

## POSTANOWIENIE

Dnia 23 kwietnia 2015 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Dawid Miąsik

w sprawie z powództwa P. Spółki z o.o. w W.  
przeciwko Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów i nałożenie kary pieniężnej,  
na posiedzeniu niejawnym w Izbie Pracy, Ubezpieczeń Społecznych i Spraw  
Publicznych w dniu 23 kwietnia 2015 r.,  
na skutek skargi kasacyjnej strony powodowej od wyroku Sądu Apelacyjnego  
z dnia 27 maja 2014 r.,

- 1. odmawia przyjęcia skargi kasacyjnej do rozpoznania,**
- 2. zasądza od powoda na rzecz pozwanego kwotę 180 zł (sto osiemdziesiąt złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu kasacyjnym.**

### UZASADNIENIE

Sąd Apelacyjny wyrokiem z 27 maja 2014 r., zmienił wyrok Sądu Okręgowego w W. z 10 kwietnia 2013 r. w części dotyczącej okresu publikacji decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Prezes Urzędu) z 28 grudnia 2010 r., na stronie internetowej P. Sp. z o.o. (powód), a w pozostałej części oddalił apelację powoda.

Powód zaskarżył wyrok Sądu Apelacyjnego skargą kasacyjną w całości. Wnosząc o przyjęcie skargi kasacyjnej do rozpoznania powód powołał się na potrzebę rozstrzygnięcia następujących zagadnień prawnych: 1) czy odpowiednie stosowanie przepisu art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie

konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331, ze zm., uokik) na podstawie odesłania zawartego w art. 27 ust. 4 uokik oznacza, że nałożenie na przedsiębiorcę obowiązku publikacji decyzji Prezesa Urzędu na koszt przedsiębiorcy w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej jej zaniechanie, o której mowa w art. 27 ust. 2 uokik, jest możliwe w przypadku, w którym nie trwają już skutki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów?;

2) czy w przypadku, w którym reklama dotyczy ogólnej kategorii produktów, lecz może wprowadzać w błąd jedynie w zakresie konkretnego modułu produktu, zaś za przeciętnego konsumenta w rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206, upnpr) należy przyjąć osobę potencjalnie zainteresowaną zakupem tego konkretnego modelu produktu, czy też osobę potencjalnie zainteresowaną zakupem dowolnego produktu z danej ogólnej kategorii?;

3) czy zgodnie z art. 111 uokik w ramach uwzględniania stopnia i okoliczności naruszenia przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, wystarczy odniesienie się do generalnej kategorii naruszenia, czy też konieczne jest uwzględnienie przedmiotu reklamy oraz rzeczywistych i potencjalnych skutków naruszenia?

Prezes Urzędu w odpowiedzi na skargę kasacyjną powoda wniósł o wydanie postanowienia o odmowie przyjęcia jej do rozpoznania i zasądzenie kosztów zastępstwa procesowego.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Skarga kasacyjna powoda nie kwalifikowała się do przyjęcia celem jej merytorycznego rozpoznania.

W odniesieniu do pierwszego zagadnienia prawnego Sąd Najwyższy wypowiedział się już w wyroku z 9 kwietnia 2015 r., III SK 47/14. W przypadku praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przybierających postać nieuczciwych praktyk rynkowych nałożenie obowiązku publikacyjnego służy, w ocenie Sądu Najwyższego, usunięciu takich skutków, gdyż pozwala dotrzeć do konsumentów z informacją o dopuszczeniu się przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki. Informacja taka może stanowić dla konsumenta podstawę do wystąpienia

z roszczeniami z art. 12 upnpr, tym bardziej że ostateczna decyzja organu ochrony konsumentów stwierdzająca naruszenie uokik jest dla sądu powszechnego wiążąca (uchwała składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z 23 lipca 2008 r., III CZP 52/08). Ten praktyczny walor obowiązku publikacyjnego w zakresie usunięcia skutków naruszenia jest jednak ograniczony przez krótki termin przedawnienia roszczeń z upnpr, którego upływ może mieć znaczenie dla utrzymania tego obowiązku na etapie postępowania sądowego.

Niezależnie od powyższego, Sąd Najwyższy przyjął w powołanej powyżej sprawie III SK 47/14, mając na względzie ewolucję stanowiska doktryny, a także uwzględniając przeważającą linię orzeczniczą oraz odmienności między decyzjami wydawanymi na podstawie art. 26 i 27 uokik, że odpowiednie stosowanie art. 26 ust. 2 zd. 2 uokik w decyzjach wydawanych na podstawie art. 27 uokik upoważnia organ ochrony konsumentów do nałożenia na przedsiębiorcę obowiązku publikacyjnego niezależnie od stwierdzenia potrzeby usunięcia trwających skutków naruszenia. Jak trafnie wskazano w uzasadnieniach wyroków Sądu Apelacyjnego w Warszawie oraz Sądu Okręgowego w Warszawie, rozpowszechnienie decyzji pełni funkcję wychowawczą wobec konsumentów oraz funkcję prewencyjną wobec innych przedsiębiorców (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 19 grudnia 2007 r., VI ACA 1074/07, wyrok SOKiK z 26 stycznia 2010 r., XVII AMA 62/09).

Sąd Najwyższy w obecnym składzie uznaje, że nie zachodzi potrzeba rozstrzygnięcia drugiego zagadnienia prawnego, które zmierza do uszczegółowienia wykładni art. 2 pkt 8 upnpr. W kwestii pojęcia przeciętnego konsumenta Sąd Najwyższy wypowiedział się już wielokrotnie (w szczególności zob. wyroki Sądu Najwyższego z 21 kwietnia 2011 r., III SK 45/10, z 4 marca 2014 r., III SK 34/13, z 8 maja 2014 r., III SK 45/13). Poza problemem ustalenia wzorca przeciętnego konsumenta przynależącego do szczególnej grupy konsumentów, trudno sobie wyobrazić powstały na tle tego przepisu problem prawny, który można byłoby kwalifikować jako istotne zagadnienie prawne. Nie wyklucza to oczywiście formułowania zarzutów naruszenia art. 2 pkt 8 upnpr w podstawach skarg kasacyjnych. Nie mniej skarga kasacyjna nawiązująca do potrzeby wyjaśnienia pojęcia przeciętnego konsumenta w sprawach reklamowych i to jeszcze na rynku telekomunikacyjnym, nie zasługuje na przyjęcie do rozpoznania.

Nie ma również publicznoprawnej potrzeby przyjęcia skargi kasacyjnej z uwagi na konieczność rozstrzygnięcia trzeciego zagadnienia prawnego, ponieważ w kwestii wykładni i stosowania art. 111 uokik Sąd Najwyższy wypowiadał się już wielokrotnie, w szczególności w wyroku z 4 marca 2014 r., III SK 34/13, a ostatnio w wyrokach z 16 kwietnia 2015 r., III SK 24/14 oraz z 16 kwietnia 2015 r., III SK 42/14.

Mając powyższe na względzie Sąd Najwyższy orzekł jak w sentencji, stosownie do art. 398<sup>9</sup> k.p.c., o kosztach postępowania kasacyjnego orzekając na podstawie art. 102 k.p.c.