

# **DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH**

Katowice, dnia 02. 01. 2006r.

RKT – 61 – 82/ 05/AD

## **DECYZJA Nr RKT - 01/2006**

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

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło w wyniku niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia następujących informacji, o jakich mowa w art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 tej ustawy:

- imieniu i nazwisku przedsiębiorcy,
- organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą i numerze, pod którym tego dokonano,
- zasadach zapłaty ceny,
- terminie i sposobie dostawy zamówionego towaru,
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz ze wskazaniem ustawowych wyjątków od tego prawa wynikających z art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie jest wiążąca oraz o
- miejscu i sposobie składania reklamacji

**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

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

1. Nieinformowanie konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod którym działalność tą zarejestrowano oraz o adresie siedziby przedsiębiorcy, wbrew obowiązkowi wynikającemu 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 ze zm.);

2. Nieinformowanie 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 stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 30. 08. 2005r.**

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

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się zobowiązać Dariusza Jerzego C., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Fan”, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 41 zł (słownie: czterdzieści jeden złotych).

### **Uzasadnienie**

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez Dariusza Jerzego C., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Fan” w Kielcach (zwanego dalej przedsiębiorcą). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie [www.fan.pl](http://www.fan.pl), za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej uonpk), a poprzez to do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej dalej także ustawą antymonopolową). Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że do naruszenia przez przedsiębiorcę art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej mogło dojść w wyniku niedopełnienia przez niego obowiązków wskazanych w uonpk, w związku z czym, postanowieniem nr 1 z dnia 18. 07. 2005r. (karta nr 3) organ antymonopolowy wszczął niniejsze postępowanie pod następującymi zarzutami:

- nieinformowania konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod którym działalność tą zarejestrowano oraz o adresie siedziby przedsiębiorcy, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk,
  - nieinformowania 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 uonpk,
  - niepotwierdzania konsumentom na piśmie informacji, o jakich mowa 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 w/w ustawy.
- W odpowiedzi na pismo organu antymonopolowego z dnia 18. 07. 2005r. (karta nr 4), w którym poinformowano o wszczęciu niniejszego postępowania, przedsiębiorca przekazał dokumenty rejestrowe (karty nr 17 – 19) oraz kopie paragonów wystawianych konsumentom (karty nr 20, 23 i 26), natomiast w załączeniu do pisma z dnia 23. 09. 2005r. (karta nr 31) przedsiębiorca przesłał potwierdzenia, jakie za pośrednictwem poczty elektronicznej

otrzymują konsumenci dokonujący zakupów w sklepie działającym na stronie internetowej [www.fan.pl](http://www.fan.pl) (karty nr 32- 34). W załączeniu do pisma z dnia 25. 11. 2005r. (karta nr 39) Dariusz C. przekazał Regulamin zakupów w sklepie internetowym [www.fan.pl](http://www.fan.pl) (karty nr 40 – 41, zwany dalej także regulaminem zakupów), który w obecnym brzmieniu wszedł życie dnia 30. 08. 2005r. (kraty nr 39 i 41).

### **Organ antymonopolowy ustalił, co następuje.**

Dariusz C. prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą „Fan” w Kielcach na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Kielce pod numerem (...) (karty nr 7 i 17). W ramach prowadzonej przez niego działalności zawierane są umowy sprzedaży na odległość z konsumentami przez internet, za pośrednictwem strony o adresie [www.fan.pl](http://www.fan.pl). W toku kontroli witryn internetowych przeprowadzonej przez organ antymonopolowy ustalono, że przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawieraniem umów o swoim imieniu i nazwisku, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod jakim tego dokonano, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący (karty nr 9 - 11). Dnia 30. 08. 2005r. dokonano modyfikacji treści regulaminu zakupów stosowanego przez przedsiębiorcę przy zawieraniu umów na odległość z konsumentami (karta nr 39) w ten sposób, że zamieszczono w nim informacje na temat imienia i nazwiska przedsiębiorcy, adresu miejsca prowadzenia przez niego działalności gospodarczej, organu rejestrowego i numeru, pod jakim przedsiębiorca został wpisany do ewidencji działalności gospodarczej (karta nr 40). Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że wbrew obowiązkowi określonymu w art. 9 ust. 3 uonpk, przedsiębiorca nie potwierdza na piśmie konsumentom, z którymi zostały zawarte umowy, informacji wymienionych w art. 9 ust. 1 uonpk (karty nr 9 i 11), tj. tych, które dotyczą imienia i nazwiska przedsiębiorcy, jego adresu, organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki, zasad zapłaty ceny, kosztów, terminu i sposobu dostawy towaru, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz ze wskazaniem ustawowych wyjątków, terminu, w jakim informacja o cenie lub wynagrodzeniu mają charakter wiążący, miejsca i sposobu składania reklamacji. W toku niniejszego postępowania ustalono, że przedsiębiorca potwierdza w/w dane w formie elektronicznej, tj. przysyłając konsumentom e-maile (karty nr 32 – 34). Przedsiębiorca wystawia także paragony (karty nr 20, 23 i 26), które zawierają informacje na temat nazwy sklepu, adresu prowadzenia działalności gospodarczej, numeru identyfikacji podatkowej przedsiębiorcy, daty, nazwy towaru, ceny wraz z podatkiem VAT, kosztów przesyłki. W w/w paragonach brak jest wzmianki na temat imienia i nazwiska przedsiębiorcy, organu, który zarejestrował jego działalność gospodarczą i numeru, pod którym tego dokonano, zasad zapłaty ceny, terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru, prawa odstąpienia od umowy, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie jest wiążąca oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji. Zgodnie z zapisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny przedsiębiorca, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, powinien sporządzić pisemne potwierdzenie najistotniejszych danych związanych z umową. W niniejszym przypadku przedmiotowego obowiązku nie dopełniono.

### **W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.**

Do umów zawieranych na odległość stosuje się przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt

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

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

Z powyższego wynika, że przedsiębiorca i konsument nie mogą jednocześnie pozostawać w tym samym miejscu, a ich kontakt musi następować z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, np. z wykorzystaniem poczty elektronicznej. By umowa podlegała regulacji ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny musi zostać zawarta z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, jeśli przedsiębiorca w taki sposób zorganizował swoją działalność, tj. przynajmniej część umów zawiera normalnie w ten sposób. Ustawodawca nałożył na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość rozbudowane obowiązki informacyjne. W art. 9 ust. 1 uonpk określono obowiązki poprzedzające zawarcie umowy. W myśl tego przepisu przedsiębiorca jest obowiązany do przedstawienia m. in. danych identyfikujących go oraz określających najistotniejsze kwestie związane z zawieraną umową, jej przedmiotem, sposobem i terminem realizacji, prawem do odstąpienia. Zgodnie z art. 9 ust. 3 uonpk po zawarciu umowy przedsiębiorca musi powyższe dane potwierdzić na piśmie.

Art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że *„1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów”*.

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

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

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

W przypadku, gdy dochodzi do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy na mocy art. 23 c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy i nakazuje zaniechanie jej stosowania. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy

konsumentów, stosownie do art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą zaniechanie stosowania określonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

I.

Analiza akt niniejszej sprawy wykazała, że Dariusz C., wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 uonpk, nie potwierdza na piśmie konsumentom, z którymi zawiera umowy na odległość, następujących informacji o:

- imieniu i nazwisku przedsiębiorcy,
- organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą i numerze, pod którym tego dokonano,
- zasadach zapłaty ceny,
- terminie i sposobie dostawy zamówionego towaru,
- prawie odstąpienia od umowy,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie jest wiążąca oraz o
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

W wyniku wyżej określonego zaniechania został naruszony obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość są zobowiązani do potwierdzania konsumentom następujących danych dotyczących: imienia i nazwiska (nazwy) przedsiębiorcy, jego adresu zamieszkania (siedziby), organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, zasad jej zapłaty, kosztów, terminu i sposobu dostawy towaru, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami i informacji o kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji. Przedmiotowe potwierdzenia powinny mieć formę pisemną. Zgodnie z art. 78 § 1 Kc *„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. Taką samą rangę, jak podpis własnoręczny ma podpis elektroniczny weryfikowany przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. W niniejszym przypadku przedsiębiorca przesyła potwierdzenia w formie elektronicznej (karty nr 31 - 33). Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że Dariusz C. nie składa podpisu elektronicznego weryfikowanego przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Przedsiębiorca wystawia także paragony (karty nr 20, 23 i 26). W obu przypadkach nie zostaje zachowana forma pisemna. W tym miejscu należy zauważyć, że stosowanie paragonów fiskalnych jest dopuszczalne na mocy rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 4 lipca 2002r. w sprawie kryteriów i warunków technicznych, którym muszą odpowiadać kasy rejestrujące, oraz warunków stosowania tych kas przez podatników (Dz. U. Nr 108, poz. 948 ze zm.). W § 4 ust. 1 pkt 6 w/w rozporządzenia wymieniono, jakie elementy paragon fiskalny musi zawierać. Wśród nich nie wskazuje się podpisu przedsiębiorcy, z czego wynika, że wydrukowany paragon może być stosowany w obrocie w takiej właśnie formie. W związku z powyższym można było przyjąć, że paragon fiskalny stanowi właściwe potwierdzenie dokonania określonej czynności i stanowi dowód na to, co zostało w nim zapisane.

W dalszej kolejności analizie poddano treść paragonów doręczanych konsumentom, pod kątem ich zgodności z art. 9 ust. 1 i 3 uonpk. W jej wyniku ustalono, że paragony nie zawierają informacji o:

- imieniu i nazwisku przedsiębiorcy,
- organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą i numerze, pod którym tego dokonano,
- zasadach zapłaty ceny,
- terminie i sposobie dostawy zamówionego towaru,
- prawie odstąpienia od umowy,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie jest wiążąca oraz o
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

Z uwagi na powyższe należało uznać, że przedsiębiorca nie dopełnił obowiązku określonego w art. 9 ust. 3 uonpk, a jego działanie nosi znamiona bezprawności.

Przedsiębiorca nie zamieszcza w wystawianych potwierdzeniach także dalszych informacji wyliczonych w art. 9 ust. 1 pkt 9 uonpk, tj. danych dotyczących umów o świadczenie usług. W związku z tym, że w rozważanym przypadku zawierane są umowy sprzedaży, niecelowe, a wręcz niemożliwe jest odwoływanie się do postanowień normujących kwestie związane z umowami o innym charakterze.

Dariusz C. prowadzi sprzedaż płyt z nagraniami muzycznymi (karty nr 7, 17, 20, 23, 26, 32-34). Ze względu na to, w przypadku określania wyjątków od prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, uzasadnione jest powoływanie treści art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, czyli wskazanie, że prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje w wypadku dotyczącym nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania.

Odpowiednie potwierdzenie stanowi dowód zawarcia umowy o określonej treści. Dane, które powinny być w nim wymienione określają najistotniejsze elementy umowy. Umożliwiają one nie tylko identyfikację przedsiębiorcy, lecz również charakteryzują przedmiot świadczenia, sposób wykonania umowy oraz tryb postępowania w przypadku, gdy doręczony przedmiot nie odpowiada umowie. Ich potwierdzenie ułatwia konsumentowi skorzystanie z przysługujących mu uprawnień oraz zapewnia wiedzę na temat spoczywających na nim obowiązków, a także dokumentuje wyznaczone granice prawa konsumentów do odstąpienia od umowy. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość posiadanie odpowiedniego dokumentu ułatwia dochodzenie roszczeń, a w razie skierowania sprawy na drogę sądową ułatwione będą kwestie dowodowe.

W niniejszym przypadku nakaz określony w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk zostałyby spełnione, gdyby paragony fiskalne wystawiane przez przedsiębiorcę zostały uzupełnione o informacje o jego imieniu i nazwisku, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numerze, pod którym tego dokonano, zasadach zapłaty ceny, terminie i sposobie dostawy zamówionego towaru, prawie odstąpienia od umowy, wraz ze wskazaniem ustawowych wyjątków, terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie jest wiążąca oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji. Realizacja obowiązku spoczywającego na przedsiębiorcy byłaby zapewniona także wówczas, gdyby przedsiębiorca oprócz dotychczas wystawianych paragonów sporządzał pisemne potwierdzenia informacji na temat jego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresu zamieszkania (siedziby), organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, zasad jej zapłaty, kosztów, terminu i sposób dostawy towaru, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami i informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Sporna praktyka opisana w tym punkcie decyzji jest stosowana przy zawieraniu przez Dariusza C. z konsumentami umów na odległość. Kontrahenci przedsiębiorcy tworzą liczną i nie określoną, co do składu osobowego grupę podmiotów, której liczebność nieustannie się zmienia. W związku z tym należało przyjąć, że dotknięci bezprawnym działaniem przedsiębiorcy albo przynajmniej narażeni na jego ujemne skutki zostali wszyscy konsumenci, a tym samym doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W świetle powyższego, na mocy art. 23 c ust. 1 w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy orzekł, jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

## II.

1. Aby stwierdzić, że doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki. Po pierwsze określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności, po drugie musi ono godzić w zbiorowe interesy konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca nie informował konsumentów o swoim imieniu i nazwisku, organie rejestrującym działalność gospodarczą oraz o numerze, pod jakim rejestracji tej dokonano, w wyniku czego doszło do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zgodnie z w/w przepisem przedmiotowe informacje powinny zostać przekazane konsumentom najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy, a więc jeszcze przed powstaniem stosunku umownego pomiędzy przedsiębiorcą, a konsumentem. Konsekwencją niedopełnienia ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku jest to, że jego działanie zostało uznane za bezprawne. Skutkiem niedopełnienia w/w obowiązku było również naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji określonego w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Dane, o jakich mowa powyżej, umożliwiają identyfikację przedsiębiorcy. Wiedza, o tym, kto jest drugą stroną kontraktu jest wiedzą podstawową, a jednocześnie niezbędną. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość i wystąpienia na drogę sądową, konieczne będzie wskazanie danych precyzyjnie określających przedsiębiorcę. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego określonego w tym punkcie decyzji powoduje, że interesy konsumentów zostają zagrożone. Dariusz C. swoimi działaniami naruszył zbiorowe interesy konsumentów, gdyż praktyka przez niego stosowana była wymierzona w nieoznaczoną liczną grupę konsumentów, zarówno tych, którzy zawarli już umowy, jak i jego potencjalnych kontrahentów.

W związku z powyższym przedsiębiorca, nie spełniając nakazu określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk dopuścił się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania Dariusz C. przekazał organowi antymonopolowemu wydruk regulaminu zakupów, który w pkt. 1 zawiera zapis o następującym brzmieniu: „*Internetowy sklep muzyczny Fan jest prowadzony przez Dariusza C., ul. (...), 25 – 507 Kielce, działającego pod firmą Fan, wpisaną do ewidencji działalności gospodarczej Urzędu Miasta Kielce pod numerem (...), REGON (...), NIP(...) i działa w sieci pod adresem [www.fan.pl](http://www.fan.pl)*” (karta nr 40). Powyższa zmiana została wprowadzona dnia 30. 08. 2005r. (karta nr 39). Na tej podstawie organ antymonopolowy stwierdził, że z dniem 30. 08. 2005r. doszło do zaniechania stosowania praktyki określonej w niniejszym punkcie.

2. Dariusz C. nie informował konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (karta nr 13), co było sprzeczne z dyspozycją art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk. Niedopełniając powyższego obowiązku przedsiębiorca nie wykonał

równocześnie nakazu płynącego z art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym miał on obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W sytuacji, gdy konsumenci nie byli informowani o terminie, w jakim oferta albo informacja o cenie mają charakter wiążący, nie wiedzieli oni jak długo pozostanie aktualna oferta, z którą mieli możliwość zapoznać się przed zawarciem umowy i czy aktualne będą te warunki, na jakie się godzą, w chwili, gdy sami zawierają umowę. Działanie przedsiębiorcy polegające na niepodawaniu informacji na temat terminu związania ofertą lub informacji o cenie opisane w niniejszym punkcie decyzji było niedopuszczalne i szczególnie naganne w obliczu tego, że przedsiębiorca zawiera umowy z konsumentami, a więc podmiotami najsłabszymi na rynku. Organ antymonopolowy stwierdził, że działanie to było bezprawne. Z uwagi na charakter prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności, godziło ono w zbiorowe interesy szerokiej grupy konsumentów, a więc w ich interesy zbiorowe. Na gruncie powyższych ustaleń należało orzec, że przedmiotowa praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów i była niezgodna z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca wprowadził w życie regulamin zakupów, który w pkt. 8 określa termin związania informacją o cenie przedstawioną na stronie internetowej [www.fan.pl](http://www.fan.pl), tj. wskazuje, że jest ona wiążąca w chwili składania zamówienia (karta nr 40). Zamieszczenie przez przedsiębiorcę powyższej informacji na stronie internetowej doprowadziło do zaniechania stosowania praktyki niezgodnej art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej określonej w niniejszym punkcie. Z tego względu, na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy antymonopolowej, należało orzec, jak w pkt. II 2 sentencji niniejszej decyzji.

III. Art. 100 e ustawy antymonopolowej umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość, których specyfika polega na tym, że strony nie są jednocześnie obecne w miejscu zawierania umowy, co znacznie ogranicza możliwość bezpośredniego zapoznania się z jej przedmiotem. Konsekwencją powyższego sposobu zawierania umów jest zwiększone ryzyko, że zakupiony towar nie będzie odpowiadał umowie. Interes konsumentów przemawia za tym, aby dysponowali oni potwierdzeniem wszystkich informacji dotyczących przedsiębiorcy oraz postanowień umowy, co może ułatwić np. dochodzenie roszczeń powstałych na tle umowy zawartej na odległość przed sądem. Z uwagi na przedmiotowe zagrożenie interesu konsumentów, nadanie punktowi I decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, jest uzasadnione. Stąd orzeczono jak w punkcie III niniejszej decyzji

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

Postępowanie w sprawie stosowania przez Dariusza C., prowadzącego działalność pod nazwą „Fan”, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w punkcie I i II sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją prowadzoną z przedsiębiorcą. W związku z powyższym

organ antymonopolowy postanowił obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 41 zł (słownie: czterdzieści jeden złotych).

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

Na postanowienie zawarte w punkcie IV niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z 479<sup>28</sup> § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

DYREKTOR DELEGATURY  
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI  
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral