



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

Wrocław, 22 kwietnia 2005 r.

RWR 61-1/05/JM

DECYZJA Nr 17/2005

I. Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o *ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. 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 Spółce **NOWICKA Holding Sp. z o.o.** ul.Wejherowska 28, 54-239 Wrocław,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie Spółki **NOWICKA Holding Sp. z o.o.** z/s we Wrocławiu, prowadzącej działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.baler.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,
2. brak potwierdzenia o dokonaniu zamówienia,
3. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
4. brak określenia sposobu rozstrzygnięcia reklamacji,
5. brak określenia terminu odpowiedzi na reklamację,

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 24 stycznia 2005 r.

II. Na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o *ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. 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 Spółce **NOWICKA Holding Sp. z o.o.** ul.Wejherowska 28, 54-239 Wrocław,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie Spółki **NOWICKA Holding Sp. z o.o.** z/s we Wrocławiu, prowadzącej działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.baler.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy,
 2. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
- i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

UZASADNIENIE

1. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu, w ramach prowadzonego w sierpniu 2004 r. postępowania sygn. akt RWR 078-70/04/ZR, skontrolował 42 witryny sklepów internetowych, oferujących do sprzedaży sprzęt sportowy, w celu wstępnego ustalenia, czy zachodzi podejrzenie stosowania przez tych przedsiębiorców, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23 a ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zwanej dalej „ustawą o ochronie (...)”.

Analiza witryny internetowej www.baler.pl, należącej do NOWICKA Holding Sp. z o.o. we Wrocławiu dała podstawę do podejrzenia, iż na jej stronach nie są zamieszczane wszystkie wymagane prawem informacje.

2. W związku z powyższym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu”, postanowieniem nr 9/2005 z dnia 14 stycznia 2005 r., wszczął postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23a ustawy o ochronie (...), w związku z podejrzeniem naruszenia przez Spółkę **NOWICKA Holding Sp. z o.o.** ul. Wejherowska 28, 54- 239 Wrocław, zwaną dalej „Spółką”, prowadzącą działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.baler.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,
 2. brak potwierdzenia o dokonaniu zamówienia,
 3. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
 4. brak określenia sposobu rozstrzygnięcia reklamacji,
 5. brak określenia terminu odpowiedzi na reklamację,
 6. brak określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy,
 7. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy.
- (Dowód: karta nr 2)

3. Jednocześnie postanowieniem nr 10/2005 z dnia 14 stycznia 2005 r. w poczet dowodów niniejszej sprawy zaliczono informacje uzyskane przez Prezesa Urzędu w

sprawie sygn. RWR 078-70/04/ZR, tj. kartę „Badanie E-Comerce-Witryny Internetowe” wypełnioną przez badającego witrynę www.baler.pl.
(Dowód: karta nr 3 i 4)

4. W odpowiedzi na postawione zarzuty, Spółka w pismach z dnia 27 stycznia 2005 r. i 22 lutego 2005 r. (daty wpływu) podała, iż dokonała zmian na stronie internetowej sklepu. Jednocześnie nadesłała wydruk ze strony internetowej www.baler.pl zawierający naniesione zmiany.
(Dowód: karta nr 18-19, 33-42)

II. W toku postępowania dowodowego Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Spółka NOWICKA Holding Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, za pośrednictwem strony internetowej www.baler.pl prowadzi sprzedaż sprzętu sportowego. Z jej oferty korzystać mogą zarówno osoby fizyczne (konsumenci), jak też przedsiębiorcy.

Warunkiem dokonania zakupu jest prawidłowe wypełnienie dostępnego na stronie formularza zamówienia i przesłanie go do sprzedawcy za pośrednictwem internetu. W sposób automatyczny do zamawiającego (konsumenta) wysyłany jest e-mail potwierdzający złożenie zamówienia. Konsument powinien poprzez e-mail dokonać dodatkowego potwierdzenia zamówienia, podając jego nr ID lub swoje nazwisko.

Potwierdzenie dokonania zamówienia przez konsumenta, przesłane do sprzedawcy za pośrednictwem internetu, jest podstawą do rozpoczęcia realizacji złożonego zamówienia tj. przygotowania i wysłania towarów pod wskazany w zamówieniu adres. Towar dostarczany jest, zgodnie z wyborem konsumenta, za pośrednictwem Poczty Polskiej, firmą kurierską lub osobiście odbierany w sklepie. Płatność następuje w momencie odbioru przesyłki z zamówionym towarem, przelewem bankowym lub kartą kredytową.

(Dowód: karta nr 5-16,43-45)

2. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym Spółki oraz zgłaszania reklamacji uregulowane są na konkretnych stronach tej witryny tj. informacje podstawowe, jak się poruszać, formy płatności, rodzaje dostawy, reklamacje i zwroty oraz bezpieczeństwo danych, zwanych dalej „regulaminem”.

(Dowód: karta nr 5)

3. Prezes Urzędu w stosowanym przez Spółkę regulaminie dopatrywał się braku, wymaganych przez ustawodawcę, informacji i danych, wskazanych w osnowie decyzji, dotyczących prawa konsumentów do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

(Dowód: karta nr 2, 5,8-16, 43-45)

4. W trakcie trwania postępowania dowodowego Spółka powiadomiła Prezesa Urzędu o wprowadzeniu z dniem 24 stycznia 2005 r. zmian w regulaminie, w załączeniu przesyłając jego nową wersję. I tak na stronie głównej witryny dodano link „Regulamin zakupów”, w którym wpisano następujące informacje :

- ad. zarzutu w sprawie braku informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą

Sklep internetowy baler.pl, prowadzony jest przez firmę NOWICKA Holding Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Wejherowskiej 28, wpisaną przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000087851, nr NIP 894-26-53-723, nr REGON 932280506,

- ad. zarzutu w sprawie braku potwierdzenia o dokonaniu zamówienia

Po złożeniu zamówienia klient dostaje e-mailem informację o jego przyjęciu. Klient może wprowadzić zmiany w zamówieniu do momentu wysłania towaru ze sklepu. Klient może wycofać złożone zamówienie telefonicznie (+48 71) 354 80 02, faksem (+48 71) 354 80 08, lub e-mailem sklep@baler.pl.

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia terminu, jak długo wiąże oferta

Wszystkie ceny podawane są w PLN (zł) i zawierają podatek VAT. Cena podana przy każdym towarze jest wiążąca w chwili złożenia przez klienta zamówienia. Baler.pl zastrzega sobie prawo do zmiany cen towarów, modyfikowania oferty, prowadzenia promocji na stronach sklepu, a także do dokonywania w nich zmian.

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia terminu odpowiedzi na reklamację oraz sposobu jej rozstrzygnięcia

Sposób postępowania w przypadku reklamacji:

Jeżeli po otrzymaniu towaru okaże się on wadliwy lub uszkodzony, klient powinien odesłać go przesyłką pocztową pod adres sklepu: NOWICKA Holding Sp. z o.o. ul. Wejherowska 28, 54-239 Wrocław z dopiskiem: dla baler.pl - reklamacja.

Do reklamacji musi być załączony dowód zakupu.

Reklamację rozpatrujemy do 14 dni w zależności od rodzaju wady. O wyniku rozpatrzenia reklamacji klient zostanie powiadomiony e-mailem lub telefonicznie. Szczegółowe zasady reklamacji: Reklamacje i zwroty.

Nie przyjmujemy przesyłek za pobraniem.

Kosztów związanych z odesłaniem towaru reklamowanego, baler.pl nie zwraca. Towar uszkodzony zostanie wymieniony na inny, pełnowartościowy oraz wysłany do klienta na koszt sklepu, a jeśli będzie to już niemożliwe baler.pl zwraca klientowi równowartość ceny artykułu,

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz braku określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy

Do każdego zamówienia wystawiany jest paragon potwierdzający dokonanie zakupu lub na życzenie klienta faktura VAT.

(Dowód: karta nr 18-19, 33, 35-36)

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

Ustawa o ochronie (...) określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1). Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczno – prawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, dokonujących zakupów sprzętu sportowego w sklepie internetowym ww.baler.pl.

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie: „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”. Zgodnie zaś z art. 23a ust. 2 powołanej ustawy „Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (...)”.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie prawnej przed godzącymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami, działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany katalog ma charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę działań, które naruszają przepisy innych ustaw. W przepisie art. 23a ustawy nie ma odwołania

do konkretnych ustaw (z tego względu, iż byłoby to sprzeczne z zasadami poprawnej legislacji, ale także ograniczało Prezesa UOKiK w jego decyzjach w sprawie niedozwolonych praktyk naruszających interesy konsumentów).

Do stwierdzenia praktyki z art. 23a powołanej ustawy o *ochronie (...)* konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

1. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
2. godzenie tymi działaniami w interes konsumentów,
3. naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

W powyższej sprawie poddano analizie sposób informowania i zakres informacji przekazywanych konsumentowi dokonującemu zakupów za pośrednictwem witryny internetowej www.baler.pl, o przysługujących mu prawach, a także obowiązkach. Podkreślić należy, iż z chwilą dokonania zamówienia konkretnego towaru w sklepie internetowym dochodzi do nawiązania stosunku zobowiązaniowego pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą (Spółką), z istoty którego wynika, iż na każdej ze stron umowy ciążyą określone prawa i obowiązki. Sprzedawca, będący profesjonalistą, winien udzielić konsumentowi, jako stronie słabszej tego stosunku, pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji dotyczącej prawnych gwarancji ochronnych jego interesów.

Ad. 1)

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisanej procedury stosowanej przez Spółkę w sklepie internetowym (patrz pkt 1 i 2 ustalonego stanu faktycznego) jest brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodzi z chwilą, gdy adresat oferty złożył ofertę oferentowi (Spółce), przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość jakim jest internet, oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Oznacza to, że w tej sprawie mamy do czynienia ze świadczeniem usługi drogą elektroniczną. Pod tym pojęciem, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.) rozumie się wykonywanie usługi, która następuje poprzez wysyłanie i odbieranie danych za pomocą systemów teleinformatycznych, na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności obu stron, przy czym dane te są transmitowane za pośrednictwem sieci publicznych w rozumieniu ustawy Prawo Telekomunikacyjne.

Natomiast w myśl art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o *ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) 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 z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.), są umowami na odległość jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

Zatem do przedsiębiorców świadczących usługi drogą elektroniczną i zawierających z konsumentami umowy na odległość zastosowanie mają przepisy:

1. ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o *ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), zwana dalej „ustawą o prawach konsumentów”,

2. ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), zwana dalej „ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną”.

Stosownie do treści art. 7 ust. 1 i art. 10 ust. 1 ustawy o prawach konsumentów konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy. Dokonując zakupu (art. 9 ust. 1 i 2) konsument powinien być poinformowany w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, m.in. o:

- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany (art. art. 9 ust. 1 pkt 1),
- 2) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu (art. art. 9 ust. 1 pkt 2),
- 3) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki (art. art. 9 ust. 1 pkt 3),
- 4) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia (art. art. 9 ust. 1 pkt 4),
- 5) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy (art. art. 9 ust. 1 pkt 5),
- 6) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni (art. art. 9 ust. 1 pkt 6),
- 7) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (art. art. 9 ust. 1 pkt 8),
- 8) miejscu i sposobie składania reklamacji (art. art. 9 ust. 1 pkt 10),

Przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie powyższych informacji najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia (art. 9 ust.3). Zawarta pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem umowa powinna określać miejsce i sposób składania reklamacji, nie powodujące nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta (art. 11 ust 2).

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego udostępnienia tego regulaminu usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Regulamin ten powinien określać w szczególności (art. 8 ust. 3 ww. ustawy):

- 1) rodzaje i zakres usług świadczonych drogą elektroniczną,
- 2) warunki świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - a) wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - b) zakaz dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym,
- 3) warunki zawierania i rozwiązywania umów o świadczenie usług drogą elektroniczną,
- 4) tryb postępowania reklamacyjnego.

Stosownie zaś do art. 5 tej ustawy na stronie internetowej przedsiębiorca podaje imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres albo nazwę lub firmę oraz siedzibę i adres oraz adresy elektroniczne. Ma on również obowiązek (art. 7 pkt 1 lit b) zapewnić działanie systemu teleinformatycznego, którym się posługuje, umożliwiając nieodpłatnie usługobiorcy jednoznaczną identyfikację stron usługi świadczonej drogą elektroniczną oraz potwierdzenie faktu złożenia oświadczeń woli i ich treści, niezbędnych do zawarcia drogą elektroniczną umowy o świadczenie tej usługi, w szczególności przy wykorzystaniu bezpiecznego podpisu elektronicznego w rozumieniu ustawy z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. Nr 130, poz. 1450)).

Brak zatem na witrynie sklepu internetowego którejkolwiek z ww. informacji świadczy o sprzeniewierzeniu się woli prawodawcy i stanowi nie dopełnienie przez przedsiębiorcę obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o przysługujących im prawach. Tym samym jest działaniem bezprawnym.

Na podstawie **art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o prawach konsumentów** Spółka winna zamieścić na witrynie swojego sklepu internetowego numer REGON oraz oznaczenie organu, który zarejestrował działalność jej gospodarczą. Brak tych danych jest uchybieniem obowiązku udzielenia konsumentowi rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Niedopełnieniem przez przedsiębiorcę obowiązku wynikającego z **art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o prawach konsumentów** jest brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta.

Kolejnymi naruszeniami ww. ustawy, a w szczególności jej **art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1**, jest brak określenia zasad oraz sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy, a także brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi jej treści.

Brak potwierdzenia o dokonaniu przez konsumenta zamówienia sprzeniewierza się woli prawodawcy wyrażonej w **art. 7 pkt 1 lit. b) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną**. Natomiast, zgodnie z jej **art. 8 ust. 3 pkt 4**, przedsiębiorca świadczący usługi drogą elektroniczną winien podać do publicznej wiadomości pełną informację o trybie postępowania reklamacyjnego, czego Spółka nie uczyniła. Wprowadzie na witrynie sklepu utworzono stronę "Reklamacje i zwroty towarów zakupionych w sklepie baler.pl". Nie podano jednak na niej sposobu rozstrzygnięcia reklamacji oraz terminu odpowiedzi na reklamację, co niewątpliwie wchodzi w zakres trybu reklamacyjnego.

Z powyższego wynika, że została spełniona pierwsza z trzech ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu opisanych powyżej przepisów ustaw o prawach konsumentów oraz o świadczeniu usług drogą elektroniczną, co jednocześnie naruszyło obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Wskazać przy tym należy, że prawo konsumenta do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji jest jednym z jego zasadniczych praw, a brak takiej informacji uniemożliwia konsumentowi swobodę oceny i wyboru najlepszej oferty, ograniczając wolność jego decyzji rynkowych. Profesjonalista zawsze obowiązany jest poinformować konsumenta, będącego z zasady słabszą stroną stosunku umownego, o istotnych okolicznościach dotyczących kontraktu – w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny, co jest cechą generalną prawa umów i wyływa z obowiązku lojalnego kontraktowania (vide: E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, Warszawa 2002, str. 215 i nast.).

Ad 2)

Dokonując analizy drugiej przesłanki zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 23a ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie Spółki, naruszające przepisy ustaw o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz o prawach konsumentów, niewątpliwie godziło w interes konsumenta i rodziło po jego stronie niekorzystne skutki.

Każdy konsument ma prawo sprawdzić wiarygodność przedsiębiorcy, u którego dokonuje zakupu i uiszcza zapłatę za towar. Niewątpliwie brak zaś informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz o oznaczeniu organu, który zarejestrował działalność gospodarczą, może mu to utrudnić.

Brak potwierdzenia o dokonaniu zamówienia pozostawia konsumenta w niepewności, czy jego oświadczenie woli zostało właściwie złożone i przyjęte przez Spółkę oraz czy będzie zrealizowane.

Określenie terminu, jak długo wiąże oferta, jest instytucją tzw. warming up – utrzymywania wiążącego charakteru w zakresie ceny zarówno oferty, jak i materiałów informacyjnych. Zatem okres obowiązywania oferty winien być wskazany przez przedsiębiorcę w sposób jednoznaczny i nie budzący wątpliwości, gdyż terminem tym jest on związany.

Ograniczeniem praw konsumenta jest pozbawienie go informacji o trybie postępowania reklamacyjnego usług świadczonych drogą elektroniczną, a w szczególności o sposobie rozstrzygnięcia reklamacji i terminie odpowiedzi na nią. W konsekwencji powoduje utrudnienia w dochodzeniu roszczeń przez konsumentów.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty, przedstawionej na witrynie internetowej, zawiera z przedsiębiorcą umowę kupna-sprzedaży tego towaru oraz dostarczenia go na wskazany przez siebie adres. Dlatego też, dla potwierdzenia wszelkich warunków na jakich ww. czynności mają być wykonywane oraz praw i obowiązków obu stron tej umowy, niezbędnym jest określenie zasad i sposobu utrwalania, zabezpieczania oraz udostępniania konsumentowi jej treści. Ma to także istotne znaczenie dla konsumenta przy dochodzeniu roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę.

W niniejszej sprawie Spółka zamieściła z dniem 24 stycznia 2005 r. w regulaminie zapis, iż do każdego zamówienia wystawiany jest paragon potwierdzający dokonanie zakupu lub na życzenie klienta faktura VAT. Organ w trakcie postępowania ustalił także, iż istnieje możliwość wydrukowania regulaminu poprzez naciśnięcie przycisku „drukuj”, bez konieczności zmieniania parametrów drukowania. Na wydrukowanym regulaminie widnieje data wydruku (dowód: karta nr 46). Niemniej jednak, zdaniem Prezesa Urzędu, powyższe rozwiązania tylko częściowo wypełniają dyspozycję art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 *ustawy o prawach konsumentów*, gdyż w regulaminie winien być jasno określony sposób udostępnienia konsumentowi treści zawartej pomiędzy nim a Spółką umowy np. umowa w formie pisemnej zostanie przesłana wraz z zamówionym towarem; treść umowy z określoną datą jej zawarcia zostanie przesłana w formie elektronicznej na adres konsumenta; umowa będzie zawarta przy wykorzystaniu bezpiecznego podpisu elektronicznego w rozumieniu ustawy z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. Nr 130, poz. 1450). Można także stworzyć odrębny link w celu umożliwienia konsumentowi wydrukowania treści umowy wraz z datą jej zawarcia.

Jak zatem z powyższego wynika, zdaniem Prezesa Urzędu, wolą ustawodawcy zostały stworzone prawne gwarancje ochronne interesów konsumentów, poprzez ustanowienie katalogu obowiązków przedsiębiorcy wobec nich. Podkreślając rangę tych zapisów nadano im formę obowiązków ustawowych. Przepisy prawa o charakterze bezwzględnie obowiązującym wprowadzono do porządku prawnego po to, by chronić dobro zasługujące na ochronę. Każde działanie bezprawne w ramach danego stosunku prawnego godzi w interesy drugiej strony kontraktu. Przyjąć zatem należy, iż nieuczynienie zadość ww. obowiązkom ustawowym godzi w interes konsumentów, który ustawodawca uznał za istotny i podlegający ochronie prawnej.

Zatem wypełniona została druga z przesłanek, niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Ad 3)

Zgodnie z art. 23a ust. 1 zd. 2 *ustawy o ochronie*, zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy

naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta, może być przejawem powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

Omówione działania Spółki dotyczyły niewątpliwie zbiorowego interesu konsumentów, tj. nieograniczonej liczby konsumentów, którzy dokonywali za pośrednictwem strony internetowej www.baler.pl zakupów w jej sklepie internetowym, jak i wszystkich potencjalnych konsumentów- użytkowników internetu, którzy są lub będą zainteresowani zamówieniem któregośkolwiek z towarów, prezentowanych na ww. stronie internetowej.

Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Uczestnika nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami kręgu kupujących konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Spółki.

W tym stanie rzeczy należy uznać, że naruszony został zbiorowy interes konsumentów, a tym samym spełniona ostatnia z trzech ww. przesłanek.

Mając powyższe na względzie, Prezes UOKiK stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 23a ustawy o ochronie

Jednakże zgodnie z art. 23e ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...) nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23 a. W takim przypadku Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie jej stosowania.

Taka sytuacja ma miejsce w niniejszej sprawie, gdzie Prezes Urzędu stwierdził, iż powyższa praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji miała charakter czasowy, a jej stosowanie zostało zaniechane z dniem 24 stycznia 2005 r.

Natomiast wprowadzone do regulaminu zmiany polegające na załączaniu do każdego zamówienia paragonu potwierdzającego dokonanie zakupu lub faktury VAT nie wypełniają dyspozycji art. art. 9 ust. 1 pkt 1 i ust. 3 ustawy o prawach konsumentów, zatem w tym zakresie należało orzec jak w pkt II sentencji.

Wykonując, w tej części, decyzję Prezesa Urzędu i mając na uwadze brzmienie art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o prawach konsumentów, należy wziąć pod uwagę wytyczne zawarte na stronie 8 uzasadnienia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie 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 – Delegatura we Wrocławiu.

Z up. Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk