

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 06. 05. 2005r.

RKT – 61 – 29/05/AD

DECYZJA Nr RKT – 28/2005

I. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Poznańska 38/5,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki** polegające na:

1. Niepotwierdzeniu konsumentowi na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji wskazanych w art. 9 ust. 1 ustawy z 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 w/w ustawy;
2. Nieinformowaniu konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

i nakazuje się zaniechanie ich stosowania.

II. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 oraz Nr 96, poz. 959) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Poznańska 38/5,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23d w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy stwierdza się, że z uwagi na treść zapisu art. 66¹ § 4 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.), **praktyki polegające na:**

1. Nieinformowaniu konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, czego dotyczy art. 66¹ § 2 pkt 3 ustawy Kodeks cywilny ,
2. Nieinformowaniu konsumentów o sposobach korygowania błędów w zamówieniu, czego dotyczy art. 66¹ § 2 pkt 4 Kc;
3. Nieinformowaniu konsumentów o językach, w jakich umowa sprzedaży może być zawarta, czego dotyczy art. 66¹ § 2 pkt 5 Kc;

4. Niezamieszczeniu informacji o stosowanych przy zawieraniu z konsumentami umów kodeksach etycznych, czego dotyczy art. 66¹ § 2 pkt 6 Kc
nie naruszają zbiorowych interesów konsumentów.

III. Na podstawie art. 23c ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm. Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652; Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) oraz stosowanie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Poznańska 38/5,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

określa się „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w celu wykonania nakazu określonego w pkt I sentencji niniejszej decyzji, polegające na zaniechaniu, do dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, stosowania praktyk określonych w pkt I 1-2 niniejszej decyzji, do czego należy doprowadzić poprzez realizację obowiązków określonych w art. 9 ust. 1 pkt 8 oraz art. 9 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz.U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz.U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) oraz stosowanie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Poznańska 38/5,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

postanawia się zobowiązać „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 35 zł (słownie: trzydzieści pięć złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zwaną dalej przedsiębiorcą lub spółką). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie www.gigant.pl, za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło dojść do naruszenia przepisów Kodeksu cywilnego oraz ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, co może prowadzić do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że *„1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479 (45) Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej,*

prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów” (karty 9 – 21). Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy Kodeks cywilny w wyniku nieinformowania konsumentów o sposobach korygowania błędów w zamówieniu, nieinformowania o językach, w jakich umowa może zostać zawarta, nieinformowania konsumentów przed zawarciem umowy o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, nieinformowania konsumentów o metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu i korygowaniu błędów we wprowadzonych danych, które jest obowiązany udostępnić drugiej stronie, niezamieszczenia na swojej stronie internetowej informacji o stosowanych kodeksach etycznych (karty 9 – 12) oraz do naruszenia ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny w wyniku nieinformowania konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, jak również poprzez niepotwierdzanie konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji określonych w art. 9 ust. 1 tej ustawy (karty 9, 11). Z uwagi na powyższe wszczęto przeciwko „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z urzędu postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (karty 3 - 4). W toku niniejszego postępowania ustalono, że Spółka „Turnaround” z siedzibą w Warszawie działa na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 19. 09. 2001r. pod numerem KRS: 0000045055 (karta 30).

W toku niniejszego postępowania Przedsiębiorca przekazał organowi antymonopolowemu dokumenty rejestrowe (karty 30 – 35), wydruk aktualnie stosowanego „Regulaminu” (karty 36 – 45), jak również wydruk strony internetowej zawierającej informacje o spółce (karta 77), informacje o oferowanym produkcie (karty 75 – 76), wydruki, na których utrwalono kolejne kroki składania zamówienia (karty 81 – 83) oraz potwierdzenia zamówień wysyłane konsumentom za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty 71 – 72).

Organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Do umów zawieranych na odległość stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego. Ponadto umowy tego rodzaju podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu, wynikającemu ustawy z 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), jak również z ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej uoonpk). Umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają szczególnej regulacji prawnej, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na w/w regulację, zawartą w art. 6 ust. 1 uoonpk, by daną umowę zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać spełnione trzy przesłanki tj. po pierwsze strony umowy nie mogą jednocześnie znajdować się w tym samym miejscu, po drugie umowa ta zawierana jest pomiędzy konsumentem, a przedsiębiorcą i po trzecie przedsiębiorca musi prowadzić działalność w ten sposób, że wykorzystuje środki porozumiewania się na odległość. Podejmowanie działań niezgodnych z w/w przepisami może prowadzić do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie bezprawne działanie przedsiębiorcy, które godzi w zbiorowe interesy konsumentów. By stwierdzić naruszenie art. 23 a w/w ustawy muszą zostać spełnione dwie przesłanki, tj. działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności oraz musi ono godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Należy zwrócić uwagę, iż zapis ten nie odnosi się do indywidualnych interesów poszczególnych uczestników rynku, lecz do interesów ogółu konsumentów, konsumentów jako grupy. Do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może dojść poprzez podejmowanie przez przedsiębiorcę działań niezgodnych z przepisami prawa

lub poprzez zaniechanie wynikające z niedopełnienia obowiązku wynikającego z określonych przepisów prawa.

W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.

I.

1. „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie naruszyła art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji wskazanych w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 uoonpk (karty 9, 11). Art. 9 ust. 1 w/w ustawy wskazuje, że konsument powinien być poinformowany o nazwie i adresie siedziby przedsiębiorcy, a także organie rejestrującym go, istotnych właściwościach świadczenia, cenie, zasadach zapłaty ceny, kosztach, terminie i sposobie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, terminie związania ofertą lub informacją o cenie, miejscu i sposobie składania reklamacji.

Nieotrzymanie przez konsumenta pisemnego potwierdzenia w/w informacji może prowadzić do trudności dowodowych w przypadku rozstrzygnięcia sporu sądowego powstałego na tle zawartej na odległość umowy sprzedaży. W obecnej sytuacji konsument dysponuje jedynie elektronicznym potwierdzeniem zawarcia umowy, które nie posiada cech dokumentu, a dodatkowo jego treść nie obejmuje wszystkich danych wymienionych powyżej (karta 72). Art. 78 § 1 Kc stanowi, że *„do zachowania pisemnej formy czynności prawnej wystarcza złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli, z których każdy jest podpisany przez jedną ze stron, lub dokumentów, z których każdy obejmuje treść oświadczenia woli jednej ze stron i jest przez nią podpisany”*. Z powyższego wynika więc, że by można było uznać, iż zachowano formę pisemną określonej czynności, podmiot musi złożyć własnoręczny podpis. W niniejszym przypadku przedsiębiorca nie potwierdzał powyższych informacji w formie pisemnej. Z uwagi na fakt, że w/w praktyka była stosowana w stosunku do wszystkich konsumentów zawierających z przedsiębiorcą umowy na odległość, doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Na mocy art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bezprawne działanie przedsiębiorcy, godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Stąd, na mocy art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało orzec, że niniejsza praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazać zaniechanie jej stosowania.

2. Spółka „Turnaround” z siedzibą w Warszawie nie informuje konsumentów, z którymi zawiera umowy sprzedaży na odległość, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (karty 9, 11). Posiadanie w/w informacji daje pewność, że w określonym terminie oferta lub jej część dotycząca ceny nie ulegnie zmianie i konsument będzie miał możliwość zawarcia umowy na warunkach, z jakimi się zapoznaje. Powyższa praktyka dotyka wszystkich konsumentów. Uwzględniając regulację art. 9 ust. 3 uoonpk należało uznać, że działanie polegające na nieinformowaniu o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, nosi znamiona działania bezprawnego, a jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, gdyż jest stosowana przy zawieraniu umów ze wszystkimi osobami. W związku z powyższym, na mocy art. 23 c ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów orzeczono, że powyższa praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazano zaniechanie jej stosowania.

II.

1. Art. 66¹ § 2 pkt 3 Kodeksu cywilnego stanowi, że *„Przedsiębiorca składający ofertę w postaci elektronicznej jest obowiązany przed zawarciem umowy poinformować drugą stronę w sposób jednoznaczny i zrozumiały o: (...) zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (...)”*. „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie informuje konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania udostępniania im treści zawieranej umowy (karty 13 – 21, 62 – 70). Powyższe nie stanowi jednak naruszenia prawa, gdyż w myśl art. 66¹ § 4 Kc przedmiotowy obowiązek nie powstaje, gdy do zawarcia umowy dochodzi za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. W niniejszym przypadku umowy zawierane są za pośrednictwem strony internetowej spółki „Turnaround”. Konsument wybiera interesujący go produkt poprzez złożenie zamówienia za pośrednictwem strony internetowej przedsiębiorcy o adresie www.gigant.pl. (karty 81–83), z wykorzystaniem specjalnie stworzonego w tym celu formularza przesyłanego przedsiębiorcy. Następnie spółka potwierdza za pośrednictwem poczty elektronicznej fakt złożenia zamówienia informując o numerze, pod jakim dane zamówienie zostało przyjęte oraz wskazuje, co jest przedmiotem zamówienia (karta 71), a po zaakceptowaniu w/w zamówienia, przesyła e-mail informujący o zaakceptowaniu złożonego zamówienia (karta 72), a więc o tym, że doszło do zawarcia umowy. Konsument ma możliwość śledzenia stanu realizacji zamówienia po zalogowaniu się na stronie internetowej sklepu (karty 73 – 74). W niniejszym przypadku zostają więc spełnione przesłanki określone w art. 66¹ § 4 kc, gdyż do zawarcia umowy dochodzi z wykorzystaniem indywidualnego środka porozumiewania się na odległość podobnego do poczty elektronicznej tj. z wykorzystaniem w/w formularza, z pomocą którego konsument przekazuje treść swojego zamówienia. W odpowiedzi na otrzymane zamówienie przedsiębiorca przesyła dwa listy za pośrednictwem poczty elektronicznej. Pierwszy stanowi potwierdzenie, że konsument złożył zamówienie (karta 71), natomiast w drugim informuje się konsumenta, że doszło do zawarcia umowy o określonej treści (karta 72). Art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że *„Jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23 a, Prezes Urzędu wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów”*. Z uwagi na powyższe, na mocy art. 23 d w/w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należało orzec, jak w punkcie II 1 sentencji niniejszej decyzji.

2. „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie informowała konsumentów o metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu i korygowaniu błędów we wprowadzonych danych (karty 9, 11). Obowiązek taki nakłada na przedsiębiorców ustawodawca w art. 66¹ § 2 pkt 4 Kc. Jednocześnie art. 66¹ § 4 Kc stanowi, że jeśli do zawarcia umowy dochodzi za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość przepisu art. 66¹ § 2 nie stosuje się. W niniejszym przypadku konsumenci składają zamówienia z wykorzystaniem specjalnego formularza zamieszczonego na stronie internetowej o adresie www.gigant.pl, (karty 81 – 83), w odpowiedzi na co otrzymują potwierdzenie złożenia zamówienia (karta 71) oraz potwierdzenie, że zamówienie zostało zaakceptowane (karta 72), a więc informujące, że doszło do zawarcia umowy. Umowy zawierane przez spółkę „Turnaround” z konsumentami na odległość są zawierane z wykorzystaniem poczty elektronicznej oraz środka indywidualnego porozumiewania się na odległość podobnego do poczty elektronicznej tj. w/w formularza. Powyższe wskazuje, że w niniejszym przypadku zostały spełnione przesłanki określone w art. 66¹ § 4 Kc.

W myśl art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeśli nie zachodzą okoliczności wskazane w art. 23 a w/w ustawy, tj. jeśli działania podejmowane przez przedsiębiorcę są zgodne z prawem i nie naruszają zbiorowych interesów konsumentów, wydaje się decyzję stwierdzającą, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów

konsumentów. W związku z tym, na mocy art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należało orzec, że praktyka polegająca na nieinformowaniu o metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu błędów oraz ich korygowaniu, nie narusza w niniejszym przypadku zbiorowych interesów konsumentów.

Ponadto w toku niniejszego postępowania przedsiębiorca poinformował, że od dnia 07. 02. 2005r. informuje konsumentów o możliwości i sposobie korygowania błędów, co bezsprzecznie należy uznać za praktykę sprzyjającą ochronie interesów konsumentów, choć nie wymaganą przepisami prawa przypadku, gdy przedsiębiorca spełnia przesłanki określone w art. 66¹ § 4 Kc (karty 29, 63).

3. Art. 66¹ § 2 pkt 5 Kc nakłada na przedsiębiorców składających ofertę w postaci elektronicznej obowiązek poinformowania drugiej strony umowy przed jej zawarciem o językach, jakich umowa może zostać zawarta. „Turnaround” Sp. z o. o. nie informuje konsumentów o powyższym (karty 9, 11, 62 - 70). W niniejszym przypadku nie dochodzi jednak do naruszenia art. 66¹ § 2 pkt 5 Kc, gdyż art. 66¹ § 4 Kc stanowi, że obowiązek taki nie spoczywa na przedsiębiorcach, którzy zawierają umowy za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. Konsumentów zawierający z „Turnaround” Sp. z o.o. umowy na odległość, składają zamówienie wykorzystując formularz zamówienia zamieszczony na stronie internetowej przedsiębiorcy (karty 81 – 83), a następnie otrzymują potwierdzenie złożenia tego zamówienia (karta 71) oraz potwierdzenie przyjęcia zamówienia (karta 72). Oba potwierdzenia przesyłane są za pośrednictwem poczty elektronicznej. W niniejszym przypadku zostają więc spełnione przesłanki z art. 66¹ § 4 Kc, z uwagi na co należy stwierdzić, że na przedsiębiorcy nie ciąży obowiązek informowania o powyższym. By określone działanie przedsiębiorcy zakwalifikować jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, działanie to musi nosić znamiona bezprawności oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów. W związku z tym, że praktyka stosowana przez „Turnaround” Sp. z o.o., polegająca na nieinformowaniu o językach, w jakich może być zawarta umowa, jest zgodna z art. 66¹ § 4 Kc, na mocy art. 23d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało orzec, że praktyka ta nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

4. Art. 66¹ § 2 pkt 6 Kc stanowi, że przedsiębiorca składający ofertę w postaci elektronicznej jest obowiązany poinformować drugą stronę o kodeksach etycznych, które stosuje, oraz o ich dostępności w postaci elektronicznej. Obowiązek taki nie został jednak nałożony na przedsiębiorcę, który zawiera z konsumentami umowy na odległość z wykorzystaniem poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. Spółka „Turnaround” przy zawieraniu umów z konsumentami wykorzystuje zarówno środki porozumiewania się na odległość podobne do poczty elektronicznej, gdyż konsumentów składają zamówienia wykorzystując formularz zamieszczony na stronie internetowej o adresie www.gigant.pl (karty 81-83), jak i pocztę elektroniczną, gdyż tą właśnie drogą przesyłane są potwierdzenia złożenia zamówienia (karta 71) i przyjęcia przedmiotowego zamówienia (karta 72). W związku z powyższym należało uznać, że zostały spełnione przesłanki wskazane w art. 66¹ § 4 Kc, zgodnie z którym, jeśli zaistnieją okoliczności wymienione w w/w przepisie, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do informowania konsumentów o kodeksach etycznych stosowanych przez przedsiębiorcę oraz o ich dostępności w postaci elektronicznej.

„Regulamin” sklepu internetowego prowadzonego przez Spółkę „Turnaround” zawiera od dnia 07. 02. 2005r. (karta 29) część zatytułowaną „Kodeks Etyczny Firmy”, w której przedsiębiorca informuje, że w w/w sklepie sprzedaje się wyłącznie produkty legalnego pochodzenia bezpośrednio od producentów i autoryzowanych importerów lub ich oficjalnych dystrybutorów. Zapis ten uzupełniono o deklarację dotyczącą jakości obsługi klientów sklepu. Pomimo nazwy tej części „Regulaminu” nie można uznać, iż faktycznie jest to kodeks etyczny. Za kodeks etyczny można uznać dokument inny niż regulamin oraz pozostałe wzorce

umowne stosowane przez przedsiębiorców przy zawieraniu z konsumentami umów, przyjęty przez przedstawicieli określonej branży, który zawiera wytyczne dotyczące prowadzonej przez nich działalności, nakłada na przedsiębiorców dodatkowe zobowiązania oraz określa sankcje stosowane w przypadku niewypełnienia powyższych zobowiązań. Z uwagi na powyższe część „Regulaminu”, która została zatytułowana „Kodeks Etyczny Firmy” należy potraktować jako deklarację należytego wykonania zobowiązania przez Spółkę „Turnaround”. W myśl art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *„Jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23a, Prezes Urzędu wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów”*, należało stwierdzić, że praktyka polegająca na nieinformowaniu konsumentów o stosowanych przez przedsiębiorcę kodeksach etycznych, w niniejszym przypadku nie stanowi praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

III. Art. 23 c ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż w decyzji stwierdzającej, że określona praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W celu wykonania nakazu określonego w pkt I niniejszej decyzji, odnoszącego się do zaniechania stosowania praktyk wskazanych w pkt. I 1 i I 2, zobowiązuje się „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie do wypełnienia obowiązków określonych w art. 9 ust. 1 pkt 8 i w art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, tj. obowiązków polegających na informowaniu konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący oraz na potwierdzaniu konsumentom na piśmie informacji wymienionych w art. 9 ust. 1 w/w ustawy, do czego ma dojść najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia.

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

Postępowanie w sprawie stosowania przez „Turnaround” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania organ antymonopolowy w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Spółkę „Turnaround” kosztami postępowania w wysokości 35 zł (słownie: trzydzieści pięć złotych).

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 dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

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

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

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral