



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

Aleja Piłsudskiego 8
90-051 Łódź, P - 73
Tel. (0-42) 636-36-89, Fax (0-42) 636-07-12
E-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO/61-103/04/AK-MN-
r.

Łódź, dnia 28 grudnia 2004

DECYZJA Nr RŁO 31/2004

Na podstawie art. 23c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (jedn. tekst: Dz. U. z 2003 r., Nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18 poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Michałowi Wiktorowi Grzeszczukowi zam. w Krakowie przy ul. Księdza Ściegiennego 69 m. 31 prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Typographus Michał Grzeszczuk z siedzibą w Krakowie przy ul. Księdza Ściegiennego 69 m. 31, 30-809 Kraków

działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 1 ww. ustawy:

- bezprawne, godzące w interesy konsumentów działanie polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, wymaganej na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271, ze zm.), informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków określonych w art. 10 ust. 3 ww. ustawy,
- bezprawne, godzące w interesy konsumentów działanie polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, wymaganej na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271, ze zm.), informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji

i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

Uzasadnienie

W dniu 21 października 2004 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej Prezes Urzędu) wszczął postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy w wyniku działania przedsiębiorców sprzedających odzież za pośrednictwem internetu nie nastąpiło naruszenie przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (jedn. tekst : Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804, ze zm.)- zwana dalej ustawą o okik, uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W toku postępowania ustalono, iż przedsiębiorca – Michał Wiktor Grzeszczuk zam. w Krakowie przy ul. Księdza Ściegiennego 69 m. 31 prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Typographus Michał Grzeszczuk z siedzibą w Krakowie przy ul. Księdza Ściegiennego 69 m. 31, 30-809 Kraków (dalej Michał Grzeszczuk) za pośrednictwem strony internetowej www.typographus.malopolska.pl, świadczy usługi drogą elektroniczną oferując do sprzedaży odzież.

Na ww. stronie internetowej przedsiębiorca- Michał Grzeszczuk nie umieścił wymaganej na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271, ze zm.)- zwana dalej ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów (...), informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków określonych w art. 10 ust. 3 ww. ustawy. Ponadto na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl Michał Grzeszczuk nie umieścił informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, do czego był zobowiązany na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...). Prezes Urzędu uznał, że zachowanie takie może być bezprawne, naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym Postanowieniem Nr 1 Prezesa Urzędu z dnia 25 listopada 2004r. zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania przez Michała Grzeszczuka praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na :

- bezprawnym, godzącym w interesy konsumentów działaniu polegającym na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, wymaganej na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków określonych w art. 10 ust. 3 ww. ustawy,
- bezprawnym godzącym w interesy konsumentów działaniu polegającym na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, wymaganej na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji,

co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 1 ustawy o okik.

W odpowiedzi na zawiadomienie z dnia 25 listopada 2004 r. o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w piśmie z dnia 9 grudnia 2004 r. Michał Grzeszczuk poinformował, iż w pełni zgadza się z przedstawionymi zarzutami, a wskazane nieprawidłowości nie wynikają, ze złej woli czy chęci naruszania praw konsumentów. Stanowią one zwykłe przeoczenie, które Michał Grzeszczuk zobowiązał się niezwłocznie naprawić – albo poprzez uzupełnienie strony internetowej stosownymi informacjami, albo poprzez jej likwidację, co wg niego będzie

miało dla praw konsumentów jednakowy skutek. Ponadto w ww. piśmie Michał Grzeszczuk wyjaśnił, iż strony dostępne pod adresem www.typographus.malopolska.pl mają charakter rekonesansowy, nigdy za ich pośrednictwem nie były dokonywane żadne transakcje, a witryna powstała z myślą o ewentualnym, przyszłym rozszerzeniu prowadzonej przez niego działalności gospodarczej prowadzonej pod firmą Typographus (k. 12).

Prezes Urzędu ustalił co następuje:

Michał Grzeszczuk jest przedsiębiorcą wpisanym do prowadzonej przez Prezydenta Miasta Krakowa ewidencji działalności gospodarczej pod numerem 45903 (k. 7). Prowadzi on działalność gospodarczą pod nazwą Typographus Michał Grzeszczuk z siedzibą w Krakowie przy ul. Księdza Ściegienego 69 m. 31. Przedmiotem działalności Michała Grzeszczuka, zgodnie z wpisem do ewidencji działalności gospodarczej, są m.in. sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej oraz pozostała sprzedaż detaliczna poza siecią sklepową.

W toku postępowania ustalono, iż Michał Grzeszczuk za pośrednictwem strony internetowej www.typographus.malopolska.pl oferował do sprzedaży odzież. Na ww. stronie internetowej prezentował oferowane przez siebie towary oraz określał warunki i sposób składania zamówienia. Oferta skierowana być mogła zarówno do konsumentów, jak i przedsiębiorców dokonujących zakupu celem dalszej odsprzedaży. Działanie takie interpretować należy jako okazanie zamiaru kontraktowania przez profesjonalistę poprzez propozycję zawarcia umowy skierowaną do użytkownika internetu, który trafił na stronę internetową www.typographus.malopolska.pl. Warunkiem dokonania zakupu było prawidłowe wypełnienie dostępnego na stronie formularza zamówienia. Wypełniony formularz, przesłany do sprzedawcy za pośrednictwem internetu, był podstawą do rozpoczęcia realizacji złożonego zamówienia tj. przygotowania i wysłania towarów pod wskazany w zamówieniu adres. Towar dostarczany był w formie listu poleconego lub paczki za pośrednictwem Poczty Polskiej. Sklep internetowy akceptował dwie formy płatności : przedpłatę w formie przelewu bankowego lub zapłatę listonoszowi przy odbiorze przesyłki (dla klientów hurtowych zasady płatności i dostawy były ustalone indywidualnie). Cechą charakterystyczną opisanej procedury był brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodziło z chwilą, gdy adresat oferty złożył oferentowi oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty.

Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, są umowami na odległość jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. W nawiązaniu do przytoczonej definicji Prezes Urzędu ustalił, iż umowy zawierane przez Michała Grzeszczuka z konsumentami, odpowiadającymi na jego propozycję zawarcia umowy umieszczoną na stronie internetowej, są umowami zawieranymi na odległość. W stosunku do takich umów obowiązują regulacje zawarte w rozdziale 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) dotyczące, m.in. kwestii odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość oraz szeroko rozumianego obowiązku informacyjnego, którzy ciąży na przedsiębiorcy występującym do konsumenta z propozycją zawarcia umowy na odległość.

W art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) określono przedkontraktowy obowiązek informacyjny, którego istotą jest udzielenie przez oferenta

konsumentowi informacji, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 6 ww. ustawy konsument powinien być poinformowany o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...). Przysługujące konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość bez podania przyczyny w terminie dziesięciu dni zostało zagwarantowane przepisem art. 7 ust. 1 ww. ustawy. Zgodnie z art. 10 ust. 1 tej ustawy termin ten w przypadku zakupu rzeczy liczy się od dnia jej wydania.

Na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl Michał Grzeszczuk nie umieścił informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Ponadto na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ww. ustawy konsument powinien być poinformowany o miejscu i sposobie składania reklamacji. Dodatkowo przepis art. 11 ust. 2 ww. ustawy stanowi, iż umowa powinna określać miejsce i sposób składania reklamacji, nie powodujące nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta.

Na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl Michał Grzeszczuk nie umieścił, wymaganej ww. przepisami prawa, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Art. 23a ust. 1 ustawy o okik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Przesłankami zaistnienia zakazanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są:

- 1) działanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) naruszające zbiorowy interes konsumentów.

Ad. 1.)

Jak wskazano na wstępie Michał Grzeszczuk jest przedsiębiorcą wpisanym do prowadzonej przez Prezydenta Miasta Krakowa ewidencji działalności gospodarczej pod numerem 45903 i prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Typographus Michał Grzeszczuk z siedzibą w Krakowie przy ul. Księdza Ściegiennego 69 m. 31. Jest on więc przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o okik.

Tym samym pierwsza przesłanka została spełniona.

Ad. 2.)

Na mocy art. 23a ustawy o okik zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed bezprawnymi działaniami przedsiębiorcy. Zgodnie z uzasadnieniem projektu rządowego ustawy z dnia 5 lipca 2002 r., nowelizującej ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów „Same przepisy art. 23a – 23d nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, a także zasad współżycia społecznego i dobrych

obyczajów” (druk sejmowy nr 366, s. 20). W Małej Encyklopedii Prawa bezprawność została zdefiniowana jako niezgodność z jakimkolwiek obowiązującym przepisem prawa (Mała Encyklopedia Prawa, PWN, Warszawa 1980, s. 46 i 47). Chodzi więc o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym jako całością. Istotnym jest również fakt, iż bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody, czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych.

Jak ustalił wcześniej organ antymonopolowy, do umów zawieranych przez Michała Grzeszczuka mają zastosowanie regulacje prawne dotyczące umów zawieranych na odległość, zawarte w rozdziale 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...).

W związku z faktem, iż w opisaney sprawie zasadą działania przedsiębiorcy –Michała Grzeszczuka jest wykorzystanie środków porozumiewania się na odległość (w tym przypadku internetu) na oferencje ciężą określone w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) obowiązki informacyjne wobec oblata. Jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość jest szeroko ujęty obowiązek informacyjny, a podstawową zasadą jest udzielenie informacji przez przedsiębiorcę spontanicznie, nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta (E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, 2. Wydanie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2002 r., s 285).

Zachowanie Michała Grzeszczuka polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.typographus.malopolska.com za pośrednictwem której świadczy on usługi drogą elektroniczną informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 ww. ustawy, a tym samym jest bezprawne.

Działanie takie pozbawiło konsumenta możliwości spontanicznego uzyskania, zagwarantowanej mu przepisami prawa, informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Prawo odstąpienia od umowy jest głównym instrumentem ochronnym dla konsumenta zawierającego umowę na odległość. Umożliwia ono zwrot zakupionego towaru bez żadnych negatywnych dla niego skutków. Ma to istotne znaczenie w związku z faktem, iż w przypadku umów zawieranych bez jednoczesnej obecności obu stron znacznie ograniczona została możliwość zapoznania się konsumenta z przedmiotem świadczenia. W przypadku oferowanej do sprzedaży przez Michała Grzeszczuka odzieży nie było możliwości jej przymierzenia, a wybór odpowiedniego rozmiaru następował na podstawie tzw. „rozmiarówki”, co nie gwarantowało takiego doboru odpowiedniego rozmiaru, jak to ma miejsce w przypadku „tradycyjnego” zakupu.

Zachowanie Michała Grzeszczuka polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.typographus.malopolska.pl, za pośrednictwem której Michał Grzeszczuk świadczy usługi drogą elektroniczną, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), a tym samym jest bezprawne.

Działanie takie pozbawiło konsumenta możliwości uzyskania, zagwarantowanej mu przepisami prawa, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji towaru zakupionego za pośrednictwem ww. strony internetowej. Ponieważ umowa zawierana na odległość wiąże się z występowaniem deficytu informacji, na oferencje ciężą szczególne obowiązki informacyjne w zakresie poinformowania, m.in. o miejscu i sposobie składania reklamacji. Informacje te mają dla konsumenta istotne znaczenie dla dochodzenia przez niego swoich praw, w kontekście niemożności uzyskania tych informacji podczas bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą.

Tym samym druga przesłanka została spełniona.

Ad.3)

Każde działanie bezprawne w ramach danego stosunku prawnego godzi w interesy drugiej strony kontraktu. Przepisy prawa o charakterze bezwzględnie obowiązującym wprowadzono bowiem do porządku prawnego po to, by chronić dobro zasługujące na ochronę.

Osobami dokonującymi zakupu odzieży za pośrednictwem strony internetowej www.typographus.malopolska.pl mogli być zarówno konsumenci (zgodnie z art. 22¹ Kodeksu Cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą), jak i osoby prowadzące działalność gospodarczą.

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia z takim interesem, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta, czyli są powszechne. W przedmiotowej sprawie za taką zbiorowość należy uznać zarówno konsumentów, którzy dokonali już zakupu za pośrednictwem strony internetowej www.typographus.malopolska.pl, jak i wszystkich potencjalnych konsumentów-użytkowników internetu, którzy są lub będą zainteresowani zamówieniem któregośkolwiek z towarów, prezentowanych na ww. stronie internetowej. Powszechny charakter usług świadczonych przez Michała Grzeszczuka drogą elektroniczną potwierdza fakt, że w niniejszej sprawie mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów, co oznacza naruszenie interesu publicznego.

Tym samym trzecia przesłanka została spełniona.

Prezes Urzędu uznał, że działania Michała Grzeszczuka nosiły znamiona bezprawności i godziły w zbiorowe interesy konsumentów. Dlatego też należało je uznać za wypełniające przesłanki praktyki opisanej w art. 23 a ust. 1 ustawy o okik.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w piśmie z dnia 9 grudnia 2004 r. Michał Grzeszczuk poinformował iż wskazane przez Urząd nieprawidłowości nie wynikają ze złej woli, czy chęci naruszenia praw konsumentów, ale są zwykłym przeoczeniem. Ww. wyjaśnienie Michała Grzeszczuka nie zasługuje na uwzględnienie, gdyż nie jest dopuszczalne tłumaczenie się przez profesjonalistę nieznaną obowiązujących przepisów prawa. Dla stwierdzenia bezprawności określonego zachowania nie są istotne zamiary podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Co więcej zgodnie z art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807) przedsiębiorca wykonuje działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów. Interesy konsumentów dokonujących zakupów za pośrednictwem internetu zostały przez ustawodawcę uznane za wymagające szczególnej ochrony, czego wyrazem są zapisy rozdziału 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) dotyczące umów zawieranych na odległość. W opisanej sprawie nie zasługuje ponadto na uwzględnienie wyjaśnienie Michała Grzeszczuka, iż prowadzona przez niego strona internetowa miała charakter rekonesansowy i za jej pośrednictwem nie były dokonywane żadne transakcje. Bezprawność jest bowiem czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody. W art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) konsumentom zagwarantowano uzyskanie wymaganych

informacji, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy. Zasadą działania przedsiębiorcy winno być zatem spontaniczne przekazanie konsumentowi informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ww. ustawy, już w momencie prezentowania oferty sklepu internetowego, niezależnie od faktu, czy dojdzie do zawarcia umowy na odległość.

W piśmie z dnia 9 grudnia 2004 r. Michał Grzeszczuk zobowiązał się niezwłocznie naprawić wskazane nieprawidłowości – albo poprzez uzupełnienie strony internetowej stosownymi informacjami, albo poprzez jej likwidację, jednakże nie przedstawił dowodów na potwierdzenie ww. deklaracji. Zgodnie z art. 23e ust. 3 ustawy o okik ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, tj. zaprzestania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, spoczywa na przedsiębiorcy.

Wobec stwierdzenia zaistnienia praktyki, o której mowa w art. 23 a ust. 1 i ust. 2 ustawy o okik Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o 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 dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury w Łodzi.

*Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów*

Dyrektor Delegatury

Iwona BIELSKA

Otrzymuje:

Michał Wiktor Grzeszczuk
Typographus
Ul. Ks. Ściegiennego 69/31
30-809 Kraków