



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dnia 19 lipca 2010r.

RKT – 61 – 25/09/AD

DECYZJA Nr RKT -15 / 2010

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.), § 2 pkt 4 i § 5 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Bogdanowi K. prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysławowi G. prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzącym działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B.:

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** stosowaniu w dokumentach „Regulamin sklepu internetowego www.3kropki.pl” oraz „Pomoc” zamieszczonych na stronie internetowej www.3kropki.pl następującego postanowienia: „(...) *prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego(...)*”, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 3 i 17 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 z późn. zm.), co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**
- II. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** stosowaniu w „Regulaminie sklepu internetowego www.3kropki.pl” postanowienia wzorca umowy, które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17

listopada 1964r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.), którego treść jest następująca: „*Mimo dołożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane dane techniczne nie zawierają uchybień i błędów, które nie mogą być podstawą do roszczeń. (...)*”, co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

III. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 10 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 z późn. zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

IV. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 10 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 z późn. zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

V. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat zasad zapłaty ceny, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 4 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 z późn. zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

VI. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat terminu dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 5 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 z późn. zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

VII. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat imion i nazwisk przedsiębiorców oraz organu rejestrowego obu przedsiębiorców, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z 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 z późn. zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 4 grudnia 2009r.**

VIII. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B., **polegającą na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 6 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 z późn. zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 4 grudnia 2009r.**

IX. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Bogdana K. działającego pod oznaczeniem Bogdan K. – 3 Dots.pl karę pieniężną, za zapłatę której odpowiada on solidarnie z Przemysławem G., w wysokości:

1. 3 196 zł (słownie: trzech tysięcy stu dziewięćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji,
 2. 2 739 zł (słownie: dwóch tysięcy siedmiuset trzydziestu dziewięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji,
 3. 5 478 zł (słownie: pięciu tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III – VI sentencji niniejszej decyzji,
 4. 4 109 zł (słownie: czterech tysięcy stu dziewięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie VII - VIII sentencji niniejszej decyzji.
- X. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Przemysława G. działającego pod oznaczeniem 3DOTS.PL Przemysław G. karę pieniężną, za zapłatę której odpowiada on solidarnie z Bogdanem K., w wysokości:
1. 3 196 zł (słownie: trzech tysięcy stu dziewięćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji,
 2. 2 739 zł (słownie: dwóch tysięcy siedmiuset trzydziestu dziewięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji,
 3. 5 478 zł (słownie: pięciu tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III – VI sentencji niniejszej decyzji,
 4. 4 109 zł (słownie: czterech tysięcy stu dziewięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie VII - VIII sentencji niniejszej decyzji.
- XI. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Bogdana K. działającego pod oznaczeniem Bogdan K. – 3 Dots.pl kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 12,75 zł (słownie: dwunastu złotych siedemdziesięciu pięciu groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, za zapłatę których odpowiada on solidarnie z Przemysławem G.

XII. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Przemysława G. działającego pod oznaczeniem 3DOTS.PL Przemysław G. kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 12,75 zł (słownie: dwunastu złotych siedemdziesięciu pięciu groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, za zapłatę których odpowiada on solidarnie z Bogdanem K.

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także Prezesem Urzędu) przeprowadzono postępowanie wyjaśniające (RKT-403-43/09/AD), w sprawie działalności Bogdana K. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Bogdan K. – 3 Dots.pl oraz Przemysława G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą 3DOTS.PL Przemysław G., prowadzących działalność gospodarczą wspólnie w ramach spółki cywilnej o nazwie 3Dots.pl Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. w B. (zwanymi dalej także spółką lub przedsiębiorcami), w toku którego powzięto podejrzenie, że mogą oni stosować praktyki wskazane w sentencji niniejszej decyzji. W tych okolicznościach sprawy konieczne stało się wszczęcie przeciwko ww. przedsiębiorcom postępowania administracyjnego, co uczyniono postanowieniem nr 1 z dnia 25 listopada 2009r. (dowód: karty nr 1 – 2). Postanowieniem nr 2 z tej samej daty (dowód: karta nr 5) w poczet dowodów zaliczono materiały zgromadzone w toku ww. postępowania wyjaśniającego (dowód: karty nr 7 – 45).

W czasie trwania niniejszego postępowania administracyjnego spółka ustosunkowała się do postawionych jej zarzutów w pismach z dnia 4 grudnia 2009r. (dowód: karty nr 46 - 48), 28 stycznia 2010r. (dowód: karta nr 64) oraz 12 kwietnia 2010r. (dowód: karta nr 79) oraz 26 kwietnia 2010r. (dowód: karty nr: 87 – 88).

Po przeprowadzeniu postępowania dowodowego, pismem z dnia 4 maja 2010r. przedsiębiorcy zostali poinformowani o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 102), a w wyznaczonym terminie nie skorzystali oni z prawa do zapoznania się z nim.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Bogdan K. prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej Wójta Gminy W. pod numerem 2656 pod oznaczeniem K. Bogdan – 3 Dots.pl (dowód: karta nr 24).

Przemysław G. prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej Prezydenta Miasta B. pod numerem 54102 pod oznaczeniem 3DOTS.PL Przemysław G. (dowód: karta nr 24).

Obaj przedsiębiorcy prowadzą działalność wspólnie, w ramach spółki cywilnej o nazwie 3 Dots PL Spółka Cywilna Przemysław G. & Bogdan K. utworzonej na mocy umowy z dnia 1 marca 2004r. (dowód: karty nr 25 – 28, 30).

Przedsiębiorcy prowadzą sklep internetowy pod adresem www.3kropki.pl (dowód: karty nr 9 – 18), w którym prowadzą sprzedaż detaliczną komputerów, urządzeń peryferyjnych oraz oprogramowania, a także sprzedaż innych nowych wyrobów, w tym artykułów elektronicznych i biurowych (dowód: karty nr 23 – 25).

Przy zawieraniu umów sprzedaży w rozważanym sklepie zastosowanie znajduje „Regulamin sklepu internetowego www.3kropki.pl” (zwany dalej regulaminem, dowód: karty nr 13 verte – 14), który obowiązuje od maja 2004r. (dowód: karta nr 18). Zasady zawierania umów zostały opisane również w dokumencie pt. „Pomoc” (dowód: karty nr 10 verte – 13).

W pkt. 14 regulaminu zawarto postanowienie o treści „*Mimo dolożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane dane techniczne nie zawierają uchybień i błędów, które nie mogą być podstawą do roszczeń. (...)*” (dowód: karta nr 14).

W regulaminie sklepu w wersji dostępnej na stronie internetowej sklepu dnia 12 października 2009r. (dowód: karta nr 45) w pkt. 15 było zawarte postanowienie cytowane powyżej jako klauzula pochodząca z pkt. 14.

W piśmie z dnia 4 grudnia 2009r. (dowód: karty nr 46 – 48) stanowiącym odpowiedź na zawiadomienie o wszczęciu niniejszego postępowania administracyjnego przedsiębiorcy zaznaczyli, że usuną postanowienie pochodzące z 14, a według nowej numeracji z 15 punktu regulaminu.

Pomimo złożonej deklaracji, oględziny strony internetowej sklepu pozwoliły ustalić, że kwestionowane postanowienie wciąż znajdowało się w obrocie (dowód: karta nr 76 verte).

W pkt. 16 (według początkowo obowiązującej numeracji) regulaminu zastrzeżono, że „*Gwarancja, oraz **prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego.** Dlatego zawsze przed odebraniem przesyłki z poczty lub od kuriera należy sprawdzić, czy opakowanie nie uległo uszkodzeniu w transporcie. W szczególności należy zwrócić uwagę na stan taśm lub plomb naklejonych na przesyłkę. W przypadku, gdy opakowanie przesyłki nosi znamiona uszkodzenia lub, gdy plomby (taśmy) są zerwane należy nie przyjmować przesyłki i w obecności kuriera sporządzić protokół szkody oraz skontaktować się jak najszybciej ze sprzedawcą w celu wyjaśnienia sprawy. Sprawdzenie przesyłki przy odbiorze jest niezbędnym warunkiem uwzględnienia ewentualnych roszczeń Klienta z tytułu uszkodzenia czy okradzenia przesyłki w transporcie.*” (dowód: karta nr 14).

W końcowej części dokumentu „Pomoc” przedsiębiorcy powtórzyli ww. zastrzeżenia z pkt. 16 „Regulaminu” (dowód: karta nr 13), a ponadto uzupełnili je o następujące informacje: *Wszystkie pozycje w naszej ofercie objęte są gwarancją jakości dostawy – co oznacza, że mają państwo prawo do bezpłatnej pomocy technicznej dystrybutora. We wszelkich przypadkach reklamacyjnych prosimy o kontakt z Biurem Obsługi Klienta 3kropki.pl.*

Jeśli po otwarciu pudełka stwierdzą Państwo brak jakiegokolwiek elementu prosimy o kontakt z Biurem Obsługi Klienta.3kropki.pl.

Reklamacja musi zostać odesłana do siedziby 3kropki.pl za pośrednictwem poczty polskiej na koszt nadawcy”.

Ani „Pomoc”, ani regulamin nie obejmowały żadnych, poza wyżej cytowanymi, odniesień do kwestii zgłaszania informacji na temat nieprawidłowości dotyczących otrzymanego towaru, tj. składania reklamacji w związku z niezgodnością towaru z umową, w tym na temat miejsca i sposobu jej składania. Informacji na ten temat nie zamieszczono także w żadnym innym miejscu na stronie internetowej sklepu www.3kropki.pl (dowód: karty nr 9 – 17)

W piśmie z 7 października 2009r. (dowód: karta nr 20) przedsiębiorcy wyjaśnili, że jeśli w sytuacji, gdy kupujący odbierze towar dostarczony w stanie nienaruszonym i okaże się, że jest on dotknięty wadami, wówczas konsument powinien skorzystać z uprawnień przewidzianych w ustawie z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 z późn. zm., zwanej dalej także ustawą o sprzedaży konsumenckiej).

Odnośnie zasad składania reklamacji w dokumencie „Pomoc” w wersji obowiązującej od dnia 7 października 2009r. zamieszczono następujące zastrzeżenie: *„Prosimy o przesyłanie reklamacji za pośrednictwem poczty polskiej do siedziby sklepu 3kropki.pl na koszt nadawcy. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona wszystkie poniesione koszty zostaną zwrócone.”* (dowód: karta nr 39), które zastąpiło nakaz o treści: *„Reklamacja musi zostać odesłana do siedziby 3kropki.pl za pośrednictwem poczty polskiej na koszt nadawcy.”* (dowód: karta nr 13).

W regulaminie w wersji dostępnej na stronie internetowej sklepu od dnia 12 października 2009r. (dowód: karta nr 45) oprócz regulacji zawartej pierwotnie w pkt. 16, a później w 17, dodano pkt. 18 zawierający następujące postanowienie: *„Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z dnia 27 lipca 2002r. Klient traci uprawnienia określone w w/ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi sklepu o tym fakcie.(...)”*.

W piśmie z dnia 4 grudnia 2009r. (dowód: karty nr 46 – 48) stanowiącym odpowiedź na zawiadomienie o wszczęciu niniejszego postępowania administracyjnego przedsiębiorcy wyjaśnili, że postanowienie o treści *„(...) oraz prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego (...).”* zostaje zastąpione postanowieniem o brzmieniu: *„(...) prawo odstąpienia od umowy nie obowiązuje, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego, chyba że winę za powstanie uszkodzenia ponosi przewoźnik i okoliczność ta została udokumentowana spisaniem protokołu (...).”*

Okoliczność zawarcia umowy przedsiębiorcy potwierdzają w ten sposób, że oprócz przesłania wiadomości elektronicznej, wystawiają alternatywnie, w zależności od woli klienta, faktury VAT lub paragony (dowód: karta nr 19).

Przedstawione w toku niniejszego postępowania faktury VAT nie zawierają informacji na temat:

- imion i nazwisk przedsiębiorców oraz organu rejestrowego obu przedsiębiorców,
- terminu dostawy,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków,
- miejsca i sposobu składania reklamacji (dowód: karty nr 34 – 36).

Przesłane przez przedsiębiorców paragony wystawione konsumentom nie zawierają natomiast informacji na temat:

- imion i nazwisk przedsiębiorców oraz organu rejestrowego obu przedsiębiorców,
- terminu dostawy,
- zasad zapłaty ceny,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków,
- miejsca i sposobu składania reklamacji (dowód: karta nr 37).

Odnosząc się do treści potwierdzeń wystawianych konsumentom w związku z zawieraniem z nimi umowami sprzedaży, przedsiębiorcy poinformowali w piśmie z dnia 4 grudnia 2009r. (dowód: karty nr 46 verte – 47), że do każdej przesyłki zawierającej

zamówiony towar oraz dokument sprzedaży, czyli fakturę VAT lub paragon, będzie dołączony dokument pt. „Informacje dla klienta”, w którym zostaną podane imiona i nazwiska przedsiębiorców wraz z informacjami o ich wpisach do ewidencji działalności gospodarczej oraz informacje na temat prawa odstąpienia konsumentów od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków od tego prawa. Ww. dokument miałby zawierać także informacje na temat terminu dostawy o treści: „Czas dostarczenia przesyłki przez Poczta Polską wynosi zazwyczaj 3 do 6 dni roboczych od chwili nadania paczki, w przypadku paczek priorytetowych od 1 do 3 dni roboczych. Czas dostarczenia przesyłki przez GLS wynosi 24 godziny od momentu nadania przesyłki (tylko dni robocze), tym samym przesyłka kurierska wysłana w piątek zostanie doręczona w poniedziałek.”

Nowoopracowany dokument miałby zawierać ponadto informacje na temat zasad zapłaty ceny o treści: „Sposoby zapłaty

Klient ma do wyboru opisane poniżej sposoby płatności:

- *za pobraniem – w przypadku, gdy towar jest wysyłany przez kuriera lub pocztą; za towar płacą Państwo w chwili odbioru przesyłki.*

- *płatność kartą kredytową / przelewy bankowe jest obsługiwana przez system Przelewy24.pl, po naciśnięciu przycisku >kliknij aby zapłacić< zostaną Państwo przekierowani w bezpiecznym połączeniu na strony Przelewy24.pl gdzie należy wybrać rodzaj płatności i postępować zgodnie z instrukcjami na stronie – numery karty oraz numery kont nigdy nie są przekazywane ani przechowywane przez serwer obsługujący sklep 3kropki.pl.*

Po prawidłowym opłaceniu zamówienia status zamówienia automatycznie zostaje zmieniony na opłacone.

- *mTransfer – zamówienie można opłacić w wygodny sposób korzystając z usługi mTransfer, warunkiem skorzystania z tego rodzaju płatności jest posiadanie konta w mBanku. Po prawidłowym opłaceniu zamówienia status zamówienia zostaje zmieniony na opłacone.*

- *przelew potwierdzony – Status zamówienia ulegnie zmianie na opłacone w momencie odnotowania wpłaty na koncie sklepu 3kropki.pl”.*

Odnośnie natomiast miejsca i sposobu składania reklamacji w dołączanych do faktur VAT oraz paragonów dokumentów przedsiębiorcy zamierzali wprowadzić następującą informację: „Wszystkie pozycje w naszej ofercie objęte są gwarancją jakości dostawy – co oznacza, że mają Państwo prawo do bezpłatnej pomocy technicznej dystrybutora. We wszystkich przypadkach reklamacyjnych prosimy o kontakt z Biurem Obsługi Klienta 3kropki.pl.

Jeśli po otwarciu przesyłki stwierdzą Państwo brak jakiegokolwiek elementu prosimy o kontakt z Biurem Obsługi Klienta 3kropki.pl.

Prosimy o przesyłanie reklamacji za pośrednictwem poczty polskiej na adres Biura Obsługi Klienta na koszt dostawcy.

Jeżeli reklamacja jest uzasadniona wszystkie poniesione koszty zostaną zwrócone.

Gwarancja, oraz prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego, chyba że uszkodzenie to zostało spowodowane przez dostawcę / przewoźnika. Dlatego zawsze przed odebraniem przesyłki z poczty lub od kuriera należy sprawdzić, czy opakowanie nie uległo uszkodzeniu w transporcie. W szczególności należy zwrócić uwagę na stan taśm lub plomb naklejonych na przesyłkę. W przypadku, gdy opakowanie przesyłki nosi znamiona uszkodzenia lub, gdy plomby (taśmy) są zerwane należy nie przyjmować przesyłki i w obecności kuriera sporządzić protokół szkody oraz skontaktować się jak najszybciej ze sprzedawcą w celu wyjaśnienia sprawy. Sprawdzenie przesyłki przy odbiorze jest niezbędnym warunkiem uwzględnienia ewentualnych roszczeń klienta z tytułu uszkodzenia czy okradzenia przesyłki w transporcie.

3Dots.pl s.c. Przemysław G. & Bogdan K. rozpatruje reklamacje najpóźniej w ciągu 14 dni roboczych od ich wpłynięcia.” (dowód: karty nr 47 verte – 48).

Okoliczność rozpoczęcia stosowania w obrocie konsumenckim „Informacji dla klienta” przedsiębiorcy udokumentowali przedstawiając kopie paragonów z 4 grudnia 2009r., w załączeniu do których przekazano rozważane dokumenty (dowód: karty nr 51 – 52, 55 – 56, 59 – 60).

Do dokumentu pt. „Informacja dla klienta” wprowadzono następujące zastrzeżenie: „Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z dnia 27 lipca 2002r. Klient traci uprawnienia określone w w/ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi sklepu o tym fakcie(...)”. Zmieniony w wyżej opisany sposób wzór tego dokumentu obowiązuje od dnia 25 stycznia 2010r., natomiast okoliczność jego wprowadzenia do obrotu została udokumentowana w ten sposób, że przedsiębiorcy przedstawili oprócz wzoru (dowód: karta nr 66), także przykładowe faktury VAT wystawione w dniu 29 stycznia 2010r., do których załączono zmodyfikowaną „Informację dla klienta” (dowód: karty nr 68, 70, 73). Wprawdzie dokumenty te zostały przesłane przedsiębiorcom, to obrazują one fakt, iż w prowadzonym przez przedsiębiorców sklepie został zmieniony zakres przekazywanych klientom informacji. Okoliczność ich stosowania w obrocie konsumenckim została natomiast udokumentowana w ten sposób, że w załączeniu do pisma z dnia 26 kwietnia 2010r. (dowód: karty nr 87 – 88) przedsiębiorcy przesłali dokumenty tego rodzaju wystawione konsumentom (dowód: karty nr 91, 94, 97, 100).

W „Informacji dla klientów” podano adres biura obsługi klienta oraz jego adres elektroniczny.

Przez cały okres działania sklepu zmianie nie ulegała treść faktur VAT, ani paragonów, za wyjątkiem dodania do tych dokumentów informacji na temat imion i nazwisk przedsiębiorców odpowiednio w styczniu i kwietniu 2010r. (dowód: karty nr 87, 92, 89, 95, 98).

W piśmie z dnia 28 stycznia 2010r. przedsiębiorcy poinformowali, że uzyskują przychody jedynie ze sprzedaży konsumenckiej prowadzonej za pośrednictwem Internetu (dowód: karta nr 64). W załączeniu do pisma z 12 kwietnia 2010r. (dowód: karta nr 79) przekazali oni natomiast zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) w roku podatkowym 2009r, z których wynika, że Przemysław G. osiągnął przychód w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I 1 Załącznika Nr 2, dowód: karta nr 80), a Bogdan K. uzyskał przychód w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I 1 Załącznika Nr 1, dowód: karta nr 83). Przedsiębiorcy wnieśli o uwzględnienie przy miarkowaniu kary faktu, że nadmierne obciążenie może wiązać się z utratą płynności finansowej firmy, co w konsekwencji może doprowadzić do konieczności zakończenia prowadzenia działalności (dowód: karta nr 64).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania

godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku¹.

Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie przedmiotowa przesłanka została spełniona, istniała możliwość poddania zachowania przedsiębiorców dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niech praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Na mocy art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Aby można było stwierdzić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą kumulatywnie zostać spełnione następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów,
- praktyka jest bezprawna.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2007r. Nr 155, poz. 1095 z późn. zm.). Z art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej wynika, że przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna oraz jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, która we własnym imieniu wykonuje działalność gospodarczą. W rozważanym przypadku podmioty będące stronami postępowania posiadają status przedsiębiorców, gdyż są to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na podstawie wpisów do ewidencji działalności gospodarczej. Zachowania tych osób podlegają zatem kontroli dokonywanej na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „*zbiorowego interesu konsumentów*” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „*nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów*”. Wystarczające powinno być w jego ocenie ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium.

¹ Konrad Kohutek w: „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz”, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 47

Sąd Najwyższy orzekł też, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”.

Do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest konieczne, aby działanie przedsiębiorcy zostało skierowane nie do konkretnego adresata, lecz do pewnego nieoznaczonego kręgu podmiotów. Działanie to jest zatem w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów i zagraża ono przynajmniej potencjalnie każdemu z członków zbiorowości konsumentów².

W rozważanym przypadku doszło do naruszenia interesu publicznego w sposób opisany w pkt. I - VIII niniejszej decyzji. Oceniane zachowania przedsiębiorców dotyczą szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczą one wszystkich tych osób, które zawarły z przedsiębiorcami umowy sprzedaży, jak i zagrażają interesom wszystkich ich potencjalnych kontrahentów. Rozważane działania godzą lub godziły więc w zbiorowe interesy konsumentów. Można je także uznać za zakazane prawem praktyki, gdyż charakteryzują się cechą powtarzalności.

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi zostać spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność rozważanego zachowania. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być takie zachowanie przedsiębiorcy, które jako sprzeczne z ustawą szczególną można zaklasyfikować, jako niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i jedno z zachowań przykładowo wymienionych w art. 24 ust. 2 pkt. 1 – 3 ww. ustawy.

Dodać należy, że zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka jest niezgodna z art. 24 ww. ustawy wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów np. wskutek zastosowania określonego postanowienia w umowach z konsumentami w przypadku zaistnienia określonych okoliczności i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczy np. samo zawarcie we wzorcu niezgodnej z prawem regulacji, nawet jeśli w praktyce nie zaistniały przesłanki do jej zastosowania i konsument lub ich większa ilość faktycznie nie została dotknięta negatywnymi skutkami danej regulacji, albo też, gdy przedsiębiorca zachował się odmiennie, niż wynikałoby to z niewłaściwej regulacji.

Ad I

Pierwsza z praktyk, w związku z którą jest prowadzone niniejsze postępowanie, to praktyka polegająca na stosowaniu w „Regulaminie sklepu internetowego www.3kropki.pl” oraz w „Pomocy” następującego postanowienia: „(...) *prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego(...)*”, które uznano za niezgodne z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 3 i 17 ustawy

² „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów – Komentarz”, pod red. Cezarego Banasińskiego i Eugeniusza Piontka, Lexis Nexis Polska Sp. z o.o., Warszawa 2009r., Wydanie 1, str. 398

o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej także u.o.n.p.k.), co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorcy, prowadząc sklep internetowy, zawierają z konsumentami umowy na odległość w rozumieniu art. 6 u.o.n.p.k. Z tego względu do rozważanych stosunków prawnych znajdują zastosowanie przepisy 2 rozdziału u.o.n.p.k. Stosownie do art. 7 ust. 1 tej ustawy konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od daty wydania rzeczy. W art. 10 u.o.n.p.k. wymieniono przypadki, w których prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje. Katalog ten nie może być zmieniany poprzez usunięcie z niego określonych okoliczności, natomiast może zostać rozszerzony z korzyścią dla konsumentów. Art. 10 ust. 3 u.o.n.p.k. stanowi, że *„Jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach:*

- a. świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu, o którym mowa w art. 7 ust. 1 u.o.n.p.k.,*
- b. dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania,*
- d. umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,*
- e. świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,*
- f. świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,*
- g. dostarczania prasy,*
- h. usług w zakresie gier hazardowych”.*

Zgodnie z art. 17 u.o.n.p.k. praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy nie można w drodze umowy wyłączyć, ani ograniczyć.

Analiza treści zacytowanego przepisu art. 10 ust. 3 u.o.n.p.k. wykazała, że wśród okoliczności w nim wskazanych nie widnieje okoliczność wymieniana przez przedsiębiorców, a mianowicie wystąpienie pochodzenia zewnętrznego uszkodzeń mechanicznych produktu. Na tej podstawie ograniczenie przyjęte przez przedsiębiorców należy uznać za bezprawne.

Stosując opisywaną praktykę przedsiębiorcy godzą w interesy konsumentów ograniczając ustawowo określony zakres ich uprawnień. Kwestionowane postanowienie mogłoby w szczególności wywołać skutek w przypadku, w którym konsument po zawarciu umowy na odległość podjąłby decyzję o odstąpieniu od niej w trybie wynikającym z rozdziału 2 u.o.k.k., natomiast otrzymałby przesyłkę zawierającą uszkodzony produkt. Okoliczność ta prowadziłaby w istocie do definitywnego wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy w przypadku, gdyby przesyłany przedmiot był obciążony wadami w postaci uszkodzeń mechanicznych pochodzenia zewnętrznego. Okoliczność ta obarczałaby konsumenta nawet wówczas, gdy to nie on spowodowałby zmianę przedmiotu umowy, czyli wówczas, gdyby towar w stanie zmienionym został do niego dostarczony. Takie rozwiązanie paradoksalnie prowadzi do sytuacji, w której w przypadku, gdy towar jest uszkodzony, konsument jest umową związany, nie może od niej odstąpić lub ewentualnie mógłby to uczynić dopiero po dostarczeniu mu towaru niewadliwego. W tych okolicznościach bezsprzecznym jest, że rozważana praktyka godzi w interesy konsumentów, przy czym, jak wykazano powyżej, odnosi się to do zbiorowych interesów konsumentów.

W świetle przedstawionych okoliczności niniejszej sprawy należało stwierdzić, że w zakresie objętym pkt. I niniejszej decyzji, przedsiębiorcy dopuścili się naruszenia art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 3 i 17 u.o.n.p.k., a poprzez to art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W piśmie z dnia 4 grudnia 2009r. (dowód: karty nr 46 – 48) przedsiębiorcy poinformowali, że kwestionowane postanowienie o treści „(...) *prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego (...)*” zostaje zastąpione postanowieniem o brzmieniu: „(...) *prawo odstąpienia od umowy nie obowiązuje, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego, chyba że winę za powstanie uszkodzenia ponosi przewoźnik i okoliczność ta została udokumentowana spisaniem protokołu (...)*”.

Rozważane postanowienie zostało uzupełnione o zastrzeżenie dotyczące przypadku, gdy winę za uszkodzenia ponosi przewoźnik i gdy okoliczność ta została jednocześnie stwierdzona protokołem. Trzon badanego postanowienia pozostał jednak identyczny, a wprowadzona zmiana nie ma znaczenia dla oceny kwestionowanej regulacji. Nadal postanowienie to wyłącza możliwość odstąpienia od umowy w okolicznościach, które nie zostały przewidziane w u.o.n.p.k., a mianowicie w sytuacji, gdy produkt jest dotknięty uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego, w przypadkach innych niż te, w których winę ponosi przewoźnik i w których zostało to potwierdzone protokołem, czyli np. w sytuacji, gdy winę można przypisać którejś ze stron niniejszego postępowania albo pracownikowi przedsiębiorców.

W tych okolicznościach brak było podstaw do tego, aby stwierdzić, iż wyżej opisana zmiana doprowadziła do zaprzestania stosowania przez przedsiębiorców praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt. I niniejszej decyzji. Stąd należało orzec, jak w pkt. I sentencji tej decyzji.

Ad II

Druga z praktyk ocenianych w toku niniejszego postępowania, to praktyka polegająca na stosowaniu przez przedsiębiorców w „Regulaminie sklepu internetowego www.3kropki.pl” postanowienia wzorca umowy, które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy Kodeks postępowania cywilnego, którego treść jest następująca: „*Mimo dołożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane dane techniczne nie zawierają uchybień i błędów, które nie mogą być podstawą do roszczeń. (...)*”, co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu może stwierdzić stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na posługiwaniu się postanowieniem wzorca umownego, które zostało wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone (zwanego dalej także rejestrem), bez względu na to, czy wpis dotyczy tego przedsiębiorcy, przeciwko któremu jest prowadzone postępowanie, czy też nie (tak Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 19 grudnia 2003r. w sprawie o sygn. akt III CZP 95/03, Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 29 września 2005r. w sprawie o sygn. akt VI ACa 381/05, Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 grudnia 2005r. w sprawie o sygn. akt VI ACa 760/05). Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także SOKiK) wyrażonym w wyroku z dnia 25 maja 2005r. (sygn. akt XVII Ama 46/04), dla uznania, iż określona klauzula jest niedozwolonym postanowieniem umownym wpisanym do rejestru klauzul niedozwolonych

wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie dwóch klauzul powinien być zatem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane postanowienie. Jeśli cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną, oba zapisy można uznać za tożsame. Trafność wyżej opisanego stanowiska potwierdził również Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006r. (sygn. akt III SZP 3/06).

Przyjęcie zasady formalnej jawności rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone oznacza, że od chwili wpisania do niego określonego postanowienia zakazane jest stosowanie tożsamych postanowień w obrocie konsumenckim i nikt nie może zasłaniać się niezajomością dokonanych wpisów. Rejestr postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone jest prowadzony przez Prezesa Urzędu i jest on powszechnie dostępny w wersji elektronicznej na stronie internetowej Urzędu.

Kwestionowane postanowienie o treści *„Mimo dołożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane dane techniczne nie zawierają uchybień i błędów, które nie mogą być podstawą do roszczeń. (...)”*, porównano z klauzulą wpisaną do rejestru pod numerem 1320, która została uznana za niedozwoloną na mocy wyroku SOKiK z dnia 29 listopada 2007r., sygn. akt XVII AmC 93/07, która to ma następujące brzmienie: *„Mimo dołożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane w katalogu produktów dane techniczne i zdjęcia nie zawierają uchybień ani błędów, które nie mogą jednak być podstawą do roszczeń”*.

W obu przypadkach zastrzeżono, że nie gwarantuje się, iż publikowane dane są prawidłowe, pomimo dołożenia wszelkich starań. W obu postanowieniach jednakowo stwierdzono, że ewentualne rozbieżności nie mogą stanowić podstaw do wysuwania przeciwko przedsiębiorcom jakichkolwiek roszczeń. Porównywane klauzule jedynie nieznacznie różnią się pod względem językowym, jednakże cele oraz skutki ich zastosowania są całkowicie tożsame.

Na tej podstawie należało orzec, że przedsiębiorcy stosują w obrocie konsumenckim postanowienie tożsame z klauzulą wpisaną do rejestru pod numerem 1320, co jest bezprawne.

Stosując rozważaną praktykę przedsiębiorcy naruszają interesy konsumentów. Stosowanie ww. postanowienia może bowiem prowadzić do sytuacji, w której przedsiębiorcy dostarczają konsumentowi towar niezgodny ze specyfikacją, a konsument nie będzie mógł z tego tytułu dochodzić jakichkolwiek roszczeń, w tym nie będzie mógł żądać jego wymiany, zwrotu pieniędzy itd. Jak ustalono powyżej, praktyki oceniane w niniejszej decyzji, wpływają na zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec spełnienia wszystkich przesłanek wynikających z art. 24 ust. 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należało w niniejszym przypadku stwierdzić naruszenie tego przepisu, natomiast w związku z naruszeniem zakazu wynikającego z art. 24 ust. 1 ww. ustawy, należało orzec o naruszeniu także i tego przepisu. W tych okolicznościach sprawy należało więc orzec, jak w pkt. II sentencji niniejszej decyzji.

Ad III

Kolejna z praktyk ocenianych w ramach niniejszego postępowania administracyjnego polega na naruszaniu przez przedsiębiorców obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 10 ustawy o

ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z art. 24 ust. 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ustawodawca nałożył na przedsiębiorców na mocy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny szczególne obowiązki informacyjne. Zakres informacji, do przekazywania których są zobowiązani przedsiębiorcy już w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy na odległość, jest szeroki i obejmuje m. in. informacje na temat miejsca i sposobu składania reklamacji. W przypadku umów sprzedaży konsumenckiej, pod pojęciem miejsca i sposobu składania reklamacji, należy rozumieć przede wszystkim zasady składania reklamacji w tytułu niezgodności towaru z umową. Z tego wynika, że wśród informacji zamieszczonych na stronie internetowej sklepu prowadzonego przez przedsiębiorców będących stronami niniejszego postępowania, powinny być zamieszczone informacje na temat miejsca i sposobu składania reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową.

Przedsiębiorcy zamieścili na stronie internetowej prowadzonego przez siebie sklepu następujące informacje: *„Gwarancja, oraz prawo odstąpienia od umowy nie obowiązują, gdy produkt dotknięty jest uszkodzeniami mechanicznymi pochodzenia zewnętrznego. Dlatego zawsze przed odebraniem przesyłki z poczty lub od kuriera należy sprawdzić, czy opakowanie nie uległo uszkodzeniu w transporcie. W szczególności należy zwrócić uwagę na stan taśm lub plomb naklejonych na przesyłkę. W przypadku, gdy opakowanie przesyłki nosi znamiona uszkodzenia lub, gdy plomby (taśmy) są zerwane należy nie przyjmować przesyłki i w obecności kuriera sporządzić protokół szkody oraz skontaktować się jak najszybciej ze sprzedawcą w celu wyjaśnienia sprawy. Sprawdzenie przesyłki przy odbiorze jest niezbędnym warunkiem uwzględnienia ewentualnych roszczeń Klienta z tytułu uszkodzenia czy okradzenia przesyłki w transporcie.”* (pkt 16 regulaminu oraz „Pomoc”, dowód: karty nr 13 - 14).

Dodatkowo w dokumencie zatytułowanym „Pomoc” przedsiębiorcy zapisali, że *„Wszystkie pozycje w naszej ofercie objęte są gwarancją jakości dostawy – co oznacza, że mają Państwo prawo do bezpłatnej pomocy technicznej dystrybutora. We wszelkich przypadkach reklamacyjnych prosimy o kontakt z Biurem Obsługi Klienta 3kropki.pl.*

Jeśli po otwarciu pudełka stwierdzą Państwo brak jakiegokolwiek elementu prosimy o kontakt z Biurem Obsługi Klienta.3kropki.pl.

Reklamacja musi zostać odesłana do siedziby 3kropki.pl za pośrednictwem poczty polskiej na koszt nadawcy”.

Z cytowanego postanowienia pkt. 16 regulaminu wynika, że przedsiębiorcy zalecają kontakt ze sklepem w sytuacji, gdy opakowanie przesyłki zostało uszkodzone, natomiast warunkiem koniecznym uwzględnienia roszczeń z tytułu uszkodzenia lub okradzenia przesyłki w transporcie jest sprawdzenie przesyłki przy odbiorze. Na wstępie przedmiotowego postanowienia zawarto również odniesienie do gwarancji. Następnie zalecono, aby we wszystkich przypadkach reklamacyjnych kontaktować się z biurem Obsługi Klienta prowadzonego przez przedsiębiorców sklepu. Kontakt taki zalecono również w przypadku stwierdzenia braku jakiegokolwiek elementu w otwartej przesyłce.

Analiza całości przytoczonej regulacji prowadzi do wniosku, że dotyczy ona jedynie postępowania w związku z udzieloną konsumentom gwarancją, którą należy odróżnić od odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową, oraz postępowania na wypadek powstania uszczerbku w przesyłce w czasie transportu. Postanowienie pkt 16 regulaminu nie odnosi się natomiast do zasad składania reklamacji w innych okolicznościach, wynikającej z innych podstaw prawnych. Tak więc analizowana regulacja nie dotyczy reklamacji na

wypadek, gdy towar jest niezgodny z umową już w chwili nadania przesyłki, czego nie można całkowicie wykluczyć, a przede wszystkim reklamacji, o jakiej mowa w art. 8 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Nawet dalsze zastrzeżenie w regulaminie, że wszystkie reklamacje mają być nadane za pośrednictwem poczty polskiej nie zmienia powyższej oceny. Nakaz ten, następnie zastąpiony niewiążącym zaleceniem, odnosi się bowiem wyłącznie do okoliczności opisanych w pkt. 16 regulaminu, a nie do reklamacji ogółem, czyli m. in. reklamacji składanych z tytułu niezgodności towaru z umową.

Wprawdzie w piśmie z dnia 7 października 2009r. (dowód: karta nr 20) przedsiębiorcy wyjaśnili, że jeśli w sytuacji, gdy kupujący odbierze towar dostarczony w stanie nienaruszonym i okaże się, że jest on dotknięty wadami, wówczas powinien on skorzystać z uprawnień przewidzianych w ustawie o sprzedaży konsumenckiej, to powyższe nie znalazło odzwierciedlenia w informacjach zamieszczanych na stronie internetowej sklepu o adresie www.3kropki.pl.

Powyżej analizowane zapisy zostały uzupełnione z dniem 12 października 2009r. o następujące unormowanie regulaminowe: (pkt 18) „Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z dnia 27 lipca 2002r. Klient traci uprawnienia określone w w/ ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi sklepu o tym fakcie.(...)” (dowód: karta nr 45). Przedmiotowe postanowienie, zawarte w pkt. 18 regulaminu, wskazuje na to, że przedsiębiorcy ponoszą odpowiedzialność z tytułu niezgodności towaru z umową przez okres dwóch lat od zawarcia umowy. Z postanowienia tego wynika również, że konsument powinien zgłosić ewentualne nieprawidłowości w terminie dwóch miesięcy od ich stwierdzenia.

Odnosnie powyższego nie wskazano jednak dokąd, na jaki adres, do jakiej jednostki przedsiębiorstwa prowadzonego przez przedsiębiorców i w jakiej formie należy kierować wystąpienie reklamacyjne dotyczące niezgodności towaru z umową.

W świetle przedstawionych okoliczności stwierdzić należy, że przedsiębiorcy wciąż nie zawierają na stronie internetowej informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt. 10 u.o.n.p.k.

Skutkiem niedopełnienia ww. obowiązku mogło być utrudnienie konsumentom możliwości składania reklamacji, a w konsekwencji tego dochodzenia roszczeń w tytułu niezgodności towaru z umową. W związku z tym należało orzec, iż stosując bezprawną praktykę ocenianą w tym punkcie decyzji, przedsiębiorcy godzą w interesy konsumentów, które jak wykazano powyżej, są interesami zbiorowymi. Z tego też względu należało stwierdzić naruszenie przez przedsiębiorców art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uzupełnienie przez przedsiębiorców stosowanego przez nich regulaminu o postanowienie zawarte w pkt. 18 nie doprowadziło do zaniechania stosowania kwestionowanej praktyki, albowiem nie zapewniło ono konsumentom należytego zakresu informacji.

W tych okolicznościach sprawy należało orzec, jak w pkt. III sentencji niniejszej decyzji.

Ad IV

Kolejna z praktyk objętych zakresem niniejszego postępowania polega na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W art. 9 ust. 3 u.o.n.p.k. sformułowano nakaz potwierdzania przez przedsiębiorcę zawierającego umowy na odległość, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, na piśmie, informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 tej ustawy. Informacje przekazywane w potwierdzeniu wystawianym po zawarciu umowy, przy przystąpieniu przez przedsiębiorcę do jej wykonania, powinny dotyczyć konkretnej, zawartej z konsumentem umowy. Potwierdzenie to musi bowiem odzwierciedlać i utrzymywać treść zawartej umowy. W zakresie wyznaczonym art. 9 ust. 1 pkt. 10 u.o.n.p.k. powinno ono zawierać informacje na temat miejsca i zasad składania reklamacji. Wypełnienie przedmiotowego obowiązku umożliwia skuteczne skorzystanie przez konsumentów z przewidzianej prawem możliwości złożenia reklamacji. Stąd też niedopełnienie przez przedsiębiorców spoczywającego na nich ww. obowiązku informacyjnego może utrudniać dochodzenie roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru, jego niezgodności z zawartą umową, co z kolei może wynikać z nieznamomości obowiązującej procedury reklamacyjnej przez konsumentów.

Analiza przedstawionych przez przedsiębiorców faktur VAT oraz paragonów wykazała, że nie zawierały one jakichkolwiek informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji związanych z niezgodnością towaru z umową.

Wobec powyższego należało stwierdzić, że przedsiębiorcy nie wypełniają ciążącego na nich obowiązku przekazywania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w rozważanym zakresie. Z tego też względu należało stwierdzić, iż w niniejszym przypadku doszło do naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 u.o.n.p.k.

Jak wykazano powyżej niedopełnienie opisanego w tym punkcie decyzji obowiązku informacyjnego może skutkować zmniejszeniem ochrony praw konsumentów w zakresie dochodzenia przez nich roszczeń w trybie reklamacyjnym, co jednoznacznie przemawia za koniecznością stwierdzenia, iż stosując rozważaną praktykę przedsiębiorcy godzą w zbiorowe interesy konsumentów.

W świetle przedstawionych okoliczności niniejszej sprawy należało stwierdzić naruszenie przez przedsiębiorców art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W czasie trwania niniejszego postępowania administracyjnego przedsiębiorcy poinformowali o opracowaniu dokumentu zatytułowanego „Informacja dla klienta” (dowód: karty nr 46 verte – 47), w którym zawarto zastrzeżenia dotyczące gwarancji i reklamacji odnoszącej się do gwarancji jakości. Należy zatem stwierdzić, że roszczenia wynikające z gwarancji, a więc z umowy, choć akcesoryjnej, to jednak odrębnej od umowy sprzedaży, nie są tożsame z roszczeniami przysługującymi konsumentom z mocy ustawy o sprzedaży konsumenckiej na wypadek niezgodności towaru z umową. Jednocześnie podkreślić trzeba,

że rozważana informacja dotyczy jedynie roszczeń wynikających z gwarancji na wypadek zaistnienia szkód spowodowanych przez dostawcę lub przewoźnika.

Z dniem 25 stycznia 2010r. (dowód: karta nr 67) przedsiębiorcy uzupełnili „Informację dla klienta” o następujące dane: „Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z dnia 27 lipca 2002r. Klient traci uprawnienia określone w w/ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi sklepu o tym fakcie.(...)”.

Analiza treści ww. dokumentu wykazała, że nie jest ona wystarczająca do tego, aby uznać, że przedsiębiorcy zaniechali stosowania bezprawnej praktyki. Z przytoczonego fragmentu wynika, że konsument powinien zawiadomić sklep w ciągu 2 miesięcy od wykrycia niezgodności towaru z umową. Z postanowienia tego nie wynika jednak, w jaki sposób i jak należy to uczynić. Przekazywane przez przedsiębiorców szczątkowe wskazówki dotyczą trybu reklamacyjnego z gwarancji i w żaden sposób nie odnoszą się do reklamacji składanych w związku z niezgodnością towaru z umową. Konsumenti nie powinni musieć domyślać się przysługujących im uprawnień, lecz powinni otrzymywać jednoznaczną „instrukcję” postępowania, co w niniejszym przypadku nie zostało uczynione.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w pkt. IV sentencji niniejszej decyzji.

Ad V

Kolejna z praktyk objętych zakresem niniejszego postępowania polega na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat zasad zapłaty ceny, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Analiza paragonów wystawianych przez przedsiębiorców w związku z zawieraniem z konsumentami umowami na odległość wykazała, że nie obejmowały one jakichkolwiek informacji na temat zasad zapłaty ceny, co należało uznać za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 4 u.o.n.p.k., a więc za bezprawne.

Powyższe postępowanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów w ten sposób, iż nie otrzymują oni potwierdzenia co do sposobu spełnienia przez nich ciążącego na nich z mocy umowy obowiązku. Jest to o tyle istotne, że przedsiębiorcy dopuszczają kilka różnorodnych sposobów uiszczenia zapłaty za towar, a od wyboru jednego z nich zależy nie tylko termin wysyłki towaru, ale też wysokość opłaty za przesyłkę (dowód: karta nr 12, 43 verte).

Wobec spełnienia wszystkich przesłanek wymienionych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 u.o.k.k. należało orzec o naruszeniu przez przedsiębiorców tych przepisów.

W toku postępowania przedsiębiorcy wprowadzili do stosowania dokument o nazwie „Informacja dla klienta”, w którym wymienili wszystkie dopuszczane w prowadzonym przez nich sklepie sposoby zapłaty za towar (dowód: karty nr 47 verte – 48, 51 – 52, 55 – 56, 59 – 60). W dokumencie tym powtórzono informacje dostępne na stronie internetowej sklepu, z których wynika, że zapłata może być dokonana w sposób określany, jako mTransfer, za pobraniem, a także kartą kredytową, przelewem bankowym lub przelewem potwierdzonym. W żadnym miejscu nie wskazano jednak, jaki wariant został wybrany przez konsumenta. Stąd

należało stwierdzić, że pomimo dokonania wyżej opisanych zmian, do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w niniejszym przypadku nie doszło.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w pkt. V sentencji niniejszej decyzji.

Ad VI

Następny z zarzutów ocenianych w toku niniejszego postępowania administracyjnego dotyczy stosowania praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat terminu dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analiza przedstawionych przez przedsiębiorców faktur VAT oraz paragonów, które stanowią potwierdzenia zawarcia umów sprzedaży z konsumentami, wykazała, że nie obejmowały one informacji na temat ustalonego terminu dostawy zamówionego towaru. Okoliczność naruszenia przez przedsiębiorców art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 5 u.o.n.p.k. przemawia za koniecznością uznania ich zachowania za bezprawne.

Obowiązek przekazania ww. informacji na piśmie służy utrwaleniu treści zawartej przez strony umowy oraz umożliwia weryfikację prawidłowości jej wykonania umowy w zakresie terminu realizacji świadczenia. Niedopełnienie przez przedsiębiorców spoczywającego na nich obowiązku informacyjnego pozbawia konsumentów tych wszystkich możliwości, prowadząc również do tego, że ich pozycja będzie słabsza, niż ich kontrahentów. Opisane zachowanie przedsiębiorców mogło prowadzić do wystąpienia utrudnień dowodowych w przypadku zwłoki w wykonaniu przez przedsiębiorców ich świadczenia. Z tych względów należało stwierdzić, że wyżej opisanym zachowaniem przedsiębiorcy godzili w zbiorowe interesy konsumentów.

Spełnienie przesłanek wymienionych w art. 24 ust. 2 pkt. 2 u.o.k.k. świadczy o stosowaniu przez przedsiębiorców praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co jest niezgodne także z art. 24 ust. 1 tej ustawy.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorcy poinformowali o opracowaniu dokumentu „Informacja dla klienta”, który zaczęli dołączać do faktur VAT oraz paragonów z dniem 4 grudnia 2009r. W dokumencie tym zamieszczono informacje na temat czasu doręczenia przesyłki, wskazując na wszystkie możliwe w sklepie opcje, nie zaś na warunki odnoszące się do konkretnej umowy. Z tego względu nie można było stwierdzić, iż przedsiębiorcy doprowadzili do zaniechania stosowania praktyki rozważanej w tym punkcie decyzji. Na podstawie przekazanej w ww. dokumencie informacji konsument nie mógł bowiem ocenić, czy przesyłka została doręczona do niego w uzgodnionym terminie, ani tym bardziej nie mógł wykazać, że przedsiębiorcy nie wykonali zawartej umowy należycie.

Ad VII

Kolejny zarzut rozpatrywany w niniejszym postępowaniu dotyczy stosowania praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat imion i nazwisk przedsiębiorców

oraz organu rejestrowego obu przedsiębiorców, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wystawiane przez przedsiębiorców potwierdzenia zawarcia umów w postaci faktur VAT oraz paragonów nie obejmowały danych na ww. temat. Dokumenty te nie tylko nie obejmowały imion i nazwisk przedsiębiorców, lecz również nie wynikało z nich, że przedsiębiorcy działają na podstawie wpisów do ewidencji działalności gospodarczej, ani pod jakimi numerami. Powyższe świadczy o bezprawności zachowania przedsiębiorców, które należało uznać za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 1 u.o.n.p.k..

Obowiązek przekazania ww. informacji na piśmie służy zapewnieniu możliwości łatwej identyfikacji stron umowy oraz weryfikacji dotyczących ich danych, co może być niezbędne w sytuacji, gdyby konsument chciał np. wystąpić na drogę sądową przeciwko sprzedawcom. Niedopełnienie opisywanego w tym punkcie decyzji obowiązku prowadzi do osłabienia pozycji konsumentów, stworzenia po ich stronie dodatkowych utrudnień, pomimo iż przepisy prawa nakazują wypełnienie przez przedsiębiorców szczególnych obowiązków informacyjnych. To z kolei świadczy o naruszaniu przez przedsiębiorców zbiorowych interesów konsumentów, co oznacza, że w niniejszym przypadku doszło do naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 u.o.k.k.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorcy poinformowali o opracowaniu dokumentu „Informacja dla klienta”, który zaczęli dołączać do faktur VAT oraz paragonów z dniem 4 grudnia 2009r.

W dokumencie tym zamieszczono imiona i nazwiska przedsiębiorców wraz z informacjami o ich wpisach do ewidencji działalności gospodarczej. W tych okolicznościach możliwe było stwierdzenie, że bezprawna praktyka opisana w niniejszym punkcie decyzji nie jest już kontynuowana, co pozwoliło na orzeczenie zaniechania jej stosowania z dniem 4 grudnia 2009r.

Ad VIII

Ostatni z zarzutów ocenianych w toku niniejszego postępowania administracyjnego dotyczy stosowania praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Okoliczność zawarcia umowy przedsiębiorcy potwierdzają w ten sposób, że wystawiają alternatywnie, w zależności od woli klienta, faktury VAT lub paragony (dowód: karta nr 19). Ani przedstawione w toku niniejszego postępowania faktury VAT, ani paragony nie zawierały informacji na temat prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków.

Obowiązek przekazania ww. informacji na piśmie służy utrwaleniu treści zawartej przez strony umowy oraz umożliwia skuteczne korzystanie przez konsumentów z przewidzianych prawem możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Dzięki

zapewnieniu konsumentom odpowiedniego zakresu informacji, do których mogą oni powrócić w dogodnym dla siebie momencie, stają się oni bardziej świadomymi uczestnikami rynku, którzy mogą w pełni wykorzystywać przyznane im prawa. Niedopełnienie natomiast obowiązków informacyjnych pozbawia ich tych wszystkich możliwości, prowadząc również do tego, że ich pozycja będzie słabsza, niż przedsiębiorców. Zaniechanie to mogło powodować, że pomimo przysługującego konsumentom z mocy prawa uprawnienia do odstąpienia od umowy, co jest instytucją nietypową dla prawa cywilnego, jednakże charakterystyczną dla umów zawieranych na odległość, nie skorzystają oni z niego z uwagi na brak znajomości odpowiednich przepisów w ogóle albo z uwagi na brak wiedzy na temat tego, że wykonanie niektórych czynności może spowodować wyłączenie tego prawa.

W związku z powyższym stwierdzić należało, że przedsiębiorcy dopuścili się naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 6 u.o.n.p.k., a poprzez to art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorcy poinformowali o opracowaniu dokumentu „Informacja dla klienta”, który zaczęli dołączać do faktur VAT oraz paragonów z dniem 4 grudnia 2009r.

W dokumencie tym zamieszczono informacje na temat prawa odstąpienia konsumentów od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków od tego prawa, zgodnie z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. W związku z tym należało stwierdzić, iż z dniem 4 grudnia 2009r. przedsiębiorcy zaniechali stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w tym punkcie decyzji.

Ad IX

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować klauzul uznanych za abuzywne, ani w żaden inny sposób godzić w interesy konsumentów, np. nie dopełniając obowiązków informacyjnych.

Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

Z uwagi na różnorodność stosowanych przez przedsiębiorcę praktyk, konieczne stało się wymierzenie czterech kar pieniężnych.

Bogdan K. prowadzi działalność gospodarczą w ramach spółki cywilnej. W związku z tym, że współnikowi takiej spółki przysługuje status przedsiębiorcy, niżej opisane kary nie są wymierzone spółce, a właśnie podmiotowi będącemu przedsiębiorcą. Z uwagi na to, że z przekazanych w toku postępowania informacji i dokumentów wynika, iż Bogdan K. i jego współnik mają jednakowy wpływ na funkcjonowanie prowadzonej przez nich spółki cywilnej, jednakowo powinna obciążać ich również odpowiedzialność za zaistniałe nieprawidłowości. Stąd kary za poszczególne praktyki są wymierzone z uwzględnieniem tych samych okoliczności, a w konsekwencji w tej samej wysokości dla obu przedsiębiorców.

1. Pierwsza kara pieniężna nakładana w niniejszym przypadku jest związana ze stosowaniem przez Bogdana K. jednej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia, na mocy którego ograniczono prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni w przypadku dostarczenia konsumentowi towaru dotkniętego uszkodzeniami mechanicznymi.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 1, dowód: karta nr 83), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 1).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 1a Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli 3 195,76 zł (słownie: trzech tysięcy stu dziewięćdziesięciu pięciu złotych siedemdziesięciu sześciu groszy). Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania jednej praktyki, która ujawniała się na etapie zawierania kontraktu i której stosowanie wpływało na treść umowy. Miarkując karę wzięto pod uwagę, że kwestionowana regulacja ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawartych na odległość wbrew regulacji ustawowej. Z drugiej jednak strony sytuacja ta nie pozbawia konsumentów wszelkich instrumentów, jakimi mogą się oni posłużyć. Mogą oni bowiem skorzystać z uprawnień wynikających z ustawy o sprzedaży konsumenckiej. W kontekście niniejszej sprawy istotne jest jednak to, że konsumenci nie uzyskują pełnej informacji na temat tego, jak z uprawnień wynikających z ww. ustawy skorzystać. To z kolei powoduje, że konsumenci, choć formalnie mogą posłużyć się instrumentami w niej określonymi, to pozostają niedoinformowani w kwestii trybu, procedury, w jakim może to nastąpić. Instytucja prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość służy wyrównaniu tworzących się przy tym dysproporcji w zakresie sił stron umów. Nawet częściowe ograniczenie tego prawa bezsprzecznie pogarsza, osłabia i to w nieuzasadniony sposób, sytuację konsumentów. Praktykę tę uznano za długotrwałą, gdyż jest ona stosowana od 2004r.

Wpływ na wymiar kary miała również okoliczność, jakiego rodzaju kontraktów dotyczy przedmiotowa praktyka, specyfika rynku, na jakim ujawniła się ona. Na rynku tym działa wiele konkurujących ze sobą podmiotów, co powoduje, że konsumenci mogą swobodnie decydować, z którym z przedsiębiorców zawrą umowę, wobec czego panujące okoliczności nie wymuszają na konsumentach zawierania umów z konkretnym przedsiębiorcą.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest pozytywna reakcja

przedsiębiorcy na wszczęcie niniejszego postępowania. Istotne jest to, że przedsiębiorca podjął działania, które w jego mniemaniu miały wyeliminować stwierdzone nieprawidłowości. Choć Prezes Urzędu nie podziela stanowiska, zgodnie z którym wprowadzone modyfikacje są wystarczające, to należy przyjąć, że przedsiębiorca działał w dobrej wierze i starał się wyeliminować zarzucane mu nieprawidłowości. Okolicznością obciążającą, którą należało uwzględnić w procesie miarkowania niniejszej kary, jest znaczny zasięg terytorialny, na jakim ujawnia się rozważana praktyka. Zasięg ten można określić, jako ogólnopolski. Ww. okoliczności równoważą się, gdyż okoliczność łagodząca, jaka wystąpiła w niniejszej sprawie spowodowała obniżenie kwoty bazowej o 20%, a okoliczność obciążająca jej podwyższenie o 20%, wobec czego wysokość wcześniej ustalonej kwoty bazowej nie uległa zmianie.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. I sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 3 196 zł (słownie: trzech tysięcy stu dziewięćdziesięciu sześciu złotych), co stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 1b Załącznika Nr 1) % przychodu.

2. Druga kara nałożona na Bogdana K. została wymierzona w związku ze stosowaniem praktyki opisanej w pkt. II niniejszej decyzji. Praktyka ta polega na stosowaniu postanowienia tożsamego z klauzulą wpisaną do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, na mocy której wyłączono odpowiedzialność przedsiębiorcy za rozbieżności pomiędzy opisem oferowanych towarów, a ich faktycznymi właściwościami.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 1, dowód: karta nr 83), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 1).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 2a Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie 2 282,68 zł (słownie: dwóch tysięcy dwustu osiemdziesięciu dwóch złotych sześćdziesięciu ośmiu złotych).

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania praktyki polegającej na stosowaniu jednej klauzuli tożsamej z postanowieniami wpisanymi do rejestru, na mocy której doszło do ograniczenia odpowiedzialności przedsiębiorcy względem konsumentów. Uwzględniając specyfikę działalności przedsiębiorcy należy stwierdzić, że znaczenie rozważanej regulacji jest stosunkowo duże. Przy zawieraniu umów na odległość, w przypadku których konsumenci mogą zapoznać się z parametrami oferowanych produktów jedynie w drodze lektury zamieszczonych w Internecie specyfikacji, informacje podawane w takich specyfikacjach mają rozstrzygające znaczenie przy dokonywaniu wyboru. Z drugiej jednak strony przepisy prawa przewidują rozwiązania chroniące konsumentów na wypadek otrzymania przez nich towaru niezgodnego z zawartą umową, które w pewnym stopniu

neutralizują siłę oddziaływania kwestionowanej klauzuli, dając konsumentom możliwości reagowania w przypadku wystąpienia określonych nieprawidłowości i to niezależnie od woli przedsiębiorcy. Praktyka ta, choć potencjalnie mogła dotknąć każdego z konsumentów dokonujących zakupów za pośrednictwem Internetu, ujawniała się na rynku, na którym działa wielu przedsiębiorców. To powoduje, że konsumenci mogą swobodnie wybierać swego kontrahenta, co z kolei powoduje, że narzucanie określonych warunków przez przedsiębiorcę działającego na rynku, na którym mamy do czynienia ze znaczną dekoncentracją, ma ograniczoną siłę oddziaływania. Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że praktykę tę należało uznać za długotrwałą, gdyż trwa ona od 2004r.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary.

W rozważanym zakresie nie wystąpiły okoliczności łagodzące, natomiast wystąpiła jedna okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu geograficznego rozważanej praktyki, tj. zasięgu ogólnokrajowego, który wzmacnia siłę oddziaływania praktyki. Skutkiem uwzględnienia powyżej wskazanej okoliczności było podwyższenie kwoty bazowej o 20% do poziomu 2 739 zł (słownie: dwóch tysięcy siedmuset trzydziestu dziewięciu złotych).

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. II sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 2 739 zł (słownie: dwóch tysięcy siedmuset trzydziestu dziewięciu złotych), co stanowi niemal [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 2a Załącznika Nr 1) % przychodu.

3. Trzecia kara określona w niniejszej decyzji jest wymierzana w związku ze stosowaniem przez Bogdana K. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych kolejno w pkt. III – VI niniejszej decyzji. Praktyki te polegają na niedopełnianiu obowiązków informacyjnych w zakresie:

- informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji,
- potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji,
- potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat zasad zapłaty ceny,
- potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat terminu dostawy.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 1), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 1).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II 3a Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli kwotę w wysokości 5 478,45 zł (słownie: pięciu tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych czterdziestu pięciu groszy).

Uzasadnienie dla określenia kwoty bazowej w tej wysokości stanowi fakt, że kara ta dotyczy czterech praktyk dotyczących niedopełnienia obowiązków informacyjnych, które ujawniają się na etapie przed zawarciem umowy (pkt. III) oraz na etapie zawierania lub wykonywania umowy (pkt IV - VI), przy czym zachowania te są wzajemnie powiązane i wzajemnie się wzmacniają, co uzasadnia ich łączną ocenę. W tym miejscu dodać trzeba, że fakt, iż praktyki wymienione w pkt. IV – VI niniejszej decyzji można zaklasyfikować, jako praktyki ujawniające się albo na etapie zawierania umowy, albo jej wykonywania, wynika z tego, że sporządzenie pisemnego potwierdzenia warunków zawieranej na odległość umowy może być dokonane najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, czyli zarówno przy zawieraniu umowy, jak i już po jej zawarciu, przy czym w niniejszym przypadku dochodzi do tego faktycznie po zawarciu umów. Praktyki te mają charakter długotrwały, gdyż trwają od 2004r. W przypadku praktyk polegających na niepodawaniu ww. informacji w wystawianych konsumentom potwierdzeniach zawarcia umów uznano, że ich waga była relatywnie niewielka. Powyższa ocena wynika z tego, że konsumenci zasadniczo mogli zapoznać się z przewidywanymi regulacjami przed zawarciem umów, przy czym uwzględniono fakt, że takie rozwiązanie było obciążone ryzykiem dokonania przez przedsiębiorcę zmian już po zawarciu umowy lub błędnym, czy nieprawidłowym spełnieniu uzgodnionego świadczenia np. w innym terminie. Na tym etapie uwzględniono także okoliczność, że w jednym przypadku wymagane informacje nie były podawane w żadnym stadium, co odnosi się do informacji o miejscu i zasadach składania reklamacji w związku z niezgodnością towaru z umową. Miarkując niniejszą karę zwrócono również uwagę na to, że rozważane zaniechania zasadniczo nie powodowały wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy nałożenia na nich nowych obowiązków, jednakże powodowały one niedoinformowanie konsumentów w wymienionych zakresach na różnych etapach, co łącznie mogło prowadzić do negatywnie wpływać na sytuacją konsumentów np. powodując utrudnienia w dochodzeniu roszczeń.

Rozważane praktyki ujawniły się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mieli swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą i wybór ten nie był ograniczony poprzez znikomą liczbę uczestników danego rynku.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest okoliczność zaniechania stosowania praktyk wymienionych w pkt. III – VI. Jako okoliczność łagodzącą uwzględniono fakt, że przedsiębiorca dokonał zmian, które choć nie doprowadziły do zaniechania stosowania praktyk wymienionych w ww. punktach niniejszej decyzji, to stanowiły przejaw woli dostosowania jego zachowania do obowiązujących wymogów prawa. Okolicznością obciążającą jest natomiast w niniejszej sprawie znaczny zasięg terytorialny oddziaływania kwestionowanych praktyk, tj. zasięg ogólnokrajowy. Po uwzględnieniu ww. okoliczności łagodzącej i obciążającej kwotę bazową pozostawiono na niezmiennym poziomie, gdyż okoliczność łagodząca, jaka wystąpiła w niniejszej sprawie spowodowała obniżenie kwoty bazowej o 20%, a okoliczność obciążająca jej podwyższenie o 20%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy

o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. III – VI sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 5 478 zł (słownie: pięć tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych).

4. Ostatnia kara, jaką wymierza się Bogdanowi K., wiąże się ze stosowaniem praktyk opisanych w punktach VII i VIII niniejszej decyzji, a więc praktyk polegających na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat:

- imion i nazwisk przedsiębiorców oraz organu rejestrowego obu przedsiębiorców,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 1, dowód: karta nr 83), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 1).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 4a Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie 4 565,37 zł (słownie: czterech tysięcy pięciuset sześćdziesięciu pięciu złotych trzydziestu siedmiu groszy).

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania dwóch praktyk wymienionych powyżej, które ujawniają się na etapie zawierania lub wykonywania umowy, co wynika z faktu, że sporządzenie pisemnego potwierdzenia warunków zawieranej na odległość umowy może być dokonane tak w chwili zawarcia umowy, jak i później, jednak nie dalej niż w momencie przystąpienia do realizacji umowy przez przedsiębiorcę. W rozważanym przypadku potwierdzenia faktycznie są sporządzane po zawarciu umów.

Kara ta dotyczy niedopełniania obowiązku polegającego na potwierdzaniu konsumentom, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, kluczowej informacji dotyczącej imienia i nazwiska przedsiębiorcy oraz jego wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Brak informacji w tym zakresie może uniemożliwić skuteczne dochodzenie przez konsumenta roszczeń, gdyż nie będzie on w stanie wskazać na podstawie potwierdzenia zawarcia umowy zobowiązanego podmiotu. Kara ta dotyczy także niedopełniania obowiązku w zakresie potwierdzania na piśmie informacji o możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość w określonym prawem terminie. Biorąc pod uwagę fakt, że uprawnienie do odstąpienia od umowy bez podawania przyczyn jest kluczowym jednym z najważniejszych przy zawieraniu umów na odległość, oraz uwzględniając okoliczność, że konsument wykonując pewne czynności uprawnienia tego może się pozbawić, nieprzekazywanie konsumentom informacji w tym zakresie może wywoływać poważne skutki. Powyższe świadczy o stosunkowo dużej wadze rozważanych praktyk. Jednocześnie zważyć należy, iż były one długotrwałe, albowiem trwały od 2004r. do 2009r. Powyższe okoliczności są nieco

łagodzone przez fakt, że przedmiotowe praktyki ujawniły się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mieli swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą i wybór ten nie był ograniczony poprzez znikomą liczbę uczestników danego rynku.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Jako okoliczność łagodzącą należało uwzględnić fakt zaniechania przez przedsiębiorcę stosowania praktyk określonych w pkt. VII oraz VIII niezwłocznie po wszczęciu przeciwko niemu postępowania administracyjnego. W niniejszej sprawie wystąpiła także okoliczność obciążająca, za którą uznano ogólnopolski zasięg terytorialny rozważanych naruszeń prawa.

Uwzględnienie obu ww. okoliczności doprowadziło do obniżenia kwoty bazowej o 30% oraz równoczesnego jej podwyższenia o 20%, co łącznie spowodowało jej obniżenie o 10%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. VII oraz VIII sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 4 109 zł (słownie: czterech tysięcy dziewięciu złotych).

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: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.

Ad X

Kary określone w tym punkcie decyzji są kalkulowane w sposób identyczny do tego, jaki został przyjęty w odniesieniu do kar opisanych w pkt. IX niniejszej decyzji i w oparciu o te same przepisy art. 106 ust. 1 pkt 4 i 111 u.o.k.k. Także i te kary mają spełnić funkcję represyjną, prewencyjną oraz edukacyjną.

Przemysław G. prowadzi działalność gospodarczą w ramach spółki cywilnej. W związku z tym, że wspólnikowi takiej spółki przysługuje status przedsiębiorcy, kary wymierzone w niniejszej sprawie nie obciążają spółki, lecz przedsiębiorcę. Z uwagi na to, że z przekazanych w toku postępowania informacji i dokumentów wynika, iż Przemysław G. i jego wspólnik mają jednakowy wpływ na funkcjonowanie prowadzonej przez nich spółki cywilnej, jednakowo powinna obciążać ich również odpowiedzialność za zaistniałe nieprawidłowości. Stąd kary za poszczególne praktyki są wymierzone z uwzględnieniem tych samych okoliczności, a w konsekwencji w tej samej wysokości dla obu przedsiębiorców.

1. Pierwsza kara pieniężna nakładana w niniejszym przypadku jest związana ze stosowaniem przez Przemysława G. jednej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu w obrocie konsumenckim postanowienia, na mocy którego ograniczono prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni w przypadku dostarczenia konsumentowi towaru dotkniętego uszkodzeniami mechanicznymi.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 2, dowód: karta nr 80), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 2).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 1a Załącznika Nr 2) % przychodu, czyli 3 195,76 zł (słownie: trzech tysięcy stu dziewięćdziesięciu pięciu złotych siedemdziesięciu sześciu groszy). Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania jednej praktyki, która ujawniała się na etapie zawierania kontraktu i której stosowanie wpływało na treść umowy. Miarkując karę wzięto pod uwagę, że kwestionowana regulacja ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawartych na odległość wbrew regulacji ustawowej. Z drugiej jednak strony sytuacja ta nie pozbawia konsumentów wszelkich instrumentów, jakimi mogą się oni posłużyć. Mogą oni bowiem skorzystać z uprawnień wynikających z ustawy o sprzedaży konsumenckiej. W kontekście niniejszej sprawy istotne jest jednak to, że konsumenci nie uzyskują pełnej informacji na temat tego, jak z uprawnień wynikających z ww. ustawy skorzystać. To z kolei powoduje, że konsumenci, choć formalnie mogą posłużyć się instrumentami w niej określonymi, to pozostają niedoinformowani w kwestii trybu, procedury, w jakim może to nastąpić. Instytucja prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość służy wyrównaniu tworzących się przy tym dysproporcji w zakresie sił stron umów. Nawet częściowe ograniczenie tego prawa bezsprzecznie pogarsza, osłabia i to w nieuzasadniony sposób, sytuację konsumentów. Praktykę tę uznano za długotrwałą, gdyż jest ona stosowana od 2004r.

Wpływ na wymiar kary miała również okoliczność, jakiego rodzaju kontraktów dotyczy przedmiotowa praktyka, specyfika rynku, na jakim ujawniła się ona. Na rynku tym działa wiele konkurujących ze sobą podmiotów, co powoduje, że konsumenci mogą swobodnie decydować, z którym z przedsiębiorców zawrą umowę, wobec czego panujące okoliczności nie wymuszają na konsumentach zawierania umów z konkretnym przedsiębiorcą.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest pozytywna reakcja przedsiębiorcy na wszczęcie niniejszego postępowania. Istotne jest to, że przedsiębiorca podjął działania, które w jego mniemaniu miały wyeliminować stwierdzone nieprawidłowości. Choć Prezes Urzędu nie podziela stanowiska, zgodnie z którym wprowadzone modyfikacje są wystarczające, to należy przyjąć, że przedsiębiorca działał w dobrej wierze i starał się wyeliminować zarzucane mu nieprawidłowości. Okolicznością obciążającą, którą należało uwzględnić w procesie miarkowania niniejszej kary, jest znaczny zasięg terytorialny, na jakim ujawnia się rozważana praktyka. Zasięg ten można określić, jako ogólnopolski. Ww. okoliczności równoważą się, gdyż okoliczność łagodząca, jaka wystąpiła w niniejszej sprawie spowodowała obniżenie kwoty bazowej o 20%, a okoliczność obciążająca jej podwyższenie o 20%, wobec czego wysokość wcześniej ustalonej kwoty bazowej nie uległa zmianie.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy

o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. I sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 3 196 zł (słownie: trzech tysięcy stu dziewięćdziesięciu sześciu złotych), co stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 1b Załącznika Nr 2) % przychodu.

2. Druga kara nałożona na Przemysława G. została wymierzona w związku ze stosowaniem praktyki opisanej w pkt. II niniejszej decyzji. Praktyka ta polega na stosowaniu postanowienia tożsamego z klauzulą wpisaną do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, na mocy której wyłączono odpowiedzialność przedsiębiorcy za rozbieżności pomiędzy opisem oferowanych towarów, a ich faktycznymi właściwościami.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 2, dowód: karta nr 80), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 2).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 2a Załącznika Nr 2) % przychodu, czyli na poziomie 2 282,68 zł (słownie: dwóch tysięcy dwustu osiemdziesięciu dwóch złotych sześćdziesięciu ośmiu złotych).

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania praktyki polegającej na stosowaniu jednej klauzuli tożsamej z postanowieniami wpisanymi do rejestru, na mocy której doszło do ograniczenia odpowiedzialności przedsiębiorcy względem konsumentów. Uwzględniając specyfikę działalności przedsiębiorcy należy stwierdzić, że znaczenie rozważanej regulacji jest stosunkowo duże. Przy zawieraniu umów na odległość, w przypadku których konsumenci mogą zapoznać się z parametrami oferowanych produktów jedynie w drodze lektury zamieszczonych w Internecie specyfikacji, informacje podawane w takich specyfikacjach mają rozstrzygające znaczenie przy dokonywaniu wyboru. Z drugiej jednak strony przepisy prawa przewidują rozwiązania chroniące konsumentów na wypadek otrzymania przez nich towaru niezgodnego z zawartą umową, które w pewnym stopniu neutralizują siłę oddziaływania kwestionowanej klauzuli, dając konsumentom możliwości reagowania w przypadku wystąpienia określonych nieprawidłowości i to niezależnie od woli przedsiębiorcy. Praktyka ta, choć potencjalnie mogła dotknąć każdego z konsumentów dokonujących zakupów za pośrednictwem Internetu, ujawniała się na rynku, na którym działa wielu przedsiębiorców. To powoduje, że konsumenci mogą swobodnie wybierać swego kontrahenta, co z kolei powoduje, że narzucanie określonych warunków przez przedsiębiorcę działającego na rynku, na którym mamy do czynienia ze znaczną dekoncentracją, ma ograniczoną siłę oddziaływania. Niniejszą praktykę należało uznać za długotrwałą, gdyż trwa ona od 2004r.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary.

W rozważanym zakresie nie wystąpiły okoliczności łagodzące, natomiast wystąpiła jedna okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu geograficznego rozważanej praktyki, tj.

zasięgu ogólnokrajowego, który wzmacnia siłę oddziaływania praktyki. Skutkiem uwzględnienia powyżej wskazanej okoliczności było podwyższenie kwoty bazowej o 20% do poziomu 2 739 zł (słownie: dwóch tysięcy siedmuset trzydziestu dziewięciu złotych).

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. II sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 2 739 zł (słownie: dwóch tysięcy siedmuset trzydziestu dziewięciu złotych), co stanowi niemal [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 2b Załącznika Nr 2) % przychodu.

3. Trzecia kara określona w niniejszej decyzji jest wymierzana w związku ze stosowaniem przez Przemysława G. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych kolejno w pkt. III – VI niniejszej decyzji. Praktyki te polegają na niedopełnianiu obowiązków informacyjnych w zakresie:

- informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji,
- potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji,
- potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat zasad zapłaty ceny,
- potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat terminu dostawy.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 1 Załącznika Nr 2, dowód: karta nr 80), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt I 2 Załącznika Nr 2).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 3a Załącznika Nr 2) % przychodu, czyli kwotę w wysokości 5 478,45 zł (słownie: pięciu tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych czterdziestu pięciu groszy).

Uzasadnienie dla określenia kwoty bazowej w tej wysokości stanowi fakt, że kara ta dotyczy czterech praktyk dotyczących niedopełnienia obowiązków informacyjnych, które ujawniają się na etapie przed zawarciem umowy (pkt. III) oraz na etapie zawierania lub wykonywania umowy (pkt IV - VI), przy czym zachowania te są wzajemnie powiązane i wzajemnie się wzmacniają, co uzasadnia ich łączną ocenę. W tym miejscu dodać trzeba, że fakt, iż praktyki wymienione w pkt. IV – VI niniejszej decyzji można zaklasyfikować, jako praktyki ujawniające się albo na etapie zawierania umowy, albo jej wykonywania, wynika z tego, że sporządzenie pisemnego potwierdzenia warunków zawieranej na odległość umowy może być dokonane najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, czyli zarówno przy zawieraniu umowy, jak i już po jej zawarciu, przy czym w niniejszym przypadku dochodzi do

tego faktycznie po zawarciu umów. Praktyki te mają charakter długotrwały, gdyż trwają od 2004r. W przypadku praktyk polegających na niepodawaniu ww. informacji w wystawianych konsumentom potwierdzeniach zawarcia umów uznano, że ich waga była relatywnie niewielka. Powyższa ocena wynika z tego, że konsumenci zasadniczo mogli zapoznać się z przewidywanymi regulacjami przed zawarciem umów, przy czym uwzględniono fakt, że takie rozwiązanie było obciążone ryzykiem dokonania przez przedsiębiorcę zmian już po zawarciu umowy lub błędnym, czy nieprawidłowym spełnieniu uzgodnionego świadczenia np. w innym terminie. Na tym etapie uwzględniono także okoliczność, że w jednym przypadku wymagane informacje nie były podawane w żadnym stadium, co odnosi się do informacji o miejscu i zasadach składania reklamacji w związku z niezgodnością towaru z umową. Miarkując niniejszą karę zwrócono również uwagę na to, że rozważane zaniechania zasadniczo nie powodowały wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy nałożenia na nich nowych obowiązków, jednakże powodowały one niedoinformowanie konsumentów w wymienionych zakresach na różnych etapach, co łącznie mogło prowadzić do negatywnie wpływać na sytuacją konsumentów np. powodując utrudnienia w dochodzeniu roszczeń.

Rozważane praktyki ujawniły się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mieli swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą i wybór ten nie był ograniczony poprzez znikomą liczbę uczestników danego rynku.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest okoliczność zaniechania stosowania praktyk wymienionych w pkt. III – VI. Jako okoliczność łagodzącą uwzględniono fakt, że przedsiębiorca dokonał zmian, które choć nie doprowadziły do zaniechania stosowania praktyk wymienionych w ww. punktach niniejszej decyzji, to stanowiły przejaw woli dostosowania jego zachowania do obowiązujących wymogów prawa. Okolicznością obciążającą jest natomiast w niniejszej sprawie znaczny zasięg terytorialny oddziaływania kwestionowanych praktyk, tj. zasięg ogólnokrajowy.

Po uwzględnieniu ww. okoliczności łagodzącej i obciążającej kwotę bazową pozostawiono na niezmiennym poziomie, gdyż okoliczność łagodząca, jaka wystąpiła w niniejszej sprawie spowodowała obniżenie kwoty bazowej o 20%, a okoliczność obciążająca jej podwyższenie o 20%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. III – VI sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 5 478 zł (słownie: pięciu tysięcy czterystu siedemdziesięciu ośmiu złotych).

4. Ostatnia kara, jaką wymierza się Przemysławowi G., wiąże się ze stosowaniem praktyk opisanych w punktach VII i VIII niniejszej decyzji, a więc praktyk polegających na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat:

- imion i nazwisk przedsiębiorców oraz organu rejestrowego obu przedsiębiorców,

- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem ustawowych wyjątków.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2009r. Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2009r. wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I 1 Załącznika Nr 2, dowód: karta nr 80), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I 2 Załącznika Nr 2).

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II 4a Załącznika Nr 2) % przychodu, czyli na poziomie 4 565,37 zł (słownie: czterech tysięcy pięciuset sześćdziesięciu pięciu złotych trzydziestu siedmiu groszy).

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania dwóch praktyk wymienionych powyżej, które ujawniają się na etapie zawierania lub wykonywania umowy, co wynika z faktu, że sporządzenie pisemnego potwierdzenia warunków zawieranej na odległość umowy może być dokonane tak w chwili zawarcia umowy, jak i później, jednak nie dalej niż w momencie przystąpienia do realizacji umowy przez przedsiębiorcę. W rozważanym przypadku potwierdzenia faktycznie są sporządzane po zawarciu umów.

Kara ta dotyczy niedopełniania obowiązku polegającego na potwierdzaniu konsumentom, najpóźniej w momencie rozpoczęciu spełniania świadczenia, kluczowej informacji dotyczącej imienia i nazwiska przedsiębiorcy oraz jego wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Brak informacji w tym zakresie może uniemożliwić skuteczne dochodzenie przez konsumenta roszczeń, gdyż nie będzie on w stanie wskazać na podstawie potwierdzenia zawarcia umowy zobowiązanego podmiotu. Kara ta dotyczy także niedopełniania obowiązku w zakresie potwierdzania na piśmie informacji o możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość w określonym prawem terminie. Biorąc pod uwagę fakt, że uprawnienie do odstąpienia od umowy bez podawania przyczyn jest kluczowym jednym z najważniejszych przy zawieraniu umów na odległość, oraz uwzględniając okoliczność, że konsument wykonując pewne czynności uprawnienia tego może się pozbawić, nieprzekazywanie konsumentom informacji w tym zakresie może wywoływać poważne skutki. Powyższe świadczy o stosunkowo dużej wadze rozważanych praktyk. Jednocześnie zważyć należy, iż były one długotrwałe, albowiem trwały od 2004r. do 2009r., czyli ponad rok. Powyższe okoliczności są nieco łagodzone przez fakt, że przedmiotowe praktyki ujawniły się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mieli swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą i wybór ten nie był ograniczony poprzez znikomą liczbę uczestników danego rynku.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Jako okoliczność łagodzącą należało uwzględnić fakt zaniechania przez przedsiębiorcę stosowania praktyk określonych w pkt. VII oraz VIII niezwłocznie po wszczęciu przeciwko niemu postępowania administracyjnego. W niniejszej sprawie wystąpiła także okoliczność obciążająca, za którą uznano ogólnopolski zasięg terytorialny rozważanych naruszeń prawa. Uwzględnienie obu ww. okoliczności doprowadziło do obniżenia kwoty bazowej o 30% oraz równoczesnego jej podwyższenia o 20%, co łącznie spowodowało jej obniżenie o 10%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. VII oraz VIII sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 4 109 zł (słownie: czterech tysięcy dziewięciu złotych), a więc na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II 4b Załącznika Nr 2) % przychodu.

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: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Ad XI

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 w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I - VIII sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Bogdana K. kosztami postępowania w wysokości 12,75 zł (słownie: dwunastu złotych siedemdziesięciu pięciu groszy).

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 uprawomocnienia się decyzji.

Ad XII

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 w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I - VIII sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Przemysława G. kosztami postępowania w wysokości 12,75 zł (słownie: dwunastu złotych siedemdziesięciu pięciu groszy).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

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

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie XI i XII niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kpc, można wnieść 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 niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Maciej Fragsztajn