

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 11. 12. 2006r.

RKT – 61 – 80/06/AD

DECYZJA Nr RKT - 89/2006

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080, Dz. U. z 2006r. Nr 157, poz. 1119, Dz. U. Nr 170, poz. 1217) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.)

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Krzysztofowi P., prowadzącemu działalność gospodarczą, jako Serpent.pl Krzysztof P. w Lublinie, ul. (...), na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepotwierdzanie konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o:

- organie rejestrowym, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy,
- numerze, pod jakim przedsiębiorcę zarejestrowano w ewidencji działalności gospodarczej,
- kosztach, terminie i sposobie dostawy,
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania przesyłki wraz ze wskazaniem wyjątków przewidzianych w ustawie 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.),
- terminie, w jakim informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 1, 5, 6, 8 i 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Krzysztofowi P., prowadzącemu działalność gospodarczą, jako Serpent.pl Krzysztof P. w Lublinie, ul. (...), na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez nieudzielanie informacji o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, a także o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą oraz o numerze, pod jakim tego dokonano, 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.), co jest niezgodne z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17. 10. 2006r.**

III. Po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Krzysztofowi P., prowadzącemu działalność gospodarczą, jako Serpent.pl Krzysztof P. w Lublinie, ul. (...), na podstawie art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się, że Krzysztof P. nie stosuje naruszających zbiorowe interesy konsumentów praktyk polegających na:**

1. Nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 8 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.), w związku z czym nie narusza przepisu art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. Nieudzielaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o zasadach zapłaty ceny, czego dotyczy art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 3 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.), w związku z czym nie narusza przepisu art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Krzysztofa P., prowadzącego działalność gospodarczą jako Serpent.pl Krzysztof P. w Lublinie, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 36 zł (słownie: trzydziestu sześciu złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także Prezesem Urzędu) przeprowadzono postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (RKT-61-26/06/AD). W toku przedmiotowego postępowania ustalono, że Krzysztof P. (zwany dalej także przedsiębiorcą), zawierając z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu, może stosować niedozwolone praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, które wymieniono w sentencji niniejszej decyzji. W związku z tym, dnia 18. 09. 2006r. wszczęto przeciwko Krzysztofowi P. z urzędu niniejsze postępowanie administracyjne pod ww. zarzutami (karta nr 1). W toku przedmiotowego postępowania przedsiębiorca ustosunkował się do postawionych mu zarzutów w pismach z dnia 26. 09. 2006r. (karta nr 16) i z 20. 10. 2006r. (karty nr 24 – 26), przedstawił stosowane przez niego wzorce umowne (karty nr 17 – 21, 27 – 36), jak również wystawiane konsumentom potwierdzenia zawarcia umów przez internet (karty nr 37 – 49).

Pismem z dnia 17. 11. 2006r. (karta nr 51) przedsiębiorca został poinformowany o zakończeniu zbierania materiału dowodowego.

W toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Krzysztof P. prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Burmistrza Piask pod numerem (...) (karta nr 8). W ramach tej działalności przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu.

Do dnia 03. 04. 2006r. prowadzony przez Krzysztofa P. sklep działał wyłącznie pod adresem www.serpent.pl, a od 04. 04. 2006r. nowa wersja strony internetowej sklepu działa pod adresem www.wsm.serpent.pl (karta nr 16). Konsumenti mogą zawierać umowy logując się, pod którymkolwiek z wyżej wymienionych adresów (karty nr 25 – 26), gdyż obie wersje sklepu są prowadzone równocześnie. Uzasadnieniem dla takiej sytuacji jest fakt, że przedsiębiorca podjął decyzję o wprowadzeniu ulepszeń do prowadzonego przez niego sklepu, konsekwencją czego było stworzenie nowej wersji witryny (karta nr 16). Stara wersja działa dlatego, że na tej stronie pozostają zamieszczone towary znajdujące się w ofercie od czasu, gdy nie funkcjonowała nowa strona internetowa, a które nie zostały jeszcze przeniesione do oferty zamieszczonej w nowej witrynie.

W istocie przedsiębiorca prowadzi jednak jeden sklep, którego oferta jest dostępna pod dwoma, powyżej wymienionymi adresami.

Przedsiębiorca wyjaśnił, że akceptacja regulaminu obowiązującego w sklepie jest bezwzględnie wymagana przy zakładaniu konta i dokonywaniu zakupów (karty nr 7 i 16).

W toku postępowania wyjaśniającego przedsiębiorca przedstawił „regulamin sklepu serpent.pl” (zwany dalej także regulaminem, karty nr 11 – 13). Analiza jego zapisów wykazała, że nie zawarto w nim informacji na temat imienia i nazwiska przedsiębiorcy, organu rejestrowego, który zarejestrował prowadzoną przez niego działalność i numeru, pod jakim tego dokonano. Ww. dane nie zostały zamieszczone także w żadnej innej części witryny sklepu. Regulamin ten zawierał postanowienie o brzmieniu: „(...) *Wiążąca jest cena widniejąca przy produkcji w momencie złożenia zamówienia (klient otrzyma ją też w mailu potwierdzającym złożenie zamówienia)*” (karty nr 11 i 32).

W toku postępowania przedsiębiorca oświadczył, iż z dniem 17. 10. 2006r. dokonał zmian w zapisach zawartych w regulaminie widniejącym na starej stronie sklepu (karty nr 25 – 26) w zakresie, jakiego dotyczy niniejsze postępowanie. Na potwierdzenie tego przedsiębiorca przedstawił zmodyfikowany regulamin (karty nr 27 – 31). Prezes Urzędu poddał jego zapisy analizie, w wyniku której ustalono, że w „postanowieniach końcowych” regulaminu wskazano, iż sklep jest prowadzony przez Krzysztofa P. W tej części regulaminu zawarto także informację o organie rejestrowym i numerze wpisu do właściwej ewidencji działalności gospodarczej (karta nr 36). Jednocześnie stwierdzono, że w regulaminie zawarto następującą regulację dotyczącą terminu związania informacją o cenie: „(...) *Cena podawana przy każdym towarze jest wiążąca w chwili złożenia przez klienta zamówienia (oznacza to, że nawet jeśli po złożeniu zamówienia cena ulegnie zmianie (np. okaże się za niska z powodu błędu przy wprowadzaniu oferty) to klientowi zostanie sprzedana po cenie z jego zamówienia)*” (karta nr 27).

Prezes Urzędu zapoznał się także z wersją regulaminu, jaka widnieje na nowej stronie internetowej sklepu (karty nr 27 – 31), w wyniku czego ustalił, że regulamin ten zawiera informację na temat tego, że sklep jest prowadzony przez Krzysztofa P., który został zarejestrowany w ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej w Urzędzie Miasta i Gminy w Piaskach pod numerem (...) (karta nr 31). W regulaminie zamieszczonym na nowej stronie internetowej sklepu przedsiębiorca stosuje postanowienie mówiące o terminie związania podaną przez niego ceną identyczne z tym, które zamieszczono w uzupełnionym regulaminie zawartym na starej stronie sklepu (karta nr 17).

W toku postępowania ustalono, że wszyscy konsumenci otrzymują elektroniczne potwierdzenia złożenia przez nich zamówień (karty nr 38 – 40, 42 – 43, 45 – 47). Następnie Krzysztof P. wystawia konsumentom, z którymi zawiera umowy na odległość, potwierdzenia w formie paragonów (karty nr 14 – 15, 37, 41, 44). Na życzenie klientów są wystawiane faktury (karty nr 26, 48 – 49). Prezes Urzędu poddał analizie treść dokumentów, o jakich mowa powyżej. W wyniku tego ustalono, że paragony nie zawierają następujących informacji na temat:

- organu rejestrowego, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numeru, pod jakim tego dokonano,
- kosztu, terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru,
- prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni,
- terminu związania ofertą lub informacją o cenie,
- zasad składania reklamacji.

Paragony zawierają informację na temat zasad zapłaty ceny, gdyż przedsiębiorca zapisuje na nich informacje o treści „*za zal. poczt*” (karty nr 14 – 15, 44) lub „*karta płatn*” (karty nr 37). Po przeanalizowaniu treści przykładowych faktur ustalono, że brak jest w nich następujących informacji na temat:

- organu rejestrowego, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numeru, pod jakim tego dokonano,
- kosztu i terminu dostawy zamówionego towaru,
- prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni i wyjątków od tego prawa,
- terminu związania ofertą lub informacją o cenie,
- zasad składania reklamacji.

Zbadane faktury zawierały informacje na temat formy płatności oraz sposobu doręczenia zamówionego towaru (karty nr 48 – 49).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Umowy zawierane z konsumentami bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, a zatem umowy zawierane na odległość, podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej także uonpk). Warunkiem zastosowania przepisów tej ustawy jest to, aby kontrahentem konsumenta był przedsiębiorca, który w ww. sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na unormowanie zawarte w art. 6 ust. 1 uonpk, aby daną umowę zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać łącznie 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 ww. 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. Aby 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 zwykle w ten sposób.

W rozważanej sprawie Krzysztof P. prowadzi sklep, którego oferta jest zamieszczona w internecie. Konsumenci logują się na stronie internetowej sklepu i komunikując się za pomocą elektronicznych środków porozumiewania się na odległość zawierają umowy. W związku z tym, że przedsiębiorca prowadzi sklep, którego oferta jest zamieszczona na stronie internetowej, należało stwierdzić, że prowadzi on działalność polegającą na zawieraniu z konsumentami umów na odległość w sposób zorganizowany i ciągły. Z uwagi na to należało stwierdzić, że do umów zawieranych przez Krzysztofa P. z konsumentami stosuje się przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

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 podmiot składający propozycję zawarcia umowy jest obowiązany do przedstawienia m. in. danych identyfikujących go oraz określających najistotniejsze kwestie związane z zawieraną umową, jej przedmiotem, sposobem realizacji, terminem związania przedstawioną ofertą. Na przedsiębiorcach zawierających z konsumentami umowy na odległość spoczywają też obowiązki informacyjne, których realizacja ma nastąpić po zawarciu umowy. Stosownie do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk najważniejsze informacje dotyczące zawieranej umowy powinny zostać potwierdzone na piśmie najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia.

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. 479⁴⁵ 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”.

Aby 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 nie dopełnia 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. Ustawa ta 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, Prezes Urzędu 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 wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. W przypadku, gdy nie zostają spełnione przesłanki z art. 23 a ww. ustawy Prezes Urzędu wydaje na podstawie art. 23 d tej ustawy decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

I.

Stosownie do art. 9 ust. 3 uonpk przedsiębiorca zawierający z konsumentem umowę na odległość powinien sporządzić pisemne potwierdzenie dotyczące tej umowy, w którym należy określić warunki, na jakich ją zawarto, a jakie wyliczono w art. 9 ust. 1 uonpk. Potwierdzenie takie powinno zostać sporządzone najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia. W ramach niniejszego postępowania postawiono Krzysztofowi P. zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na niepotwierdzaniu na piśmie konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, najistotniejszych informacji dotyczących tych umów. W postanowieniu nr 1 (karta nr 1) o wszczęciu tego postępowania wskazano, że Krzysztof P. może niedopełniać ciążącego na nim z mocy art. 9 ust. 3 uonpk obowiązku w zakresie obejmującym informacje na temat:

- organu rejestrowego, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy,
- numeru, pod jakim przedsiębiorcę zarejestrowano w ewidencji działalności gospodarczej,
- zasad zapłaty ceny,
- kosztów, terminu i sposobu dostawy,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania przesyłki wraz ze wskazaniem wyjątków przewidzianych w ustawie 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.),
- terminu, w jakim informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

Krzysztof P. wystawia potwierdzenia w postaci elektronicznej (karty nr 38 – 40, 42 – 43, 45 – 47), które jednak ze względu na formę nie prowadzą do realizacji dyspozycji przepisu art. 9 ust. 3 uonpk. Przepis ten stawia bowiem wymóg, zgodnie z którym potwierdzenia powinny mieć formę pisemną. W myśl 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 aby 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. Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że Krzysztof P. nie składa podpisu elektronicznego weryfikowanego przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Istotne dla niniejszej sprawy jest to, że na potwierdzenie zawarcia umowy Krzysztof P. wystawia konsumentom paragony fiskalne (karty nr 14 – 15, 37, 41, 44). 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 ww. 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.

Na prośbę klienta, zamiast paragonu, może zostać wystawiona faktura (karty nr 26, 48 – 49). W związku z tym w niniejszej sprawie należy też uwzględnić regulacje określone w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 25 maja 2005r. w sprawie zwrotu podatku niektórym podatnikom, zaliczkowego zwrotu podatku, wystawiania faktur, sposobu ich przechowywania oraz listy towarów i usług, do których nie mają zastosowania zwolnienia od podatku od towarów i usług (Dz. U. Nr 95, poz. 798). Zgodnie z § 9 przedmiotowego

rozporządzenia faktury VAT nie muszą być opatrzone podpisem sprzedawcy. W związku z tym można przyjąć, że faktura VAT nie musi być opatrzona podpisem przedsiębiorcy, aby można było posługiwać się nią w obrocie.

Paragony fiskalne i faktury VAT są określonymi przepisami prawa dokumentami potwierdzającymi fakt przeprowadzenia konkretnej transakcji. Z tego względu w ramach niniejszego postępowania Prezes Urzędu przeprowadził ich analizę pod kątem zgodności z warunkami określonymi w art. 9 ust. 3 uonpk. Dokumenty te można byłoby uznać za wystarczające w sytuacji, gdy zawierały wszystkie niezbędne informacje odnoszące się do konkretnej umowy wymienione w art. 9 ust. 1 uonpk.

Analiza paragonów wystawianych przez Krzysztofa P. przeprowadzona w toku niniejszego postępowania wykazała, że nie zawierają one informacji na temat organu rejestrowego, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, numeru pod jakim przedsiębiorcę zarejestrowano w ewidencji działalności gospodarczej, kosztów, terminu i sposobu dostawy towaru, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania przesyłki wraz ze wskazaniem wyjątków przewidzianych w ustawie, terminu, w jakim informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji. Badanie treści faktur VAT wystawianych przez Krzysztofa P. wykazało, że brak w nich jest informacji na temat organu rejestrowego, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numeru, pod jakim tego dokonano, kosztu i terminu dostawy zamówionego towaru, prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni wraz z ustawowymi wyjątkami, terminu związania ofertą lub informacją o cenie, jak i na temat zasad składania reklamacji.

Opisane w tym punkcie zachowanie przedsiębiorcy należało uznać za bezprawne, gdyż jest ono niezgodne z art. 9 ust. 3 uonpk w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk. Niedopełniając obowiązku sformułowanego w art. 9 ust. 3 uonpk przedsiębiorca nie spełnił jednocześnie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o jakim mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Dla stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie, że przypisane mu bezprawne zachowanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

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. Potwierdzenie tych danych 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 ułatwia też kwestie dowodowe. Brak stosownych potwierdzeń godzi w interesy konsumentów w ten sposób, że zostają oni pozbawieni niezbędnych informacji, które w razie wystąpienia niezgodności mogłyby ułatwić im dochodzenie przysługujących im praw. Praktyka ta jest wymierzona w najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. W związku z tym należało stwierdzić, że wyżej opisana praktyka stosowana przez Krzysztofa P. godzi w interesy konsumentów.

Aby Prezes Urzędu mógł stwierdzić naruszenie art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów musi wykazać, że bezprawne zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy konsumentów, godzi w ich zbiorowe interesy. Zbiorowy interes konsumentów

znaczy dotyczący ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku. Ustawa w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość. Jego działalność nie jest zasadniczo ograniczona ramami terytorialnymi. Jedynym warunkiem uzyskania możliwości zawarcia umowy z przedsiębiorcą jest posiadanie dostępu do internetu. Kontrahenci przedsiębiorcy tworzą liczną grupę konsumentów, której skład ulega nieustannym zmianom. Nie można indywidualnie wymienić wszystkich konsumentów, którzy stają się odbiorcami prezentowanej przez Krzysztofa P. oferty. Potencjalnie każdy z konsumentów może stać się jego kontrahentem. W związku z tym stwierdzono, że naruszono interesy szerokiej grupy uczestników rynku. W tych okolicznościach sprawy należało stwierdzić, że w rozważanym przypadku doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Na tej podstawie Prezes Urzędu orzekł, że niedopełniając obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk Krzysztof P. dopuścił się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W przypadku, gdy oceniane zachowanie przedsiębiorcy jest niezgodne z ww. przepisem art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje na podstawie art. 23 c ust. 1 tej ustawy decyzję, w której stwierdza, że działanie to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i jednocześnie nakazuje zaniechanie jego stosowania.

W niniejszej sprawie, aby przedsiębiorca uczynił zadość ciążącemu na nim obowiązkowi, powinien on uzupełnić wystawiane przez niego dokumenty o informacje, których brak stwierdzono w tym punkcie niniejszej decyzji. Sposób wykonania przedmiotowego obowiązku zależy od przedsiębiorcy, który powinien kierować się przy jego realizacji nakazem wyrażonym w art. 9 ust. 3 uonpk. Oznacza to, że przedsiębiorca może wybrać dogodną dla siebie formę potwierdzania ww. informacji, pod warunkiem, że ta będzie zgodna z art. 9 ust. 3 uonpk.

II.

Stosownie do art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk przedsiębiorca zawierający z konsumentami umowy na odległość powinien, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, poinformować o swoim imieniu i nazwisku, jak również powinien wskazać organ, który dokonał jego rejestracji i numer, pod którym figuruje we właściwej ewidencji. Jak wskazano powyżej sklep prowadzony przez Krzysztofa P. działa w dwóch wersjach pod dwoma adresami. Z oświadczenia złożonego przez przedsiębiorcę wynika, że w regulaminie zamieszczonym na nowej stronie internetowej sklepu podawał on informacje o swoim imieniu i nazwisku, o organie, który zarejestrował prowadzoną przez niego działalność, a także o numerze pod jakim tego dokonano. Jak wynika z ustaleń poczynionych przez Prezesa Urzędu i jak przyznał skarżony przedsiębiorca w regulaminie zamieszczonym na starej stronie internetowej sklepu nie było ww. danych. Od dnia 17. 10. 2006r. konsumenci mogą jednak zapoznać się na starej stronie internetowej sklepu z uzupełnioną wersją regulaminu, która obejmuje powyższe dane.

Konsekwencją nieinformowania konsumentów o ww. danych dotyczących przedsiębiorcy, ich potencjalnego kontrahenta, jest możliwość uznania zachowania Krzysztofa P. za bezprawne. Niedopełniając obowiązku informacyjnego wymienionego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o jakim mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Imię i nazwisko to podstawowe dane służące identyfikacji nie tylko przedsiębiorcy, ale każdego podmiotu uczestniczącego w obrocie prawnym. Znajomość imienia i nazwiska określonego podmiotu jest niezbędna w przypadku wystąpienia konieczności sprawdzenia danych dotyczących kontrahenta we właściwym rejestrze przedsiębiorców. Przedsiębiorca nie tylko nie podawał swojego imienia i nazwiska, ale nie określił też, w której ewidencji działalności został zarejestrowany i pod jakim numerem to nastąpiło. Konsumenci zostali więc pozbawieni możliwości weryfikacji danych na jego temat. Konsumenci nie wiedzieli, do którego organu powinni zgłosić się w celu uzyskania informacji na temat przedsiębiorcy. W rejestrze widnieją dane m. in. na temat adresu przedsiębiorcy, rejestr taki daje też możliwość sprawdzenia, czy przedsiębiorca nadal prowadzi działalność. 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 zostały naruszone. Jak wykazano powyżej opisana w tym punkcie decyzji praktyka stosowana przez przedsiębiorcę godziła w interesy konsumentów. Z uwagi na charakter prowadzonej przez Krzysztofa P. działalności, jak wykazano w uzasadnieniu do pkt. I tej decyzji, jego zachowanie ma wpływ na nieoznaczoną i liczną grupę konsumentów, zarówno tych, którzy zawarli umowy, jak i jego potencjalnych kontrahentów, w związku z czym jego działania godzą w zbiorowe interesy konsumentów.

W świetle powyższego należało stwierdzić, że Krzysztof P. dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk, a poprzez to art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Od dnia 17. 10. 2006r. konsumenci mają możliwość zapoznania się z regulaminem uzupełnionym o imię i nazwisko przedsiębiorcy, miejsce rejestracji oraz numer, pod jakim tego dokonano. Powyższe wskazuje na to, że przedsiębiorca usunął stwierdzone nieprawidłowości w ww. terminie. Stosownie do art. 23 e ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania tej praktyki. W takich okolicznościach, na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z powyższym w rozważanej sprawie należało orzec, jak w pkt. II sentencji niniejszej decyzji.

III.

1.

Stosownie do art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk przedsiębiorca składający konsumentowi propozycję zawarcia umowy na odległość, powinien poinformować go o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący. Informacja na temat czasu związania ofertą lub informacją o cenie zamieszczoną na stronie internetowej prowadzonego przez przedsiębiorcę sklepu ma znaczenie w sytuacji, gdy dochodzi do zmiany pobieranej przez przedsiębiorcę ceny. Konsument musi wiedzieć, do uiszczenia jakiej kwoty będzie zobowiązany oraz w jakich sytuacjach jest ewentualnie możliwe zastosowanie ceny innej, niż ta, z którą zapoznał się odwiedzając witrynę sklepu.

W rozważanym przypadku przedsiębiorca stosował zapis o treści: „(...) *Wiążąca jest cena widniejąca przy produkcji w momencie złożenia zamówienia (klient otrzyma ją też w mailu potwierdzającym złożenie zamówienia)*” (karty nr 11 i 32). Ze sformułowania tego wynika, że klient był każdorazowo związany ceną, jaka widniała przy produkcji w chwili złożenia przez niego zamówienia. Należy zatem stwierdzić, że konsumenci byli należycie informowani o

tym, jaką ceną będą związani. Powyższe wskazuje bowiem na to, że ewentualne zmiany ceny następujące po złożeniu przez konsumenta zamówienia nie będą miały wpływu na treść umowy już zawartej. Przedsiębiorca dodatkowo rozszerzył regulaminową regulację w rozważanym zakresie. Dodał on bowiem, że zapis mówiący o związaniu ceną widniejącą przy danym towarze oznacza, iż nawet jeśli po złożeniu zamówienia cena ulegnie zmianie, to towar zostanie sprzedany klientowi po cenie z jego zamówienia (karta nr 27). Postanowienie to w sposób precyzyjny wskazuje na fakt, że konsument jest związany ceną, jaka została określona w jego zamówieniu, nawet jeśli w późniejszym terminie uległa ona zmianie.

Zgodnie z art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23 a tej ustawy, Prezes Urzędu wydaje decyzję, w której stwierdza się, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Zważając na okoliczności przywołane w uzasadnieniu do tej części decyzji oraz uwzględniając treść art. 23 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że Krzysztof P. nie stosował niezgodnej z art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Stąd należało orzec, jak w pkt. III 1 sentencji tej decyzji.

2.

Stosownie do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 3 uonpk konsumenci powinni otrzymać pisemne potwierdzenie informacji na temat zasad zapłaty ceny za zamówiony przez nich towar, a potwierdzenie takie powinno zostać sporządzone najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia. Niedopełnienie przedmiotowego obowiązku świadczy o bezprawności zachowania przedsiębiorcy. Powoduje to także naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o jakim mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W rozważanym przypadku przedsiębiorca wystawia potwierdzenia w postaci paragonów oraz faktur VAT. Analiza paragonów wykazała, że zawierają one informacje na temat zasad zapłaty ceny, gdyż wskazuje się na nich, że zapłata ma nastąpić za zaliczeniem pocztowym (karty nr 14 – 15, 41) albo kartą płatniczą (karty nr 37). W przedstawionych Prezesowi Urzędu fakturach VAT także widnieje zapis mówiący o sposobie zapłaty za otrzymany towar. W rubryce „forma płatności” przedsiębiorca wpisuje „za pobraniem” albo przelewem” (karty nr 48 – 49).

W świetle powyższego należy uznać, że przedsiębiorca spełnia ciążący na nim z mocy art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 3 uonpk. Z uwagi na to trzeba też stwierdzić, że w niniejszym zakresie nie doszło do naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a zatem stosownie do art. 23 d tej ustawy należało orzec, jak w pkt. III 2 sentencji niniejszej decyzji.

IV.

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

Postępowanie w sprawie stosowania przez Krzysztofa P. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w punktach I i II sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla Prezesa Urzędu, są wydatki związane z korespondencją prowadzoną z przedsiębiorcą. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Krzysztofa P. kosztami postępowania w wysokości 36 zł (słownie: trzydziestu sześciu złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 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.

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

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral