



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

**Delegatura w Lublinie
20-012 Lublin, ul. Ochotnicza 10
Tel. (0-81) 532-35-31, 743-77-30, 532-54-48,
Fax (0-81) 532-08-26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl**

Lublin, dnia 30 grudnia 2014r.

RLU – 61-12/14/PM

DECYZJA RLU Nr 32/2014

I.

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 roku (Dz. U. Nr 50 poz. 331 ze zm.), stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tejże ustawy po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcom: **Kamilowi Paluchowi oraz Marcinowi Paluchowi**, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „**Impart**” s.c. z siedzibą w Lublinie,

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

po uprawdopodobnieniu stosowania przez wskazanych wyżej przedsiębiorców praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na nieinformowaniu konsumentów we wzorcach umownych: „Regulaminu” - stosowanego na aukcjach Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”, w przypadku zawierania umów na odległość, o prawie odstąpienia od umowy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, 2 i 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206), tj. poprzez praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 w/w ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, co w świetle wskazanej ustawy stanowi działanie bezprawne,

i po przyjęciu zobowiązania przez Kamila Palucha oraz Marcina Palucha, prowadzących działalność gospodarczą pod nazwą „Impart” s.c. z siedzibą w Lublinie, do zaniechania tego działania poprzez wprowadzenie informacji we wzorcach umownych: „Regulaminu” - stosowanego na aukcjach Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl” o prawie odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od jej zawarcia nakłada się na w/w przedsiębiorców obowiązek wykonania powyższego zobowiązania w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50 poz. 331 ze zm.), stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy

-działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakłada się na przedsiębiorców Kamila Palucha oraz Marcina Palucha, prowadzących działalność gospodarczą pod nazwą „Impart” s.c. z siedzibą w Lublinie, obowiązek złożenia sprawozdania zawierającego oświadczenie o wykonaniu przyjętego zobowiązania, o którym mowa w punkcie I sentencji decyzji w terminie 14 dni od dnia wykonania tego zobowiązania.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatura w Lublinie (dalej w tekście: *Prezes Urzędu* lub *Prezes UOKiK*) przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie przepisów w/w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez działania przedsiębiorcy, prowadzącego działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej „Impart” s.c. z siedzibą w Lublinie, w związku z warunkami umów zawieranych przez w/w przedsiębiorcę z konsumentami, uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku w/w postępowania wyjaśniającego jeden z przedsiębiorców dostarczył wzorce umowne stosowane w kontaktach z konsumentami, między innymi:

1. „Regulamin”- stosowany na aukcjach Allegro (dalej w tekście: Regulamin Allegro),
2. „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”,
3. „Umowę spółki cywilnej”.

Analiza w/w wzorców wykazała, że w ich treści nie zamieszczono wymaganych prawem postanowień, których brak może prowadzić do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Szczegółowa analiza treści przedmiotowych wzorców umownych wykazała, że we wzorcach umownych: Regulamin Allegro oraz „Regulamin sklepu internetowego SellYo.pl”, w przypadku zawierania umów na odległość brak jest informacji dla konsumentów o ich prawie do odstąpienia w terminie dziesięciu dni od umowy bez podania przyczyn.

W związku z powyższym postanowieniem nr 218/14 z dnia 19 listopada 2014r. w imieniu Prezesa Urzędu wszczęto postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na nieinformowaniu konsumentów we wzorcach umownych: „Regulaminu” - stosowanego na aukcjach Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”, w przypadku zawierania umów na odległość, o prawie odstąpienia od umowy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, 2 i 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 w/w ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206) (dalej: *upnpr*), tj. poprzez praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 w/w ustawy z o ochronie konkurencji i konsumentów.

W piśmie z dnia 16.12.2012r. będącym ustosunkowaniem się do zawiadomienia o wszczęciu niniejszego postępowania, przedsiębiorcy ci stwierdzili, że „informacje na temat braku możliwości zwrotu towaru nie były umieszczone przez pomyłkę (...) uznając to za oczywiste prawo każdego kupującego” dodając, że w praktyce stosowano dłuższy termin na zwrot towaru tzn. 21 dni roboczych.

Jednocześnie przedsiębiorcy zobowiązali się do usunięcia w/w uchybienia poprzez wprowadzenie informacji, we wzorcach umownych: Regulaminu Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”, o terminie do prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Zawiadomieniem z dnia 18.12.2014r. w/w przedsiębiorcy zostali powiadomieni o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszej sprawie.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny w tej sprawie:

Na stronie internetowej www.Sellyo.pl znajduje się informacja, że „Kupując na aukcjach SellYo.pl zawierasz umowę sprzedaży z Impart s.c.”

Z Umowy spółki cywilnej Impart wynika, że współnikami tejże spółki są Kamil Paluch i Marcin Paluch. Obaj przedsiębiorcy widnieją w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej, jako podmioty aktywne w prowadzeniu tej działalności. Kamil Paluch zarejestrowany jest pod firmą przedsiębiorcy Paluch Kamil, a Marcin Paluch pod firmą przedsiębiorcy Paluch Marcin Martinus. NIP o numerze 7123237737 jest wspólny dla obu przedsiębiorców, a z Umowy spółki cywilnej wynika, że nazwa firmy to Impart s.c. z siedzibą w Lublinie

W/w przedsiębiorcy prowadzą sprzedaż na odległość, przede wszystkim obuwia, za pośrednictwem stron internetowych www.Sellyo.pl oraz www.allegro.pl. Na w/w stronach internetowych znajdują się wzorce umowne: „Regulamin” - stosowanego na aukcjach Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”, jednakże brak jest informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

W trakcie prowadzonego w niniejszej sprawie postępowania administracyjnego postępowania w/w przedsiębiorcy zobowiązali się do „usunięcia w/w uchybień w regulaminie sklepu internetowego i aukcji allegro (brak możliwości zwrotu towaru w ustawowym terminie w przypadku zawarcia umowy na odległość) w ciągu 14 dni od daty otrzymania pisma.”

Prezes Urzędu ustalił, że w/w przedsiębiorcy zawarli za pośrednictwem strony internetowej www.Sellyo.pl w 2013r. 2145 transakcji, a w trzech pierwszych kwartałach 2014r. 4243 transakcje, a za pośrednictwem portalu www.allegro.pl w 2013r. 11342 transakcji, a w trzech pierwszych kwartałach 2014r. 14543 transakcje.

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. W decyzji tej, jak wynika z art. 28 ust. 3, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

Przytoczony powyżej przepis jako przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji wskazuje: uprawdopodobnienie, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom.

W niniejszym postępowaniu wymaga zatem rozważenia, czy wskazane warunki zaistniały w odniesieniu do działania i zobowiązania w/w przedsiębiorców, a ponadto, czy w przypadku ich wystąpienia uzasadnione jest przyjęcie zobowiązania stron postępowania i wydanie przez Prezesa UOKiK decyzji w oparciu o w/w przepis.

W pierwszej kolejności zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przedmiotowej sprawie niezbędne jest ustalenie, czy doszło do naruszenia interesu publicznoprawnego a następnie uprawdopodobnienie naruszenia przesłanek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zarzucanej przedsiębiorcom, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy.

Naruszenie interesu publicznoprawnego

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest zatem, aby działania przedsiębiorców – którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy.

Ustawa zatem, w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem działania przedsiębiorców nie były ograniczone do określonych klientów lub ich grupy. Dotyczyły wszystkich aktualnych i potencjalnych osób dokonujących zakupu towarów za pośrednictwem stron internetowych www.sellyo.pl oraz www.allegro.pl.

Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uprawdopodobnienie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił przedsiębiorcom zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na nieinformowaniu konsumentów we wzorcach umownych: Regulaminu Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”, w przypadku zawierania umów na odległość, o prawie odstąpienia od umowy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, 2 i 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *upnpr* tj. poprzez praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 w/w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 w/w ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Tym samym dla uprawdopodobnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) działanie lub zaniechanie dotyczy przedsiębiorcy,
- 2) działanie lub zaniechanie nosi znamiona bezprawności,

3) działanie lub zaniechanie godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r. poz. 672, ze zmianami) (dalej: *ustawa o swobodzie działalności gospodarczej*). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 w/w *ustawy o swobodzie działalności gospodarczej* – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Przepis art. 2 *ustawy o swobodzie działalności gospodarczej* definiuje działalność gospodarczą, jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Zgodnie z art. 14 ust. 1 *ustawy o swobodzie działalności gospodarczej* przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Kamil Paluch i Marcin Paluch widnieją w Centralnej Ewidencji Prowadzenia Działalności Gospodarczej, jako podmioty aktywne w prowadzeniu tej działalności. Kamil Paluch zarejestrowany jest pod firmą przedsiębiorcy Paluch Kamil, a Marcin Paluch pod firmą przedsiębiorcy Paluch Marcin Martinus. Wskazani przedsiębiorcy prowadzi działalność gospodarczą w sposób zorganizowany, ciągły i we własnym imieniu. Nie ulega zatem wątpliwości, iż są oni przedsiębiorcami w rozumieniu powołanego wyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlegają rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i ich działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki wskazanej art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Ad 2)

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił przedsiębiorcom zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na nieinformowaniu konsumentów we wzorcach umownych: Regulaminu Allegro oraz „Regulaminu sklepu internetowego SellYo.pl”, w przypadku zawierania umów na odległość, o prawie odstąpienia od umowy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, 2 i 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy *upnpr*, tj. poprzez praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 w/w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Praktyka opisana w punkcie I sentencji niniejszej decyzji dotyczy więc bezprawnego działania polegającego na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej.

Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów są w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. Jeżeli mamy więc do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu przepisów *upnpr*, która jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, to takie działanie w świetle w/w przepisu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznać należy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przez praktykę rynkową, zgodnie z art. 2 pkt 4 *upnpr* rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Niewątpliwie zarzucone przedsiębiorcom zaniechanie jest bezpośrednio związane z nabyciem przez konsumenta określonego produktu i mieści się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej

Zgodnie z art. 3 w/w ustawy, stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. W art. 4 ust. 1 tej ustawy określono dwie przesłanki, których łączne spełnienie pozwala na zakwalifikowanie praktyki przedsiębiorcy jako nieuczciwej, a mianowicie: sprzeczność z dobrymi obyczajami oraz rzeczywiste lub potencjalne zniekształcenie w istotny sposób zachowań rynkowych przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przepis ten ma charakter klauzuli generalnej, która w celu wykazania stosowania danej praktyki wymaga odpowiedniej konkretyzacji.

Art. 4 ust. 2 tejsze ustawy zawiera otwarty katalog nieuczciwych praktyk rynkowych, wyróżnia m.in. praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Praktyki te mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5) jak i zaniechaniu (art. 6). Oznacza to, że przypisanie przedsiębiorcy stosowania praktyk rynkowych wprowadzających w błąd wymaga odniesienia zarówno do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej zawartej w art. 4 ust. 1 tej ustawy, jak również definicji praktyki wprowadzającej w błąd zawartej w art. 5 lub art. 6 ustawy.

W przypadku omawianego zarzutu możemy mieć do czynienia z zaniechaniem wprowadzającym w błąd. Zgodnie z art. 6 ust. 1 w/w ustawy, praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Art. 6 ust. 2 stanowi, że w razie wątpliwości za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentowi na podstawie odrębnych przepisów. Ust. 4 pkt 5 tego przepisu przewiduje z kolei, że w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne uznaje się informacje o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy lub rozwiązania umowy, jeżeli prawo takie wynika z ustawy lub umowy.

W opinii Prezesa Urzędu, zachowanie przedsiębiorców (stron niniejszego postępowania) może wyczerpywać przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o jakiej mowa w w/w przepisach. Obowiązek przedsiębiorców poinformowania konsumentów na piśmie przed zawarciem umowy o prawie odstąpienia od umowy, w terminie 10 dni, a od 25 grudnia 2014r. w terminie 14 dni od jej zawarcia wynikał bezpośrednio z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t. j. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a obecnie wynika z art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014r. o prawach konsumenta (Dz.U. 2014r.poz. 827). Informacje o prawie odstąpienia od umowy mają więc charakter istotny. Oznacza to, że ich brak co najmniej może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W świetle art. 2 pkt 7 *upnpr*, decyzja dotycząca umowy nie musi przy tym prowadzić do faktycznego dokonania czynności prawnej przez konsumenta, czyli w analizowanym przypadku - podjęcia decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcami. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w

błąd przeciętnego konsumenta poprzez takie zaniechanie.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Ocena każdej praktyki rynkowej powinna więc być dokonywana w odniesieniu do tego właśnie pojęcia.

Art. 2 pkt 8 w/w ustawy za przeciętnego konsumenta uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Należy przy tym podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

W niniejszej sprawie za przeciętnego uznać należy, zdaniem Prezesa Urzędu, konsumenta dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta, bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Oferta przedsiębiorców nie jest bowiem skierowana do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale nieograniczonego kręgu odbiorców (ogółu konsumentów). Tak rozumiany przeciętny konsument może nie znać przepisów, które nakładają określone obowiązki informacyjne na przedsiębiorców zawierających umowy z konsumentami na odległość. W konsekwencji, przeciętny konsument może nie wiedzieć, jakie prawo przysługuje mu w związku z zawarciem takiej umowy, w jaki sposób i kiedy może z tego prawa skorzystać.

Jak wskazano powyżej, dla przypisania przedsiębiorcy nieuczciwej praktyki rynkowej niezbędne jest także wykazanie, że praktyka ta jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Oznacza to konieczność odniesienia się do przesłanek klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 *upnpr*.

Na gruncie powołanej ustawy pod pojęciem sprzeczności z dobrymi obyczajami należy rozumieć swego rodzaju klauzulę rzetelności, oznaczającą zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia zachowania konsumenta na rynku poprzez brak rzetelnego informowania go o istotnych cechach produktu. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W wyroku z dnia 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII Ama 118/04 SOKiK stwierdził, że w stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami SOKiK uznał działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.

W rozpatrywanej sprawie naruszenie dobrych obyczajów następuje poprzez wprowadzające przeciętnego konsumenta w błąd zaniechanie przedsiębiorców, którzy nie wykonują względem konsumentów obowiązków informacyjnych wynikających wprost z przepisów prawa. W opinii Prezesa Urzędu, naruszenie dobrych obyczajów nastąpiło także poprzez wykorzystanie przez przedsiębiorców silniejszej pozycji kontraktowej. Przedsiębiorcy powinni mieć świadomość, że brak informacji o możliwości odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość i nie

podanie terminu, w którym czynność taka powinna nastąpić może spowodować, że odstąpienie konsumenta od umowy będzie utrudnione albo wręcz niemożliwe. Zaniechanie przedsiębiorców może również w istotny sposób zniekształcić zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta nie tylko przed zawarciem umowy, ale nawet po jej zawarciu i to nie tylko, co do samego istnienia prawa odstąpienia od umowy, ale także terminu i sposobu jego wykonania.

Zdaniem Prezesa Urzędu, w/w okoliczności uprawdopodobniają bezprawność zachowania Przedsiębiorców, wynikającą z naruszenia art. 6 ust. 1, ust. 2 i ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *upnpr*.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk wskazanych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Ad 3)

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 tej ustawy stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Ze zbiorowym interesem konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować.

Prezes Urzędu podkreśla, że o tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż „ (...) *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów.*” (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01).

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu ma do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej i nieokreślonej liczby konsumentów, którzy zawarli bądź mogli zawrzeć umowy z przedsiębiorcami na podstawie wzorców, które nie zawierały wymaganej prawem informacji o możliwości odstąpienia w terminie 10 dni od umowy bez podania przyczyn. Działanie przedsiębiorców naruszało interes ekonomiczny konsumentów w zakresie ograniczenia prawa do odstąpienia od umowy. W tej sytuacji bezprawne zachowanie przedsiębiorców nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów przedsiębiorcy.

Stosowanie opisanej wyżej praktyki może godzić zatem w zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk wskazanych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie

uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Ponadto, stosownie do art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przyjmując zobowiązanie Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań.

Jak Prezes Urzędu wykazał w niniejszej decyzji, okoliczności sprawy uprawdopodobniły, że przedsiębiorcy stosują praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorcy złożyli zobowiązanie do eliminacji zakwestionowanego przez Prezesa Urzędu naruszenia poprzez zamieszczenie we wzorcach Regulaminie allegro oraz „Regulaminie sklepu internetowego SellYo.pl” informacji o prawie odstąpienia przez konsumenta od umowy w ustawowym terminie od jej zawarcia- 10 dni, co jest równoznaczne z podjęciem działań zmierzających do zapobieżenia uprawdopodobnionemu w toku niniejszego postępowania naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu uznał, że w celu jak najszybszego wyeliminowania z obrotu gospodarczego umów zawierających kwestionowane postanowienie zasadne i celowe jest skorzystanie z instrumentu prawnego przewidzianego w art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i przyjęcie złożonego przez przedsiębiorców zobowiązania.

W tym miejscu Prezes Urzędu stwierdza, że wobec faktu zmiany od dnia 25 grudnia 2014r. prawa odnośnie długości terminu, w którym konsument może skutecznie odstąpić od umowy zawartej na odległość (z 10 do 14 dni) w sentencji niniejszej decyzji przyjęto termin 14 dni, aby był on zgodny z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa. W związku z tym zadeklarowany przez przedsiębiorców termin 10 dni, jako zgodny z obowiązującymi przepisami prawa był prawidłowy na dzień złożenia tego zobowiązania, ale na dzień wydania niniejszej decyzji musi ulec modyfikacji wobec zmiany w tym zakresie przepisów prawa.

W ocenie Prezesa Urzędu, złożone przez przedsiębiorców zobowiązanie jest zupełne, gdyż zabezpiecza interesy prawne konsumentów, którzy mogą zawrzeć tego typu umowy po wydaniu decyzji zobowiązującej.

Prezes Urzędu uznał, iż wskazany przez przedsiębiorców termin na wykonanie obowiązku wynikającego ze złożonego zobowiązania jest wystarczający na ich zrealizowanie, a także pozwoli na szybkie wyeliminowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec spełnienia przesłanek wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.**

Ad II sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania zobowiązania, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę również obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Wobec tego Prezes Urzędu nałożył na przedsiębiorców obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, w terminie 14 dni od dnia realizacji tego zobowiązania, zawierającej dowody wprowadzenia zmian, o których mowa w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

Prezes Urzędu uznał, że tak określony termin jest wystarczający dla przedsiębiorców do przygotowania i przekazania Prezesowi Urzędu dowodów wykonania złożonego zobowiązania.

W związku z tym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 1 i 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 101, ze zm.) – 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 Lublinie.

Otrzymuje:

Marcin Paluch

Kamil Paluch

*Z up. Prezesa UOKiK
Dyr. Delegatury UOKiK w Lublinie
Ewa Wiszniowska*

a/a