rażące naruszenie interesów konsumenta i jest sprzeczne z dobrymi obyczajami”*. Podlegająca ocenie w niniejszym postępowaniu praktyka charakteryzuje się

tym, iż w odróżnieniu od ww. postanowienia Kancelaria nie podaje nawet wysokości stawki podatku VAT.

Prezes Urzędu stwierdził, że stosowany przez Kancelarię w obrocie z konsumentami sposób oznaczania ceny nie spełnia wymogów cytowanego przepisu art. 6 ust. 4 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Za cenę należy rozumieć w szczególności określoną procentowo część przyszłej kwoty odszkodowania, która zgodnie z umową ma być uzyskana za pośrednictwem Kancelarii. Nie ma przeszkód, aby już na etapie prezentowania oferty i zawierania umowy określono jednoznacznie tak rozumianą cenę usługi na poziomie ostatecznym, tj. z uwzględnieniem wysokości obciążeń fiskalnych.

W związku z powyższym należało uznać, iż Kancelaria naruszyła dobre obyczaje, w zakresie obowiązku przekazywania konsumentom rzetelnej, jednoznacznej informacji o cenie usługi pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia działanie Kancelarii powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (zgodnie z art. 2 pkt 8 tej ustawy przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny) jest wynikiem dorobku orzeczniczego Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Stopniowy rozwój orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedności.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć, jako dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych - charakterystycznych dla polskiego konsumenta. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej (prawnej) w danej dziedzinie, ale przede wszystkim rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Niemniej jednak nawet ostrożny, uważny konsument ma prawo do rzetelnej informacji, która przy założeniu dokonania z jego strony aktów staranności celem zrozumienia istoty oferty przedsiębiorcy, nie będzie wprowadzać w błąd.

W ocenianych w przedmiotowym postępowaniu okolicznościach należy uznać, iż w sytuacji przedstawiania do podpisu formularzy umów podających wyłącznie cenę netto konsumenci mogli mieć wrażenie szczególnej korzyści cenowej związanej z zawarciem umowy właśnie z Kancelarią, tym bardziej, iż informacja o podatku od towarów i usług nie precyzowała ani jego stawki ani kwoty. Co więcej, informacje o cenie usługi w określonym wyżej zakresie są co do zasady inkorporowane do zawieranych umów.

Konsument nie musi posiadać przy tym wiedzy o wysokości obowiązującej Kancelarię stawki podatku. Pełna informacja o cenie i jej elementach jest jedną z podstawowych danych niezbędnych dla podjęcia racjonalnej decyzji dotyczącej zawarcia umowy. Brak informacji o cenie brutto (zawierającej podatek od towarów i usług) narusza prawo konsumenta do rzetelnej informacji. Wpływa na postrzeganie i ocenę oferty Kancelarii, w tym również w kontekście ofert konkurencyjnych, a tym samym w omawianych okolicznościach może dojść do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, a więc jego decyzji dotyczącej umowy.

Kancelaria poinformowała, iż konsumenci przy zawieraniu umowy o honorarium są informowani ustnie o stawce podstawowej podatku od towarów i usług (VAT). Płatność następuje przy zleceniu sprawy, a więc konsument w momencie zawarcia umowy zna wartość honorarium. Jak stwierdziła Kancelaria, w przypadkach wystawiania faktur po zakończeniu sprawy (nie zaś w dacie zawarcia umowy), zapisy o stawce podatku VAT w kwocie brutto powodowałyby problemy przy wystawieniu faktury w sytuacji zmiany stawki podatku. Aby uniknąć takich sytuacji, informuje się klienta przy zawieraniu umowy o honorarium i obowiązku zapłacenia podstawowej stawki podatku VAT w momencie wystawienia faktury.

W ocenie Prezesa Urzędu nie można przyjąć, iż ww. okoliczności uzasadniają stosowanie kwestionowanej praktyki Kancelarii. Po pierwsze, wynagrodzenie Kancelarii w znacznej części umów zawieranych przez nią z konsumentami ustalane jest jako tzw. *success fee*. W szczególności w zakresie spraw o zapłatę odszkodowania honorarium podstawowe ustalane jest jako określony procent wartości przyszłego świadczenia uzyskanego na skutek działań podjętych przez Kancelarię w toku sprawy. Tym samym honorarium w tym zakresie wymagalne jest po uzyskaniu świadczenia i pod warunkiem jego uzyskania. W żadnym wypadku nie jest zatem płacone w momencie zawierania umowy z Kancelarią, co wyklucza możliwość zapoznania się konsumenta z całkowitą wysokością wynagrodzenia choćby poprzez dokonanie lub przygotowanie samej opłaty w trakcie zawierania umowy. Po drugie, uzasadnieniem stosowania praktyki nie może być chęć zniwelowania skutków zmian obowiązujących wysokości stawek podatku VAT, występujących po zawarciu umowy, a przed jej zrealizowaniem i rozliczeniem. Taki punkt widzenia sugeruje, iż Kancelaria w szczególności obciąża ryzykiem podniesienia ceny usługi w związku ze wzrostem stawki podatku wyłącznie konsumenta. Tymczasem, pomimo, iż wzrost stawki VAT stanowi zdarzenie niezależne od stron, jednak wartość tego podatku jest elementem ceny. Ryzyka jej wzrostu nie może ponosić wyłącznie konsument, stanowiłoby to naruszenie równowagi stron.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie przez Kancelarię we wzorcu umowy wskazanego sposobu podawania ceny świadczenia jest bezprawne jako nieuczciwa praktyka rynkowa. Wobec powyższego **Prezes Urzędu** uznał, iż określona w pkt I sentencji niniejszej decyzji praktyka Kancelarii **jest bezprawna**. Tym samym **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Kancelarię praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2, pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Ad 3)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów* (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01).

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie znacznej liczby konsumentów, tj. tych, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się ze stosowanym przez Kancelarię formularzem umowy zawierającym kwestionowane postanowienia i zawarli, bądź mogli zawrzeć umowę z Kancelarią. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Kancelarii nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Kancelarii.

Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricto* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu gospodarczego konsumentów poprzez skierowanie do nich przekazu w formie formularza umowy, którego treść – przekształcająca się w tożsamą treść zawartej umowy – nie przedstawiała pełnych informacji o cenie usługi.

Stosowanie opisanej wyżej nieuczciwej praktyki rynkowej godzi zatem w zbiorowe interesy konsumentów.

Tym samym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Kancelarię praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2, pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Zgodnie z art. 26, ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. Z ustaleń dokonanych w toku niniejszego postępowania nie wynika, aby Kancelaria zaprzestała stosowania kwestionowanych przez Prezesa Urzędu bezprawnych praktyk. Kancelaria nie wykazała wprowadzenia do obrotu z konsumentami nowych wzorów umów, formułujących należycie cenę usługi i wypełnienia tym samym określonych obowiązków informacyjnych, jak również nie wykazała doprowadzenia do zgodności z prawem treści obowiązujących umów dotychczas zawieranych. Zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania zarzucanej praktyki spoczywa na przedsiębiorcy.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż nie ma podstaw do stwierdzenia zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z przesłankami art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania - pismem z dnia 19 września 2011 r. (data wpływu 22 września 2011 r.) Kancelaria zobowiązała się do zaniechania stosowania kwestionowanej przez Prezesa Urzędu praktyki oraz wniosła o wydanie decyzji w trybie art. 28 o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu nie uwzględnił wniosku Kancelarii o wydanie decyzji zobowiązującej do podjęcia określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom zbiorowych interesów konsumentów na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z treścią art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów decyzja zastosowania ww. przepisu należy wyłącznie do Prezesa Urzędu. Prezes Urzędu uznał, że zebrany w toku niniejszego postępowania oraz poprzedzającego je postępowania wyjaśniającego materiał dowodowy, w świetle obowiązujących przepisów i orzecznictwa, jest wystarczający nie tylko do uprawdopodobnienia stosowania przez Kancelarię praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, ale przede wszystkim do stwierdzenia jej stosowania. Należy również w tym kontekście zważyć na fakt, iż Kancelaria wystąpiła z ww. wnioskiem po upływie ponad trzech miesięcy od daty otrzymania zawiadomienia o wszczęciu niniejszego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast celem wprowadzenia do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów art. 28 było skrócenie czasu oraz ograniczenie kosztów zbierania materiału dowodowego i wydanie decyzji na podstawie uprawdopodobnienia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki na naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, wskazanych w art. 26 tej ustawy Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Uzasadnienie nałożenia kary pieniężnej

Zgodnie z art. 106 ust 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w swojej decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z treści powyższego przepisu wynika, iż ww. kara ma

charakter fakultatywny, a zatem do Prezesa Urzędu zależy - w ramach uznania administracyjnego – uznanie w decyzji zasadności nałożenia kary pieniężnej wraz z określeniem jej wysokości. Wprawdzie ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary, jednakże art. 111 wskazuje, że ustalając wysokość kary Prezes Urzędu winien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ustalając wysokość kary pieniężnej w decyzjach stwierdzających naruszenie zakazów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, należy zatem uwzględnić wagę tego naruszenia, rozmiar skutków stosowanej praktyki ograniczającej konkurencję, bądź praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jak również zaistniałe okoliczności obciążające i łagodzące. Przywołany wyżej przepis określa podstawę i górną granicę ustalenia kary dla Kancelarii, która w 2010 r. osiągnęła przychód w wysokości (*tajemnica przedsiębiorcy*) zł. W związku z powyższym maksymalna łączna kara nałożona na Kancelarię może wynieść (*tajemnica przedsiębiorcy*) zł.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne nałożenie na Kancelarię kary pieniężnej za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie I sentencji niniejszej decyzji. Ustalając wymiar kary w związku ze stwierdzoną praktyką Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi naruszenia, na podstawie której ustalono kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszej kalkulacji kary, a następnie uwzględniając wszystkie okoliczności łagodzące i obciążające odpowiednio modyfikował ustaloną wysokość kwoty bazowej.

Podkreślić należy, iż nakładana przez Prezesa Urzędu kara finansowa pełnić powinna funkcje: represyjną, prewencyjną i edukacyjną.

Ustalając wymiar kary Prezes Urzędu wziął przede wszystkim pod uwagę funkcję prewencyjną kar, w tym prewencję ogólną. Kara bowiem winna być ustalona tak, aby powstrzymać przedsiębiorcę stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. Zachodzi zatem konieczność wymierzenia kary o takiej wysokości, która zniechęci przedsiębiorców zajmujących się świadczeniem usług pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych do stosowania postanowień umownych sprzecznych z obowiązującym prawem, a tym samym zobliguje ich do bieżącego uaktualniania, stosowanych przez siebie wzorców.

Określając wagę podlegającego ocenie naruszenia należy zważyć, iż jego stosowanie ma miejsce na etapie zawierania kontraktu, jednak wpływa jednocześnie na etap wykonywania kontraktu. Naruszenie to stanowi nieuczciwą praktykę rynkową polegającą na zaniechaniu wprowadzającym w błąd, poprzez pominięcie istotnych informacji potrzebnych przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Podlegające ocenie wzorce umów znajdowały się w obrocie co najmniej od stycznia 2010 r. do co najmniej 15 września 2011 r. Uznać należy zatem, iż oceniana praktyka ma charakter długotrwały.

Oceniając powyższe, w tym poziom istotności informacji, o których mowa wyżej, należy ocenić, iż waga tego naruszenia odpowiada (*tajemnica przedsiębiorcy*) % łącznego przychodu Kancelarii za rok 2010. Tym samym kwota bazowa stanowiąca równowartość (*tajemnica przedsiębiorcy*) % przychodu uzyskanego przez Kancelarię wynosi 4.149,40 zł.

Ustalając wymiar kary, należało wziąć pod uwagę okoliczność aktywnego współdziałania Kancelarii z Prezesem Urzędu w zakresie ustalania stanu faktycznego w sprawie, co uzasadnia obniżenie poziomu wymiaru kary o 15%, tj. o kwotę 622,41 zł. Jednocześnie Kancelaria podjęła z własnej inicjatywy kroki w kierunku zaniechania

stosowania zarzucanej praktyki, co uzasadnia obniżenie poziomu wymiaru kary o 20%, tj. o kwotę 829,88 zł. Jednocześnie, za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu ustalając karę wziął pod uwagę okoliczność, iż stosowana przez Kancelarię praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów swoim zasięgiem obejmuje co do zasady teren całego kraju. Powyższe należy poczytać jako okoliczność obciążającą, tym samym uzasadniającą zwiększenie poziomu wymiaru kary o 20%, tj. o kwotę 829,88 zł. Łączny wpływ oddziaływania okoliczności łagodzących i obciążających na wymiar kary oznacza obniżenie poziomu wymiaru kary o 15%, tj. o kwotę 622,41,46 zł.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na Kancelarię karę w wysokości 3.527 zł. (słownie: trzy tysiące pięćset dwadzieścia siedem złotych), co odpowiada ok. (*tajemnica przedsiębiorcy*) % przychodu Kancelarii osiągniętego w 2010 r. i równocześnie stanowi (*tajemnica przedsiębiorcy*) % kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych Kancelarii. Prezes Urzędu uznał, że orzeczona kara prawidłowo spełni zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń w przyszłości zarówno przez Kancelarię, jak i przez innych przedsiębiorców wykonujących usługi w zakresie pośrednictwa w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów tejże ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 263 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2000 r., Nr 98, poz. 1071, ze zm.) – zwanej dalej: „k.p.a.” – w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia pism urzędowych.

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte z urzędu. W jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przez Kancelarię art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z prowadzoną w toku tego postępowania korespondencją. W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił obciążyć Kancelarię kwotą kosztów w wysokości 16,65 zł (słownie: szesnaście złotych 65/100).

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Zgodnie z art. 264 § 1 k.p.a., w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów koszty niniejszego postępowania Kancelaria obowiązana jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

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

Jednak w przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1 i 2 k.p.c., oraz art. 264 § 2 k.p.a., w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przysługuje zażalenie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie 7 dni od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury*

Barbara Romańczak-Graca

Otrzymuje:

Kancelaria Prawna Król i Partnerzy
Spółka Partnerska Adwokatów i Radców Prawnych