

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 18. 01. 2006r.

RKT – 61 – 20/06/AD

DECYZJA Nr RKT - 05 /2006

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Teresie H. D., prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Metalopolis 1 w Katowicach, (...), polegającą na zawieraniu z konsumentami umów na odległość za pośrednictwem Internetu,
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez nieinformowanie konsumentów o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy oraz o numerze, pod którym działalność tą zarejestrowano, wbrew obowiązkowi określonymu w art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)
i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

II. Na podstawie art. 23 e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów,** praktyki polegające na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez:

1. Nieinformowanie konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);
2. Nieinformowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 22. 09. 2005r.

III. Na podstawie art. 100 e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów mając na uwadze ważny interes konsumentów nadaje się decyzji w zakresie punktu I **rygor natychmiastowej wykonalności.**

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się zobowiązać Teresę H. D., prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą

Metalopolis 1, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 71 zł (słownie: siedemdziesiąt jeden złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez Teresę H. D., prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Metalopolis 1 w Katowicach (zwaną dalej przedsiębiorcą). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie <http://metalopolis.pl>, za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej uonpk), a poprzez to do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej dalej także ustawą antymonopolową). Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że do naruszenia przez przedsiębiorcę art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej mogło dojść w wyniku niedopełnienia przez niego obowiązków wskazanych w uonpk, w związku z czym, postanowieniem nr 1 z dnia 30. 06. 2005r. (karta nr 3) organ antymonopolowy wszczął niniejsze postępowanie pod zarzutami naruszenia:

- art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk w wyniku nieinformowania konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, jak również o numerze, pod jakim przedsiębiorca został zarejestrowany,
- art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk w wyniku nieinformowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy.

W toku niniejszego postępowania, w załączeniu do pisma z dnia 22. 09. 2005r. (karta nr 43) przedsiębiorca przesłał dokumenty rejestrowe (karty nr 45 – 46), faktury VAT wystawione konsumentom w związku z zawarciem umów na odległość (karty nr 47 – 52), wydruk informacji zamieszczonych na stronie internetowej, za pośrednictwem której zawierane są umowy na odległość z konsumentami (karty nr 53 – 58). W załączeniu do pisma z dnia 15. 11. 2005r. (karta nr 72) przesłano wydruk wzoru formularza zamówienia (karty nr 73 – 74) oraz elektroniczne potwierdzenia złożenia zamówień przesłane do konsumentów (karty nr 75 – 78).

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte pod sygnaturą RKT-61-75/05/AD, a w 2006r. prowadzono je pod sygnaturą RKT-61-20/06/AD.

Organ antymonopolowy ustalił, co następuje.

Teresa H. D. prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Metalopolis 1 w Katowicach na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Katowice pod numerem (...) (karta nr 9). W ramach prowadzonej przez nią działalności, za pośrednictwem strony internetowej o adresie <http://metalopolis.pl>, zawierane są umowy sprzedaży na odległość z konsumentami. W toku kontroli witryn internetowych przeprowadzonej przez organ antymonopolowy ustalono, że przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawieraniem umów o swoim imieniu i nazwisku, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod jakim tego dokonano (karty nr 11, 13, 15 – 17), a także o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od wydania rzeczy (karty nr 15 – 17). W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca dokonał modyfikacji treści zapisów zawartych na stronie internetowej, za pośrednictwem której zawiera umowy z konsumentami. W załączeniu do pisma z dnia 22. 09. 2005r. (karta nr 43) przesłany został wydruk strony internetowej zawierającej informacje na temat zakupów w

sklepie prowadzonym przez przedsiębiorcę, na której zamieszczono zmienione zapisy (karty nr 56 – 58). Wśród informacji, z którymi mogą zapoznać się konsumenci zamieszczono zapis mówiący o możliwości zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty odebrania przesyłki (karta nr 56). Na stronie internetowej o adresie <http://metalopolis.pl>, w części poświęconej reklamacjom i zwrotom (karta nr 56) oraz w części zawierającej dane kontaktowe (karta nr 57) zamieszczono także imię i nazwisko przedsiębiorcy. Analiza wydruku informacji zamieszczonych na stronie internetowej przedsiębiorcy wykazała, że nie znalazły się wśród nich dane dotyczące organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy oraz numeru, pod jakim tego dokonano (karty nr 53 – 58).

W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.

Do umów zawieranych na odległość stosuje się przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Umowy zawierane z konsumentami bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na w/w regulację zawartą w art. 6 ust. 1 uonpk, aby daną umowę zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać spełnione następujące przesłanki:

- stronami umowy muszą być konsument i przedsiębiorca,
- umowa musi być zawarta przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość,
- umowa musi zostać zawarta w w/w sposób w ramach tak zorganizowanej działalności przedsiębiorcy.

Z powyższego wynika, że przedsiębiorca i konsument nie mogą jednocześnie pozostawać w tym samym miejscu, a ich kontakt musi następować z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, np. z wykorzystaniem poczty elektronicznej. By umowa podlegała regulacji ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, musi zostać zawarta z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, jeśli przedsiębiorca w taki sposób zorganizował swoją działalność, tj. przynajmniej część umów zawiera normalnie w ten sposób. Ustawodawca nałożył na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość rozbudowane obowiązki informacyjne. W art. 9 ust. 1 uonpk określono obowiązki poprzedzające zawarcie umowy. W myśl tego przepisu przedsiębiorca jest obowiązany do przedstawienia m. in. danych identyfikujących go oraz określających najistotniejsze kwestie związane z zawieraną umową, jej przedmiotem, sposobem i terminem realizacji, prawem do odstąpienia.

Art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że „1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów”.

By doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki tj.:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Pierwsza przesłanka zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy nie dopełnia on ciężącego na nim obowiązku. Druga z przesłanek jest spełniona, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni interesy ogółu konsumentów, większej ich grupy. Ustawa antymonopolowa w odniesieniu do konsumentów chroni interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się zidentyfikować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

W przypadku, gdy dochodzi do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy na mocy art. 23 c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy i nakazuje zaniechanie jej stosowania. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, stosownie do art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą zaniechanie stosowania określonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

I.

Informacje dotyczące umów zawieranych przez Teresę H. D. z konsumentami na odległość z wykorzystaniem Internetu zostały przedstawione na stronie internetowej w/w przedsiębiorcy pod adresem <http://metalopolis.pl>. W przedmiotowej witrynie zamieszczono wiadomości dotyczące przedsiębiorcy oraz umów zawieranych przez niego za pośrednictwem Internetu. Wśród nich nie zamieszczono nazwy organu, który zarejestrował działalność gospodarczą Teresy H. D., ani numeru, pod jakim przedsiębiorca figuruje w ewidencji działalności gospodarczej (karty nr 15 – 17 i 53 – 58). Niedopełnienie obowiązku poinformowania konsumenta o organie rejestrowym i numerze, pod jakim przedsiębiorca został wpisany do właściwego rejestru, stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk, który nakłada na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość obowiązek poinformowania o powyższym najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, a więc jeszcze przed powstaniem stosunku prawnego. Konsekwencją tego, że przedsiębiorca nie spełnił ciężącego na nim ustawowego obowiązku informacyjnego jest to, że jego działanie zostało uznane za bezprawne. Naruszenie obowiązku określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk doprowadziło również do niedopełnienia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o jakim mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Informacja o organie rejestrowym i numerze, pod jakim przedsiębiorca jest wpisany do właściwego rejestru ułatwia jego pełną identyfikację, sprawdzenie, czy dane, którymi konsument dysponuje są prawdziwe, a w przypadku ewentualnych zmian umożliwia uzyskanie zaktualizowanych informacji. Wiedza, o tym, kto jest drugą stroną kontraktu jest wiedzą podstawową, a jednocześnie niezbędną. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość i wystąpienia na drogę sądową, konieczne będzie wskazanie danych precyzyjnie określających przedsiębiorcę. Brak wiadomości w w/w zakresie uniemożliwia weryfikację danych wskazanych przez przedsiębiorcę, a tym samym godzi w interesy konsumentów.

Teresa H. D. swoimi działaniami naruszyła zbiorowe interesy konsumentów, gdyż praktyka przez nią stosowana była wymierzona w nieoznaczoną, szeroką grupę konsumentów, której skład osobowy oraz liczebność ulega ciągłym zmianom. Na tej podstawie ustalono, że przedsiębiorca, nie wykonując nakazu określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk, dopuścił się naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

II.

1. Aby stwierdzić, że doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki. Po pierwsze określone

działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności, po drugie musi ono godzić w zbiorowe interesy konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca nie informował konsumentów o swoim imieniu i nazwisku (karty nr 15 – 17), w wyniku czego doszło do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk. Zgodnie z w/w przepisem przedsiębiorca, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, a więc przed nawiązaniem stosunku prawnego, jest obowiązany do przedstawienia w/w informacji. Konsekwencją niedopełnienia ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku jest to, że jego działanie zostało uznane za bezprawne. Skutkiem niespełnienia wskazanego obowiązku było również naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji określonego w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Imię i nazwisko to podstawowe dane służące identyfikacji nie tylko przedsiębiorcy, ale każdego podmiotu uczestniczącego w obrocie prawnym. Znajomość imienia i nazwiska określonego podmiotu jest niezbędna w przypadku wystąpienia konieczności sprawdzenia danych dotyczących kontrahenta we właściwym rejestrze przedsiębiorców, w przypadku chęci wystąpienia przeciwko przedsiębiorcy na drogę sądową. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego określonego w tym punkcie decyzji powoduje, że interesy konsumentów zostały naruszone. Teresa H. D. swoimi działaniami naruszyła zbiorowe interesy konsumentów, gdyż praktyka przez nią stosowana była wymierzona w nieoznaczoną, liczną grupę konsumentów, zarówno tych, którzy zawarli już umowy, jak i jej potencjalnych kontrahentów. W związku z powyższym należało orzec, że przedsiębiorca nie spełniając nakazu określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk dopuścił się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca przekazał wydruk informacji dotyczących zawieranych przez niego umów przez Internet (karty nr 53 – 58), wśród których, w części poświęconej reklamacjom i zwrotom (karta nr 56) oraz w części zawierającej dane kontaktowe (karta nr 57) wskazano imię i nazwisko przedsiębiorcy. Przedsiębiorca wykazał, że powyższe dane były zamieszczone na stronie internetowej, za pośrednictwem której zawiera umowy z konsumentami dnia 22. 09. 2005r., z uwagi na co uznano, że z tym dniem doszło do zaniechania stosowania praktyki określonej w niniejszym punkcie decyzji.

2. Na mocy art. 7 ust. 1 uonpk konsument, który zawarł umowę na odległość może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od wydania rzeczy. W art. 10 ust. 3 uonpk wymieniono wyjątki od tej reguły. Uwzględniając charakter prowadzonej przez Teresę H. D. działalności oraz fakt, że przedmiotem zawieranych przez nią umów są płyty i kasyety z nagraniami muzycznymi oraz czasopisma (karty nr 15 i 53), w niniejszym przypadku zastosowanie znajdzie art. 10 ust. 3 pkt 2 w/w ustawy, zgodnie z którym prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadku, gdy przedmiotem świadczenia są nagrania audialne i wizualne oraz zapisane na nośnikach programy komputerowe po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania oraz art. 10 ust. 3 pkt 6 uonpk, na mocy którego prawo do odstąpienia konsumenta od umowy zawartej na odległość zostaje wyłączone w przypadku umowy dotyczącej dostarczania prasy. Art. 9 ust. 1 pkt 6 w/w ustawy nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o prawie odstąpienia od umowy oraz o okolicznościach niweczących możliwość skorzystania z niego, czego należy dokonać najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy. Analiza zapisów zawartych na stronie internetowej przedsiębiorcy wykazała, że konsumenci nie byli informowani o możliwości odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty wydania przedmiotu umowy, ani o wyjątkach od powyższego prawa (karty nr 15 – 17). Z uwagi na powyższe należało stwierdzić, że niniejsze działanie przedsiębiorcy było niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk, a poprzez to bezprawne. W wyniku naruszenia obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk przedsiębiorca dopuścił się także naruszenia art. 23 a ust. 2 ustawy antymonopolowej, zgodnie z którym praktyką naruszającą zbiorowe interesy

konsumentów jest naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość stanowi fundament ochrony ich interesów przy zawieraniu umów na odległość. By uprawnienie to mogło zostać zrealizowane, konsumenci muszą posiadać odpowiednią wiedzę, a tą ma zapewnić informacja przekazywana przez przedsiębiorcę. Teresa H. D. nie informowała konsumentów o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni od wydania rzeczy oraz o obowiązujących w tym zakresie wyjątkach, w wyniku czego doszło do naruszenia interesów konsumentów. Brak świadomości o tym, że istnieje możliwość odstąpienia od umowy powoduje, że konsument nie skorzysta z przysługującego mu uprawnienia. Nie zapewniając odpowiedniej informacji przedsiębiorca faktycznie ograniczał prawo konsumentów do odstąpienia od umowy. Jednocześnie brak wymaganej wzmianki na temat wyjątków od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość, np. wskazówki, że odstąpienie nie będzie możliwe w przypadku usunięcia z nośnika jego oryginalnego opakowania, prowadzi do tego, że konsument nie mając świadomości konsekwencji, jakie mogą wywołać jego działania, zostanie pozbawiony prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Z uwagi na charakter prowadzonej przez Teresę H. D. działalności, jej zachowanie wskazane w niniejszym punkcie decyzji godziło w zbiorowe interesy szerokiej grupy konsumentów, obecnych oraz wszystkich potencjalnych klientów przedsiębiorcy. Z uwagi na to należało stwierdzić, że praktyka stosowana przez przedsiębiorcę naruszała zbiorowe interesy konsumentów. W związku z tym orzeczono, że w niniejszym przypadku został naruszony art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca zamieścił na stronie internetowej o adresie <http://metalopolis.pl> informację o następującej treści: „Zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów w Metalopolis możecie Państwo zrezygnować bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki. Nie dotyczy to przypadków, gdy z towaru zostało usunięte oryginalne opakowanie, produkt został zniszczony lub skopiowany. Gwarancja zwrotu nie dotyczy również prasy” (karta nr 56). Zgodnie z regulacją przyjętą w uonpk konsument może odstąpić od umowy w dziesięciodniowym terminie liczonym od dnia wydania rzeczy. W niniejszym przypadku zastrzeżono, że termin ten jest liczony od daty odebrania przesyłki, co jest zgodne z w/w regulacją ustawową. W art. 10 ust. 3 uonpk określono wyjątki od powyższej reguły. Zgodnie z art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania. W regulacji wprowadzonej w życie przez Teresę H. D. wyszczególniono również, że odstąpienie nie jest możliwe, gdy produkt został zniszczony lub skopiowany. Należy jednak uznać, że zapis ten nie rozszerza wyjątku przewidzianego ustawą, gdyż zniszczenie produktu lub jego skopiowanie łączy się z pozbawieniem go oryginalnego opakowania. Przedsiębiorca udowodnił, że analizowany zapis był dostępny dla konsumentów odwiedzających stronę internetową sklepu dnia 22. 09. 2005r. (karty nr 43, 54). W związku z powyższym należało uznać, że Teresa H. D. stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz że w w/w terminie doszło do zaniechania jej stosowania.

III. Art. 100 e ustawy antymonopolowej umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygору natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość, których specyfika polega na tym, że strony nie są jednocześnie obecne w miejscu zawierania umowy, co znacznie ogranicza możliwość bezpośredniego zapoznania się z jej przedmiotem. Konsekwencją powyższego sposobu zawierania umów jest zwiększone ryzyko, że zakupiony towar nie będzie odpowiadał umowie. Interes konsumentów przemawia za tym, aby dysponowali oni potwierdzeniem wszystkich informacji dotyczących przedsiębiorcy oraz

postanowień umowy, co może ułatwić np. dochodzenie roszczeń powstałych na tle umowy zawartej na odległość przed sądem. Z uwagi na przedmiotowe zagrożenie interesu konsumentów, nadanie punktowi I decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, jest uzasadnione. Stąd orzeczono jak w punkcie III niniejszej decyzji.

IV. Zgodnie z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 72 ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty tego postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Teresę H. D., prowadzącą działalność pod nazwą Metalopolis 1, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w punkcie I i II sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją prowadzoną z przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 71 zł (słownie: siedemdziesiąt jeden złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

Na postanowienie zawarte w punkcie IV niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z 479²⁸ § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral