

Był konkurs, musi być rozstrzygnięcie

Firma nie może przesądzać w regulaminie, że **odwoła konkurs w dowolnym czasie, i to bez podania przyczyny**. Taka praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów i jest zakazana

Małgorzata Kryszkiewicz

TEZA Świadczenie firmy, która ogłosiła konkurs, polega na zorganizowaniu go i przeprowadzeniu. Odwołanie konkursu w dowolnym czasie, bez podania przyczyny, oznacza brak obowiązku spełnienia tego świadczenia.

STAN FAKTYCZNY Spółka z o.o. jako wydawca magazynu zorganizowała w okresie od 4 kwietnia do 28 maja 2012 r. konkurs promocyjny, którego zasady określone zostały w regulaminie.

Zamieszczono w nim postanowienia, które zakwestionowało przed sądem stowarzyszenie. Chodziło m.in. o zapisy: „Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do (...) odwołania Konkursu bez podania przyczyny” oraz „Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do (...) niewyłonienia zwycięzcy”.

UZASADNIENIE Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał, że te postanowienia kształtują prawa konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Stanowią więc klauzulę niedozwoloną. Sąd zakazał ich wykorzystywania w obrocie.

Sąd odnośnie do postanowienia o treści:

„Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do (...) odwołania Konkursu bez podania przyczyny (...)”, wskazał, że spełnia ono przesłanki art. 385³ pkt 10 kodeksu cywilnego. Zgodnie z nim w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które w szczególności uprawniają kontrahenta konsumenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie.

Ponadto postanowienie to spełnia przesłanki pkt 8 tego artykułu, uznającego za niedozwolone klauzule, które uzależniają spełnienie świadczenia od okoliczności zależnych tylko od woli przedsiębiorcy.

Świadczenie spółki polega w tym wypadku na zorganizowaniu i przeprowadzeniu konkursu. Odwołanie konkursu w dowolnym czasie, bez podania przyczyny, oznacza brak obowiązku spełnienia tego świadczenia.

Pozwana spółka nie sprecyzowała przy tym we wzorcu żadnych okoliczności, które ograniczałyby możliwość wprowadzenia tak dalekich zmian. Zgodnie z treścią zapisu konsumenci przystępujący do konkursu i wcześniej spełniający określone w regulaminie świadczenia nie mają pewności, czy konkurs o-

stanie przeprowadzony do końca, a także od jakich okoliczności zależy jego odwołanie.

Postanowienie to należy więc ocenić jako sprzeczne z dobrymi obyczajami oraz naruszające interesy konsumentów, ponieważ jego treść prowadzi do nadużywania przez przedsiębiorcę swojej dominującej pozycji wobec konsumenta, który zgłosił udział w konkursie.

Przyznanie sobie przez spółkę uprawnienia do odwołania konkursu bez podania przyczyny jest działaniem nieuczciwym i nierzetelnym wobec uczestnika konkursu, który zdecydował się na udział w nim z nadzieją otrzymania nagrody w postaci aparatu fotograficznego oraz możliwość bezpłatnego wypożyczenia aparatu i wykonania zdjęć.

Jeżeli chodzi o postanowienie o treści: „Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do (...) niewyłonienia zwycięzcy”, to sąd uznał, że spełnia ono przesłanki niedozwolonego postanowienia umownego, albowiem w sposób sprzeczny z prawem umożliwia spółce dokonanie zmian wcześniej uzgodnionych zasad konkursu bez uprzedniego powiadomienia uczestnika o takich zmianach.

Podobnie jak pierwszy zapis wzorca umowy po-

Komentarz eksperta

Umowa czy przyrzeczenie publiczne



DAWID MIELCARSKI

adwokat
Kancelaria KSP Legal & Tax Advice w Katowicach

Uznanie, że regulamin konkursu zawiera niedozwolone klauzule umowne w rozumieniu art. 385³ k.c., wymaga uprzedniej odpowiedzi na pytanie o charakter prawny konkursu. Możliwe są dwa podejścia: 1) konkurs (będący elementem promocji przedsiębiorcy) stanowi przyrzeczenie publiczne w rozumieniu art. 919 par. 1 i 2 k.c., 2) stosunek prawny powstały na podstawie regulaminu konkursu między jego organizatorem a uczestnikami jest formą umowy. Uznanie konkursu za przyrzeczenie publiczne wyklucza ocenę regulaminu pod kątem występowania w nim klauzul abuzywnych.

Moim zdaniem w uzasadnieniu wyroku brakuje argumentacji wyjaśniającej, dlaczego sąd przychylił się do uznania regulaminu konkursu za formę umowy, a nie przyrzeczenia publicznego. Co prawda SN w wyroku z 20 stycznia 2011 r. (sygn. akt I CKS 219/00) w głośnej sprawie dotyczącej programu Vitay prowadzonego przez PKN Orlen uznał, że regulamin (w konkretnym przypadku regulamin promocji) jest rodzajem wzorca umownego i dopuszczalne jest badanie jego zapisów pod kątem istnienia w nich lub nie klauzul niedozwolonych, jednak uzasadnienie tego wyroku nie rozstrzyga w sposób jednoznaczny tego problemu. Ponadto istnieją orzeczenia SOKiK, w których uznano akcję promocyjną za przyrzeczenie publiczne, a nie umowę (np. wyrok z 20 maja 2013 r., sygn. akt XVII AmC 1555/12).

stanowienie to spełnia przesłanki art. 385³ pkt 10 k.c.

Tym samym uczestnik konkursu przystępując do niego i spełniając swoją część zobowiązania, nie wie, czy zwycięzca w ogóle zostanie wyłoniony. Nie wie również, od cze-

go uzależnione jest, zastrzeżone wyłącznie dla pozwanej, uprawnienie do niewyłonienia zwycięzcy.

Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, sygn. akt XVII AmC 4313/12