



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

Katowice, dn. 27 marca 2014 r.

RKT-61-02/14/BP

**DECYZJA Nr RKT – 01/2014**

**I.** Stosownie do art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) w związku z art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy oraz § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Piotrowi Żuralskiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że ww. przedsiębiorca stosuje praktyki, o jakich mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

1. stosowaniu w Regulaminie kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” w części o nazwie „Zwroty” oraz w części „Uwagi do dokumentu” wydruków paragonu, a także w „opisie” poszczególnego produktu oferowanego na kontach aukcyjnych „Multimodel” oraz „FIRANEX1” postanowień o treści: „Klientowi przysługuje prawo zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty otrzymania przesyłki” oraz „Kupujący posiada prawo do zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki (...)”, co należy uznać za niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkownika o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” – o której mowa w art. 7 pkt 10 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) poprzez prezentowanie uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, przysługującej konsumentom z mocy prawa, jako cechy wyróżniającej ofertę przedsiębiorcy, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
3. **a.** naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co należy uznać za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

- b. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie dostawy, co należy uznać za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- c. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co należy uznać za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**po przyjęciu przez Piotra Żuralskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach zobowiązania do zaniechania stosowania ww. praktyk**

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**nakłada się na Piotra Żuralskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach** obowiązek wykonania przyjętego przez tego przedsiębiorcę w toku postępowania zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia zarzucanym mu naruszeniom, polegającym na:

- i. w odniesieniu do punktu I.1. – usunięciu z Regulaminów kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” w części o nazwie „Zwroty” oraz w części „Uwagi do dokumentu”, a także z paragonów i opisów produktów na kontach aukcyjnych „Multimodel” oraz „FIRANEX1”, postanowień o treści „Klientowi przysługuje prawo zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty otrzymania przesyłki” oraz „Kupujący posiada prawo do zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki (...)” i zastąpienie ich postanowieniem o treści:  
„Klient może odstąpić od umowy bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy, a jeżeli umowa dotyczyła świadczenia usługi od dnia jej zawarcia”,
- ii. w odniesieniu do punktu I.2. – usunięciu z opisu poszczególnych produktów znajdujących się na kontach aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” sformułowań mogących wywoływać wrażenie, że odstąpienie od umowy wyróżnia ofertę przedsiębiorcy na tle ofert innych przedsiębiorców,
- iii. w odniesieniu do punktów I.3.a-c. – wprowadzeniu nowego formularza informacyjnego lub innego dokumentu potwierdzającego wszystkie informacje wymagane przez art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225) oraz na przekazywaniu informacji zawartych w art. 9 ust. 1 ww. ustawy:
- iv. w zakresie punktu I.3.a. – wprowadzeniu do formularza potwierdzania informacji punktu 2 – „Dane przedsiębiorcy” zawierającego informację: „Organ rejestrujący działalność gospodarczą przedsiębiorcy: Minister właściwy ds. gospodarki”,

- v. w zakresie punktu I.3.b. – wprowadzeniu do formularza potwierdzania informacji punktu 6 – „Koszty, termin i sposób dostawy”, w którym termin dostawy co do zasady będzie wynosił 7 dni, z tym że wskazanie terminu dostawy zawsze będzie następować indywidualnie, w zależności od konkretnej transakcji, wybranego przez klienta systemu płatności, rodzaju produktu, jak również po sformułowaniu oczekiwań klienta, które mogą okazać się nietypowe,
- vi. w zakresie punktu I.3.c. – wprowadzenie do formularza potwierdzania informacji punktu 11 „Miejsce i sposób składania reklamacji” zawierającego dane o treści: „Reklamacje należy składać na adres prowadzonej działalności gospodarczej, Piotr Żuralski „FABIL”, ul. Wąska 15, 43-267 Suszec. Reklamacja należy składać w formie pisemnej, podając w nich dane adresowe, numer zamówienia oraz opis stwierdzonej wady. Należy również na w/w adres dostarczyć wadliwy produkt wraz z kopią karty gwarancyjnej. W przypadku wad bardziej skomplikowanych, większych produktów, lub trudności z wysłaniem produktu Sprzedawca zapewnia odbiór reklamowanego towaru poprzez kuriera. Informację o potrzebie odbioru produktu przez kuriera należy zgłaszać Sprzedawcy telefonicznie, pisemnie lub za pomocą emaila. Koszty postępowania reklamacyjnego, w tym koszty dostarczenia towaru wadliwego ponosi Sprzedawca”,

**które to działania zostaną podjęte niezwłocznie, nie później niż w terminie 2 tygodni, od dnia 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 z późn. zm.) w związku z art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu Piotrowi Żuralskiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, nakłada się na tego przedsiębiorcę obowiązek złożenia – **w terminie dwóch (2) miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji** – sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, które powinno obejmować:

- i. przedstawienie obowiązujących regulaminów kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1”, a także innych dokumentów, które są prezentowane konsumentom w związku z zawieraniem przez nich umów na odległość za pośrednictwem ww. kont aukcyjnych,
- ii. przedstawienie trzech pierwszych zawartych z konsumentami umów na odległość, zawierających potwierdzenie informacji na piśmie odnośnie:
  - organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy,
  - terminu dostawy,
  - miejsca i sposobu składania reklamacji.

## **UZASADNIENIE**

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”) przeprowadzono postępowanie wyjaśniające (RKT-405-17/13/BP) w sprawie działalności Piotra Żuralskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach – zwanego dalej także przedsiębiorcą”). W toku tego postępowania powzięto podejrzenie, iż przedsiębiorca stosuje praktyki opisane w punktach I.1-

3. sentencji niniejszej decyzji, wobec czego za konieczne uznano wszczęcie niniejszego postępowania administracyjnego. W tych okolicznościach, Postanowieniem nr 1 z dnia 16 stycznia 2014 r. (dowód: karty nr 2 – 3) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne, co uczyniono po uprzednim otrzymaniu upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dowód: karta nr 1).

W toku niniejszego postępowania, w odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca przedstawił swoje stanowisko w sprawie w pismach z dn. 30 stycznia 2014 r. (dowód: karty nr 127-133) oraz z dn. 15 lutego 2014 r. (dowód: karty nr 136-139).

W toku postępowania, pismem z dn. 30 stycznia 2014 r., przedsiębiorca złożył wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej zgodnie z dyspozycją art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W drugim w kolejności piśmie z dn. 15 lutego 2014 r. przedsiębiorca uzupełnił uprzednio złożony wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej poprzez jego doprecyzowanie.

Pismem z dnia 13 marca 2014 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 143). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

### **Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny**

Piotr Żuralski prowadzi działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach. Jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 142). W rubryce „Wykonywana działalność gospodarcza” wypisu z ww. ewidencji wpisano m.in. – 47.91.Z – sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej.

W toku niniejszego postępowania ustalono, że przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem następujących serwisów internetowych: [www.lodka-zanetowa.pl](http://www.lodka-zanetowa.pl) oraz [www.multimodel.pl](http://www.multimodel.pl). Przedsiębiorca prowadzi również działalność za pośrednictwem portalu aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkowników o nazwie „Multimodel”, „FIRANEX1” oraz „Efekt-Pol”. Na przedmiotowych kontach aukcyjnych oraz serwisach internetowych przedsiębiorca sprzedaje modele oraz zabawki dla dzieci, a także akcesoria wędkarskie. Zasady sprzedaży w ww. sklepach internetowych oraz kontach aukcyjnych określają ich regulaminy. W przypadku konta aukcyjnego „Multimodel” oraz „FIRANEX1” 100 % sprzedaży odbywa się w formie oferty „Kup teraz”, natomiast w przypadku konta aukcyjnego „Efekt-Pol” 100% sprzedaży odbywa się w formie „Licytacji” (dowód: karty nr 12-13, 80).

W Regulaminie kont aukcyjnych [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” w części o nazwie „Zwroty” przedsiębiorca stosuje postanowienie o treści: „Klientowi przysługuje prawo zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty otrzymania przesyłki” (dowód: karty nr 109-112). To postanowienie stosowane jest w obrocie od co najmniej 25 lipca 2013 r. Wcześniej, w regulaminach tych kont aukcyjnych, przedsiębiorca stosował postanowienie o treści: „Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie praw konsumentów (Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271 z późniejszymi zmianami) klientowi przysługuje prawo zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty otrzymania przesyłki (...)”, które było stosowane w obrocie co najmniej od 15 lutego 2013 r. do 24 lipca 2013 r. (dowód: karty nr 25, 49). W części „Uwagi do dokumentu” wydruków paragonu oraz w „opisie” poszczególnego produktu oferowanego na kontach aukcyjnych „Multimodel” oraz

„FIRANEX1” przedsiębiorca stosuje postanowienie o treści: „Kupujący posiada prawo do zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki (...)” (dowód: karta nr 104).

W „opisie” poszczególnego produktu kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” przedsiębiorca stosował postanowienie o treści: „Zakupy u nas muszą oznaczać 100% zadowolenia! Dlatego dajemy Ci 10-dniową gwarancję satysfakcji. Gwarantujemy Ci możliwość rezygnacji z dokonanego zakupu bez podawania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki” (dowód: karta nr 59). Obecnie w opisach aukcji poszczególnego produktu widnieje postanowienie: „Zakupy u nas muszą oznaczać 100% zadowolenia! Dlatego dajemy Ci 10-dniową gwarancję satysfakcji”. Po lewej stronie tego postanowienia widnieje komunikat zlokalizowany w okręgu, na którego obręczy widnieje napis „satisfakcja gwarantowana”, w środku zaś umieszczono oznaczenie „100%” (dowód: karty nr 122 verso, 123, 126).

W toku postępowania przedsiębiorca przedstawił trzy ostatnio wystawione konsumentom paragony z kasy fiskalnej, wydruki paragonów, dokument „Termin i sposoby dostawy”, karty gwarancyjne oraz różnego rodzaju instrukcje obsługi sprzedawanych towarów stosowane przez niego przy potwierdzaniu zawarcia z konsumentami umów na odległość za pośrednictwem kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1”, a także za pośrednictwem serwisów internetowych [www.lodka-zanetowa.pl](http://www.lodka-zanetowa.pl) oraz [www.multimodel.pl](http://www.multimodel.pl) (dowód: karty nr 82-104). Ustalono równocześnie, że były to jedyne dokumenty spełniające wymóg formy pisemnej, o której mowa w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225 – zwana dalej także „uonpk”) jakie przedsiębiorca dostarczał konsumentom w związku z zawieraniem umów na odległość za pośrednictwem ww. kanału dystrybucji. Analiza przedstawionych przez przedsiębiorcę dokumentów wykazała, że nie obejmowały one informacji o:

- organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy,
- terminie dostawy,
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

### **Zobowiązanie złożone przez przedsiębiorcę**

- W odniesieniu do punktu I.1. zobowiązanie przedsiębiorcy polega usunięciu z Regulaminów kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” w części o nazwie „Zwroty” oraz w części „Uwagi do dokumentu”, a także z paragonów i opisów produktów na kontach aukcyjnych „Multimodel” oraz „FIRANEX1”, postanowień o treści „Klientowi przysługuje prawo zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty otrzymania przesyłki” oraz „Kupujący posiada prawo do zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki (...)” i zastąpienie ich postanowieniem o treści cyt: „Klient może odstąpić od umowy bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy, a jeżeli umowa dotyczyła świadczenia usługi od dnia jej zawarcia” (dowód: karta nr 127).
- W odniesieniu do punktu I.2. zobowiązanie przedsiębiorcy polega na usunięciu z opisu poszczególnych produktów znajdujących się na kontach aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” sformułowań mogących wywoływać wrażenie, że odstąpienie od umowy wyróżnia ofertę przedsiębiorcy na tle ofert innych przedsiębiorców (dowód karta nr 127).
- W odniesieniu do punktów I.3.a-c. zobowiązanie przedsiębiorcy polega na wprowadzeniu nowego formularza informacyjnego lub innego dokumentu potwierdzającego wszystkie

informacje wymagane przez art. 9 ust. 1 uonpk oraz na przekazywaniu informacji zawartych w art. 9 ust. 1 ww. ustawy:

- ♦ w zakresie punktu I.3.a. – poprzez wprowadzenie w punkcie 2 formularza potwierdzenia informacji, danych o treści: „Organ rejestrujący działalność gospodarczą przedsiębiorcy: Minister właściwy ds. gospodarki, Nr pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany: 4909/92” (dowód: karty nr 136 i 138),
- ♦ w zakresie punktu I.3.b. – poprzez wprowadzenie do formularza potwierdzania informacji punktu 6 – „Koszty, termin i sposób dostawy”, w którym termin dostawy co do zasady będzie wynosił 7 dni, z tym że wskazanie terminu dostawy zawsze będzie następować indywidualnie, w zależności od konkretnej transakcji, wybranego przez klienta systemu płatności, rodzaju produktu, jak również po sformułowaniu oczekiwań klienta, które mogą okazać się nietypowe (dowód karty nr 136 i 138),
- ♦ w zakresie punktu I.3.c. – poprzez wprowadzenie do formularza potwierdzania informacji punktu 11 „Miejsce i sposób składania reklamacji” zawierające dane o treści: „Reklamacje należy składać na adres prowadzonej działalności gospodarczej, Piotr Żuralski „FABIL”, ul. Wąska 15, 43-267 Suszec. Reklamacja należy składać w formie pisemnej, podając w nich dane adresowe, numer zamówienia oraz opis stwierdzonej wady. Należy również na w/w adres dostarczyć wadliwy produkt wraz z kopią karty gwarancyjnej. W przypadku wad bardziej skomplikowanych, większych produktów, lub trudności z wysłaniem produktu Sprzedawca zapewnia odbiór reklamowanego towaru poprzez kuriera. Informację o potrzebie odbioru produktu przez kuriera należy zgłaszać Sprzedawcy telefonicznie, pisemnie lub za pomocą emaila. Koszty postępowania reklamacyjnego, w tym koszty dostarczenia towaru wadliwego ponosi Sprzedawca” (dowód: karty nr 137 i 139).

Przedsiębiorca zobowiązał się do natychmiastowego zaniechania zarzucanych mu praktyk – opisanych w Postanowieniu nr 1 z dn. 16 stycznia 2014 r. (dowód: karta nr 127).

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje**

W pierwszej kolejności konieczne jest ustalenie, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy doszło do naruszenia interesu publicznoprawnego. Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, celem regulacji w niej przyjętej jest zapewnienie rozwoju i ochrony konkurencji, a także podejmowanie w interesie publicznym ochrony przedsiębiorców narażonych na stosowanie praktyk ograniczających konkurencję i ochrona interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zatem charakter publicznoprawny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego; w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane jedynie wówczas, gdy na skutek działań sprzecznych z przepisami prawa naruszony został interes publiczny. Ma to miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dn. 24 października 1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90). W okolicznościach niniejszej sprawy oznacza to, iż warunkiem niezbędnym do oceny, czy działania przedsiębiorcy mogły naruszyć przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest wykazanie, iż mogły naruszyć interes publicznoprawny.

W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesów wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się kontrahentami przedsiębiorcy. W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce

naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Ad I.** 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. Stosownie do art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji, o której mowa powyżej Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań.

### **Uprawdopodobnienie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk, o których mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.**

Stosownie do treści art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów warunkiem nałożenia przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę zobowiązania zmierzającego do zapobieżenia naruszeniom określonym w art. 24 ww. ustawy jest uprawdopodobnienie, że doszło do naruszenia ww. przepisu. W związku z tym zachodzi konieczność przeanalizowania zachowań przedsiębiorcy stanowiących przedmiot postawionych mu zarzutów z punktu widzenia uprawdopodobnienia naruszenia zakazu określonego w art. 24 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 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22<sup>1</sup> kodeksu cywilnego w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Dla uprawdopodobnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest każdorazowo uprawdopodobnienie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- ✓ oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- ✓ praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów,
- ✓ zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności.

## **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm. – zwanej dalej także „usdg”) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną nie będącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). „Działalnością gospodarczą” jest zgodnie z przepisem art. 2 tej ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż prowadzi działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 142). Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem bez wątplenia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym Piotr Żuralski przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jego działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy 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 2008 r. (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. 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”.

W rozważanym przypadku oceniane zachowania przedsiębiorcy mogły oddziaływać lub mogą oddziaływać obecnie na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutów opisanych w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie uprawdopodobnione. Oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczą one wszystkich tych osób, które zawarły z przedsiębiorcą umowy na odległość za pośrednictwem Internetu, jak i zagrażają interesom wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, osób zapoznających się z ofertą kont aukcyjnych allegro.pl przedsiębiorcy dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1”. Tym samym nie ulega



wątpliwości, że rozważane działania mogą godzić lub mogły godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

### **Bezprawność działań**

Kolejną przesłanką, która musi zostać spełniona, aby było możliwe uprawdopodobnienie 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 stosownie do 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 na przykład wskutek niedopełnienia określonego obowiązku informacyjnego względem konsumentów i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczy już samo zaniechanie udzielenia przez przedsiębiorcę istotnych informacji, nawet jeśli w praktyce nie zaistniały przesłanki wykorzystania tej informacji, na przykład określającej obowiązujący u sprzedawcy tryb reklamacyjny. Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przyznają obowiązujące przepisy prawa”<sup>1</sup>.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów<sup>2</sup>. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem<sup>3</sup>.

Podkreślenia wymaga także, że bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego<sup>4</sup>. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

W tym miejscu konieczne jest rozważenie uprawdopodobnienia przesłanki bezprawności w ramach każdego z postawionych przedsiębiorcy zarzutów. Zostanie to uczynione oddzielnie dla każdej z praktyk ocenianych w niniejszej decyzji.

---

<sup>1</sup> Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

<sup>2</sup> Wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

<sup>3</sup> Por. wyrok SOKiK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

<sup>4</sup> Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001).

**Ad I.1.** W Regulaminie kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkownika o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” w części o nazwie „Zwroty” przedsiębiorca stosuje postanowienie o treści: „Klientowi przysługuje prawo zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni od daty otrzymania przesyłki”. Równocześnie w części „Uwagi do dokumentu” wydruków paragonu oraz w „opisie” poszczególnego produktu oferowanego na kontach aukcyjnych „Multimodel” oraz „FIRANEX1” przedsiębiorca stosuje postanowienie o treści: „Kupujący posiada prawo do zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki (...)”.

W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe postanowienia dotyczące „zwrotu” towaru w terminie 10 dni należy uznać za niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 uonpk. Sugerują one bowiem, że dla skuteczności odstąpienia od umowy konieczne jest zwrócenie zakupionego towaru w terminie 10 dni. Zgodnie z art. 7 ust. 1 uonpk konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Ponadto w art. 7 ust. 3 uonpk wskazuje, że nie jest konieczne aby konsument zwracał towar wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. Wystarczy bowiem zachowanie 14 dniowego terminu na dokonanie zwrotu towaru. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 7 ust. 1 i 3 tej ustawy.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia za uprawdopodobnione uznać należało, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Wobec tego za uprawdopodobnione należało również uznać w tej sprawie naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Ad I.2.** W „opisie” poszczególnego produktu kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1” przedsiębiorca stosował postanowienie o treści: „Zakupy u nas muszą oznaczać 100% zadowolenia! Dlatego dajemy Ci 10-dniową gwarancję satysfakcji. Gwarantujemy Ci możliwość rezygnacji z dokonanego zakupu bez podawania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki”. Obecnie w opisach aukcji poszczególnego produktu przedsiębiorca stosuje zaś postanowienie o treści: „Zakupy u nas muszą oznaczać 100% zadowolenia! Dlatego dajemy Ci 10-dniową gwarancję satysfakcji”. Po lewej stronie tego postanowienia widnieje komunikat zlokalizowany w okręgu, na którego obręczy widnieje napis „satysfakcja gwarantowana”, w środku zaś umieszczono oznaczenie „100%”.

Powyżej opisane działanie przedsiębiorcy należy uznać za przejaw stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 7 pkt 10 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206). Zgodnie z tym przepisem „Nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są następujące praktyki rynkowe wprowadzające w błąd: prezentowanie uprawnień przysługujących konsumentom z mocy prawa, jako cechy wyróżniającej ofertę przedsiębiorcy”. Prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość jest to uprawnienie, które zostało przyznane konsumentom na mocy uonpk. Zgodnie z 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, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem”.

W analizowanym przypadku wskutek stosowanych przez przedsiębiorcę postanowień konsument mógł zostać wprowadzony w błąd odnośnie przysługujących mu praw odstąpienia

od umowy, które zostały sformułowane w taki sposób, iż konsument jest przeświadczony, że uprawnienie to zostało przyznane dopiero przez przedsiębiorcę. W zakresie przedmiotowym wskazanej praktyki mieści się takie działanie przedsiębiorcy, które przejawia się prezentowaniem oferty handlowej przez wyróżnienie praw przysługujących konsumentowi z mocy prawa.

W świetle powyższego za uprawdopodobnione należało uznać naruszenie przez przedsiębiorcę w niniejszym przypadku art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Ad I.3.** W punktach I.3.a-c. sentencji niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie po zawarciu umowy, w przypadku umów zawieranych na odległość za pośrednictwem kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1”, a także za pośrednictwem serwisów internetowych [www.lodka-zanetowa.pl](http://www.lodka-zanetowa.pl) oraz [www.multimodel.pl](http://www.multimodel.pl). W tym miejscu należy wskazać, że w art. 9 ust. 3 uonpk sformułowano wymóg, aby potwierdzenie takie zostało sporządzone na piśmie. Z takiego punktu widzenia prawnie obojętne jest, w jakim dokumencie (o jakiej nazwie i o jakiej dodatkowej treści) zostaną zamieszczone wymagane prawem informacje. Wymagane jedynie jest, aby po pierwsze stosowne dane były konsumentom przekazywane oraz aby było to czynione w odpowiedniej, a zatem pisemnej formie najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia.

**Ad I.3.a.** W punkcie I.3.a. sentencji niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk, a poprzez za naruszające art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego, w tym w szczególności paragonów z kasy fiskalnej, wydruków paragonów, dokumentu „Termin i sposoby dostawy”, kart gwarancyjnych oraz różnego rodzaju instrukcji obsługi sprzedawanych towarów wykazała, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektuje, bowiem żaden z dokumentów wystawianych przez niego konsumentom po zawarciu umowy nie obejmuje swym zakresem takich informacji. Powyższe świadczy zatem o tym, że rozważane zachowanie należy zaklasyfikować, jako bezprawne. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie może spowodować, że konsument nie będzie dysponować pełną wiedzą o drugiej stronie umowy, pomimo że profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego powinien udostępnić takie informacje.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia za uprawdopodobnione uznać należało, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Wobec tego za uprawdopodobnione należało również uznać w tej sprawie naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Ad I.3.b.** Kolejna z ocenianych praktyk polega na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie dostawy towaru, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk, a poprzez to za naruszające art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat terminu dostawy zamówionego towaru. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego, w tym w szczególności paragonów z kasy fiskalnej, wydruków paragonów, dokumentu „Termin i sposoby dostawy”, kart gwarancyjnych oraz różnego rodzaju instrukcji obsługi sprzedawanych towarów daje podstawy do przyjęcia, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektuje, bowiem żaden z dokumentów wystawianych przez niego konsumentom po zawarciu umowy nie obejmuje swym zakresem takich informacji. Powyższe świadczy zatem o tym, że rozważane zachowanie należy zaklasyfikować, jako bezprawne. W toku niniejszego postępowania uprawdopodobniono również, iż rozważane zachowanie godzi w interesy konsumentów. Może ono godzić w te interesy mianowicie w ten sposób, że konsumenci nie otrzymują dokumentu potwierdzającego warunki zawartej umowy w zakresie dotyczącym umówionego wcześniej terminu dostawy, a co za tym idzie utrudniona może być weryfikacja tego, czy dana umowa została wykonana należycie.

W świetle powyższego za uprawdopodobnione należało uznać naruszenie przez przedsiębiorcę w niniejszym przypadku art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Ad I.3.c.** W toku niniejszego postępowania postawiono przedsiębiorcy także zarzut niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 uonpk, a poprzez to za naruszające art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Analiza zgromadzonego materiału dowodowego, w tym w szczególności paragonów z kasy fiskalnej, wydruków paragonów, dokumentu „Termin i sposoby dostawy”, kart gwarancyjnych oraz różnego rodzaju instrukcji obsługi sprzedawanych towarów wykazała, że nie obejmują one swą treścią informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji. Okoliczność ta świadczy o bezprawności zachowania przedsiębiorcy, a więc o naruszeniu przez niego art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 uonpk. Niniejsze zaniechanie przedsiębiorcy może znacząco utrudniać skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych, dochodzenie roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru, jego niezgodności z umową. Z uwagi na możliwość wystąpienia po stronie konsumentów niedogodności związanych z nieznaną przez przedsiębiorcę procedurą reklamacyjną, stwierdzić należało że takie zachowanie może godzić w interesy słabszych uczestników rynku.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia za uprawdopodobnione uznać należało, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Wobec tego za uprawdopodobnione należało również uznać w tej sprawie naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Zobowiązanie przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.**

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, warunkiem wydania wskazanej w tym przepisie decyzji, jest – oprócz uprawdopodobnienia naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 tej ustawy – zobowiązanie się przez przedsiębiorcę do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym

naruszeniom. W ocenie Prezesa Urzędu w rozpoznawanej sprawie warunek powyższy został spełniony. Przedsiębiorca będący stroną niniejszego postępowania złożył w jego toku zobowiązanie, o jakim mowa powyżej. Uczynił to w pierwszym piśmie skierowanym do Prezesa Urzędu w tej sprawie, a dodatkowe wyjaśnienia przedstawił niezwłocznie w drugim w kolejności piśmie kierowanym do Prezesa Urzędu. Niemniej jednak złożone przez niego zobowiązanie, jako precyzyjne, kompletne i adekwatne, mogło zostać przyjęte, albowiem daje podstawy do przyjęcia, że zarzucane przedsiębiorcy naruszenia zostaną wyeliminowane.

Treść zobowiązania przyjętego przez przedsiębiorcę przedstawiono na stronie 2 i 3 niniejszej decyzji. W ocenie Prezesa Urzędu przedstawione przez przedsiębiorcę rozwiązania pozwolą wyeliminować z rynku zarzucane mu praktyki, o których mowa w punktach **I.1-3.** sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 28 ust. 2, w decyzji, o której mowa w ust. 1, Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań. W toku postępowania przedsiębiorca zobowiązał się do natychmiastowego zaniechania zarzucanych mu praktyk – opisanych w Postanowieniu nr 1 z dn. 16 stycznia 2014 r. W tym zakresie wydaje się za zasadne **nałożenie na przedsiębiorcę obowiązku wykonania złożonego zobowiązania w terminie 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.** Za wskazaniem takiego terminu przemawia w szczególności rodzaj zarzucanych przedsiębiorcy naruszeń i związany z tym niewielki nakład pracy jaki jest konieczny do zrealizowania celów postępowania.

**Ad II.** Zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), w decyzji, o której mowa w art. 28 ust. 1, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie **informacji o stopniu realizacji zobowiązań.** Samo zobowiązanie przedsiębiorcy do wykonania bądź zaniechania określonych działań nie będzie mieć praktycznego znaczenia bez jednoczesnego nałożenia ww. obowiązku. Wykonanie zobowiązań musi podlegać sprawdzeniu przez Prezesa Urzędu<sup>5</sup>.

W związku z powyższym nakłada się na Piotra Żuralskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Żuralski Piotr „FABIL” w Pawłowicach obowiązek złożenia **w terminie dwóch (2) miesięcy** od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, które powinno obejmować:

- i. przedstawienie obowiązujących regulaminów kont aukcyjnych allegro.pl dla użytkowników o nazwie „Multimodel” oraz „FIRANEX1”, a także innych dokumentów, które są prezentowane konsumentom w związku z zawieraniem przez nich umów na odległość za pośrednictwem ww. kont aukcyjnych,
- ii. przedstawienie trzech pierwszych zawartych z konsumentami umów na odległość, zawierających potwierdzenie informacji na piśmie odnośnie:
  - organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy,
  - terminu dostawy,
  - miejsca i sposobu składania reklamacji.

---

<sup>5</sup> K. Kohutek, M. Sieradzka: Komentarz do art. 28 ustawy z dnia 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, LEX, 2008.*

W tym miejscu dodatkowo należy zaznaczyć, że w przypadku, jeśli przedsiębiorca nie wykona zobowiązań lub obowiązku składania informacji o stopniu realizacji tych zobowiązań, decyzja wydana w oparciu o art. 28 ust. 1–3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może zostać przez Prezesa Urzędu uchylona.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. 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 Katowicach.

Dyrektor Delegatury  
Urzędu Ochrony Konkurencji  
i Konsumentów w Katowicach  
*Maciej Fragsztajn*