



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

Katowice, dnia 01 lutego 2013 r.

RKT-61-42/12/BP

DECYZJA Nr RKT – 01/2013

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 § 2 pkt 4 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 z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Marcinowi Wieczorkowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że ww. przedsiębiorca stosuje praktyki, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

1. a. zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, w dziale Reklamacje w pkt 7, postanowienia o treści: *„Reklamacje towarów, w których ujawniły się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni roboczych od daty otrzymania towaru od Klienta (...)”*, co jest niezgodne z art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

b. zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, w dziale Zwrot towaru w pkt 1 i 2, postanowienia o treści: *„1. W okresie 10 dni od dostarczenia zamówionego towaru, Konsument ma prawo do jego zwrotu bez podania przyczyny w ramach odstąpienia od umowy, według zasad wynikających z przepisów dotyczących zawierania umów na odległość (Zgodnie z art. 7 Ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów (...), składając sprzedawcy oświadczenie na piśmie (...)) 2. W takim przypadku Kupujący odsyła towar na własny koszt wraz z paragonem fiskalnym, z adnotacją na odwrocie paragonu: "zwrot" i oświadczeniem o zwrocie na adres (...)”*, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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) i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

c. zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, w dziale Zwrot towaru w pkt 3, postanowienia o treści: *„Jeśli powyższe warunki zostały spełnione Kupujący*

w ciągu 10 dni od daty otrzymania przez sklep zwrotu towaru otrzyma zwrot wartości towaru”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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) i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) poprzez rozpowszechnianie prawdziwej informacji, iż konsumentowi przysługuje zwrot kwoty stanowiącej wartość towaru w sposób mogący wprowadzać w błąd, iż konsumentowi przysługuje wyłącznie zwrot tej kwoty, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

3. a. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem strony internetowej www.forehand.pl – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 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 z 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 związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem strony internetowej www.forehand.pl – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z 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 (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z 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 związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem strony internetowej www.forehand.pl – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z 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 (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

po przyjęciu przez Marcina Wieczorka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie zobowiązania do zaniechania stosowania ww. praktyk

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

nakłada się na Marcina Wieczorka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie obowiązek wykonania przyjętego przez tego przedsiębiorcę w toku postępowania **zobowiązania do podjęcia działań** zmierzających do zapobieżenia zarzucanym mu naruszeniom, które to działania zostaną podjęte **niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni**, od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, a polegać będą na:

1) Wprowadzeniu w życie Regulaminu – sklepu internetowego forehand.pl – zmieniającego kwestionowane w toku niniejszego postępowania postanowienia w taki sposób, że:

- a. postanowienie o treści: *„Reklamacje towarów, w których ujawniły się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni roboczych od daty otrzymania towaru od Klienta (...)”* przyjmie brzmienie: *„Reklamacje towarów, w których ujawni się wada w czasie użytkowania rozpatrywane są w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania towaru od Klienta”*,
- b. postanowienie o treści: *„1. W okresie 10 dni od dostarczenia zamówionego towaru, Konsument ma prawo do jego zwrotu bez podania przyczyny w ramach odstąpienia od umowy, według zasad wynikających z przepisów dotyczących zawierania umów na odległość (Zgodnie z art. 7 Ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów (...), składając sprzedawcy oświadczenie na piśmie (...)) 2. W takim przypadku Kupujący odsyła towar na własny koszt wraz z paragonem fiskalnym, z adnotacją na odwrocie paragonu: "zwrot" i oświadczeniem o zwrocie na adres (...)”* przyjmie brzmienie: *„1. Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” Konsument, może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając sprzedawcy oświadczenie na piśmie – wzór oświadczenia do pobrania. 2. Zwracany towar należy odesłać najpóźniej w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy na adres sklepu”*,
- c. postanowienie o treści: *„Jeśli powyższe warunki zostały spełnione Kupujący w ciągu 10 dni od daty otrzymania przez sklep zwrotu towaru otrzyma zwrot wartości towaru”* przyjmie brzmienie: *„3. Sklep dokonuje zwrotu świadczenia wpłaconego przez Konsumenta niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy. Zwrot obejmuje wartość towaru oraz koszty przesyłki od sklepu do konsumenta. Zwrotu dokonujemy przelewem na konto wskazane przez Kupującego. 4. Sklep nie przyjmuje żadnych przesyłek odesłanych „za pobraniem”*.

2) Zaprzestaniu stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) polegającej rozpowszechnianiu prawdziwej informacji, iż konsumentowi przysługuje zwrot kwoty stanowiącej wartość towaru w sposób mogący wprowadzać w błąd, iż konsumentowi przysługuje wyłącznie zwrot tej kwoty, poprzez informowanie konsumentów, że w przypadku dokonywania zwrotu towaru przysługuje im także zwrot kosztów wysyłki ze sklepu do konsumenta, poprzez wprowadzenie do Regulaminu sklepu internetowego forehand.pl postanowień zgodnych ze zmianami przedstawionymi w pkt I 1b i c powyżej oraz do umieszczania analogicznych informacji w dziale zwrot towarów na stronie sklepu internetowego forehand.pl, jak również do zmiany stosowanego wzoru „Oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość” poprzez wykreślenie fragmentu zatytułowanego „Proszę o zwrot kwoty ...”.

3) Przystąpieniu do potwierdzania konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, po ich zawarciu, informacji na temat:

- a. terminu i sposobu dostawy poprzez wskazanie w pisemnej informacji dołączanej do każdej przesyłki – w oparciu o treść załącznika do pisma z dn. 31 grudnia 2012 r.:
„INFORMACJE O SPOSOBIE I CZASIE DOSTAWY
Sklep Forehand.pl realizuje dostawy zamówień za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej DHL. Czas dostawy zamówienia od daty wysłania przez sklep wynosi:

- 1 dzień roboczy w przypadku firmy kurierskiej DHL
- 1-3 dni robocze w przypadku wysyłki Poczta Polska.

Data wysłania jest określona każdorazowo na liście przewozowym firmy realizującej dostawę”,

- b. prawa do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni poprzez zamieszczenie w pisemnej informacji dołączanej do przesyłki, w oparciu o treść załącznika do pisma z dn. 31 grudnia 2012 r.:

„**INFORMACJA O PRAWIE DO ZWROTU TOWARU.**

Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” Konsument, może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając sprzedającemu oświadczenie na piśmie.

Zwracany towar należy odesłać najpóźniej w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy na adres sklepu.

Sklep dokonuje zwrotu świadczenia wpłaconego przez Konsumenta niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy. Zwrot obejmuje wartość towaru oraz koszty przesyłki od sklepu do konsumenta. Zwrotu dokonujemy przelewem na konto wskazane przez Kupującego.

Sklep nie przyjmuje żadnych przesyłek odesłanych „za pobraniem”.

Na drugiej stronie znajdziesz wzór oświadczenia o zwrocie towaru”.

- c. miejsca i sposobu składania reklamacji poprzez zamieszczenie w pisemnej informacji dołączanej do przesyłki, w oparciu o treść załącznika do pisma z dn. 31 grudnia 2012 r.:

„**INFORMACJE O ZASADACH, MIEJSCU I SPOSOBIE SKŁADANIA REKLAMACJI.**

Wszystkie produkty sprzedawane przez naszą firmę są fabrycznie nowe i wolne od wad. Obsługa sklepu dokłada najwyższych starań aby do Kupującego dotarł produkt pełnowartościowy wolny od wad i uszkodzeń.

Uszkodzenie w transporcie:

Jeżeli po otrzymaniu towaru Kupujący wykryje w nim wady techniczne lub uszkodzenia mechaniczne (zewnętrzne) powstałe podczas dostawy, ma prawo odesłać przesyłkę. W tym celu Zamawiający powinien niezwłocznie skontaktować się ze sklepem i poinformować o zaistniałym fakcie celem uzgodnienia sposobu załatwienia reklamacji.

Reklamacje produktów w zakresie wad, które ujawniły się w czasie użytkowania.

Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nakłada obowiązek odpowiedzialności Sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową. Zgodnie z prawem Kupujący może korzystać z uprawnień przez okres 2 lat od daty zakupu.

Reklamacje towarów, w których ujawniły się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania towaru od Klienta. O sposobie rozpatrzenia reklamacji Klient zostanie poinformowany e-mailem lub telefonicznie.

Konsument powinien odesłać towar na własny koszt na adres firmy:

FHU FOREHAND MARCIN WIECZOREK ŚW. ROCHA 53 42-200 CZĘSTOCHOWA

Do odsyłanego towaru należy dołączyć paragon fiskalny lub fakturę zakupu, z adnotacją na jej odwrocie: "reklamacja - towar uszkodzony".

Koszt przesyłki zostanie zwrócony klientowi niezwłocznie po otrzymaniu przesyłki i rozpatrzeniu reklamacji. Koszt przesyłki jest zwracany do wysokości równowartości pocztowej przesyłki ekonomicznej. Koszt powyżej tej wysokości w postaci np. wysyłki kurierem ponosi klient.

Uprawnienia gwarancyjne.

W przypadku gdy do produktu dołączona jest karta gwarancyjna, Kupujący ma prawo korzystać z gwarancji na zasadach określonych w karcie gwarancyjnej przez Gwaranta”.

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. 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 i § 5 pkt 1 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 przeciwko **Marcinowi Wieczorkowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie** postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, nakłada się na tego przedsiębiorcę obowiązek złożenia – **w terminie dwóch miesięcy** od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, które powinno obejmować:

- a) Przedstawienie obowiązującego Regulaminu sklepu internetowego forehand.pl wraz z określeniem daty jego wprowadzenia w życie,
- b) Trzy pierwsze zawarte z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego forehand.pl zawierające potwierdzenie informacji na piśmie odnośnie:
 - terminu i sposobu dostawy,
 - prawa do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni,
 - miejsca i sposobu składania reklamacji,
- c) Trzy pierwsze otrzymane od konsumentów oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość – o ile dojdzie w tym terminie do ewentualnych przypadków odstąpienia od umowy – wraz z dalszą dokumentacją obejmującą m.in. potwierdzenie wykonania przelewu uwzględniającego wydatki poczynione przez konsumentów tytułem kosztów wysyłki towaru, w sytuacji w której dostawa towarów nastąpiła za pośrednictwem firmy kurierskiej lub Poczty Polskiej.

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadzono postępowanie wyjaśniające (RKT-405-20/12/BP) w sprawie działalności Marcina Wieczorka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie (zwanego dalej także „przedsiębiorcą”). W toku tego postępowania powzięto podejrzenie, iż przedsiębiorca stosuje praktyki opisane w pkt I 1-3 sentencji niniejszej decyzji, wobec czego za konieczne uznano wszczęcie niniejszego postępowania administracyjnego. W tych okolicznościach, *Postanowieniem nr 1* z dnia 28 listopada 2012 r. (dowód: karty nr 2 – 4) 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. 14 grudnia 2012 r. (dowód: karty nr 68-76) oraz z dn. 31 grudnia 2012 r. (dowód: karty nr 79-81).

W toku postępowania, pismem z dn. 14 grudnia 2012 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. 31 grudnia 2012 r. przedsiębiorca uzupełnił uprzednio złożony wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej.

Pismem z dnia 18 stycznia 2013 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 84). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Marcin Wieczorek prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo Usługowa Forehand w Częstochowie. Jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej (dowód: karta nr 9). W rubryce „Przeważająca działalność gospodarcza” wypisu z ww. ewidencji wpisano – 47.91.Z – sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej.

W ramach tej działalności przedsiębiorca prowadzi sprzedaż m.in. akcesoriów sportowych za pośrednictwem strony internetowej www.forehand.pl (dowód: karta nr 41).

Warunki, na jakich są zawierane z konsumentami umowy sprzedaży na odległość określa Regulamin sklepu internetowego forehand.pl. Informacje przedmiotowo istotne odnoszące się do zawierania umów na odległość znajdują się również w poszczególnych zakładkach strony internetowej www.forehand.pl. Dodatkowo po złożeniu zamówienia na przedmiotowej stronie internetowej automatycznie wyświetla się informacja dotycząca sposobu złożenia zamówienia, sposobu płatności oraz kosztów wysyłki. Ustalono, iż Regulamin sklepu internetowego obowiązuje od 01.09.2006 r. (dowód: karta nr 11).

W poszczególnych działach i punktach tego Regulaminu przedsiębiorca zawarł następujące postanowienia umowne:

- Pkt 7 działu Reklamacje stanowi, że *„Reklamacje towarów, w których ujawniły się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni roboczych od daty otrzymania towaru od Klienta (...)”*,
- Pkt 1 i 2 działu Zwrot towaru stanowi, że *„1. W okresie 10 dni od dostarczenia zamówionego towaru, Konsument ma prawo do jego zwrotu bez podania przyczyny w ramach odstąpienia od umowy, według zasad wynikających z przepisów dotyczących zawierania umów na odległość (Zgodnie z art. 7 Ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów (...), składając sprzedawcy oświadczenie na piśmie (...)*
2. W takim przypadku Kupujący odsyła towar na własny koszt wraz z paragonem fiskalnym, z adnotacją na odwrocie paragonu: "zwrot" i oświadczeniem o zwrocie na adres (...)”,
- Pkt 3 działu Zwrot towaru stanowi, że *„Jeśli powyższe warunki zostały spełnione Kupujący w ciągu 10 dni od daty otrzymania przez sklep zwrotu towaru otrzyma zwrot wartości towaru”* (dowód: karty nr 22-24).

Ustalono również, iż na 29 przypadków korzystania w 2012 r. przez konsumentów z uprawnienia do odstąpienia od umowy, jedynie w dwóch przypadkach konsumenci wskazali, iż żądają zwrotu kwoty uwzględniającej poniesione przez nich koszty wysyłki towaru (dowód: karty nr 44-64).

Ponadto ustalono, iż na potwierdzenie zawarcia z konsumentami umów na odległość przedsiębiorca wystawia konsumentom paragony VAT wraz z paragonami z kasy fiskalnej. Analiza treści paragonów VAT (dowód: karty nr 25-27) oraz paragonów z kasy fiskalnej (dowód: karty nr 37-40), wykazała, że nie obejmują one informacji na temat:

- terminu i sposobu dostawy towaru,
- prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

Zobowiązanie złożone przez Marcina Wieczorka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie.

W toku postępowania przedsiębiorca wniósł o wydanie w niniejszej sprawie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zobowiązującej do podjęcia działań zamierzających do zapobieżenia zarzucanym naruszeniom. Przedsiębiorca zobowiązał się do zmiany kwestionowanych postanowień, zaprzestania stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, jak również do przystąpienia do potwierdzania konsumentom na piśmie informacji wynikających z uregulowań ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (dowód: karty nr 68-76, 79-81).

W odniesieniu do zarzutu, o jakim mowa w **pkt I 1a** sentencji decyzji, przedsiębiorca zobowiązał się do **zmiany** kwestionowanego postanowienia na klauzulę o treści „*Reklamacje towarów, w których ujawni się wada w czasie użytkowania rozpatrywane są w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania towaru od Klienta*” (dowód: karta nr 68).

Jeśli chodzi o klauzulę o jakiej mowa w **pkt I 1b** sentencji decyzji, przedsiębiorca zobowiązał się do **zmiany** kwestionowanego postanowienia na klauzulę o treści „*1. Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” Konsument, może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając sprzedającemu oświadczenie na piśmie – wzór oświadczenia do pobrania. 2. Zwracany towar należy odesłać najpóźniej w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy na adres sklepu*” (dowód: karta nr 69).

W odniesieniu do zarzutu, o jakim mowa w **pkt I 1c** sentencji decyzji, przedsiębiorca zobowiązał się do **zmiany** kwestionowanego postanowienia na klauzulę o treści „*3. Sklep dokonuje zwrotu świadczenia wpłaconego przez Konsumenta niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy. Zwrot obejmuje wartość towaru oraz koszty przesyłki od sklepu do konsumenta. Zwrotu dokonujemy przelewem na konto wskazane przez Kupującego. 4. Sklep nie przyjmuje żadnych przesyłek odesłanych „za pobraniem*” (dowód: karta nr 69).

W zakresie pkt I 2 sentencji decyzji, przedsiębiorca zobowiązał się do **zaprzestania stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym** (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) polegającej na rozpowszechnianiu prawdziwej informacji, iż konsumentowi przysługuje zwrot kwoty stanowiącej wartość towaru w sposób mogący wprowadzać w błąd, iż konsumentowi przysługuje wyłącznie zwrot tej kwoty. Zobowiązanie przedsiębiorcy dotyczy informowania konsumentów, że w przypadku korzystania przez nich z uprawnienia do odstąpienia od umowy przysługuje im także zwrot kosztów wysyłki ze sklepu do konsumenta, czego odzwierciedleniem będzie wprowadzenie do Regulaminu sklepu internetowego forehand.pl postanowień zgodnych ze zmianami przedstawionymi w pkt I 1b-c sentencji niniejszej decyzji oraz do umieszczania analogicznych informacji w dziale zwrot towarów na stronie sklepu internetowego forehand.pl. Ponadto w tym samym zakresie przedsiębiorca zobowiązał się do zmiany stosowanego wzoru „*Oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość*”.

Odnośnie zarzutów określonych w pkt I 3a-c sentencji decyzji, zobowiązanie przedsiębiorcy polega na **przystąpieniu do potwierdzania konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, po ich zawarciu, informacji na temat:**

- terminu i sposobu dostawy poprzez wskazanie w pisemnej informacji dołączanej do każdej przesyłki – w oparciu o treść załącznika do pisma z dn. 31 grudnia 2012 r.:

„INFORMACJE O SPOSOBIE I CZASIE DOSTAWY

Sklep Forehand.pl realizuje dostawy zamówień za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej DHL. Czas dostawy zamówienia od daty wysłania przez sklep wynosi:

- *1 dzień roboczy w przypadku firmy kurierskiej DHL*
- *1-3 dni robocze w przypadku wysyłki Poczta Polska.*

Data wysłania jest określona każdorazowo na liście przewozowym firmy realizującej dostawę”,

- prawa do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni poprzez zamieszczenie w pisemnej informacji dołączanej do przesyłki, w oparciu o treść załącznika do pisma z dn. 31 grudnia 2012 r.:

„INFORMACJA O PRAWIE DO ZWROTU TOWARU.

Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” Konsument, może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając sprzedającemu oświadczenie na piśmie.

Zwracany towar należy odesłać najpóźniej w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy na adres sklepu.

Sklep dokonuje zwrotu świadczenia wpłaconego przez Konsumenta niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy. Zwrot obejmuje wartość towaru oraz koszty przesyłki od sklepu do konsumenta. Zwrotu dokonujemy przelewem na konto wskazane przez Kupującego.

Sklep nie przyjmuje żadnych przesyłek odesłanych „za pobraniem”.

Na drugiej stronie znajdziesz wzór oświadczenia o zwrocie towaru”.

- miejsca i sposobu składania reklamacji, zgodnie z treścią załącznika do pisma z dn. 31 grudnia 2012 r.:

INFORMACJE O ZASADACH, MIEJSCU I SPOSOBIE SKŁADANIA REKLAMACJI.

Wszystkie produkty sprzedawane przez naszą firmę są fabrycznie nowe i wolne od wad. Obsługa sklepu dokłada najwyższych starań aby do Kupującego dotarł produkt pełnowartościowy wolny od wad i uszkodzeń.

Uszkodzenie w transporcie:

Jeżeli po otrzymaniu towaru Kupujący wykryje w nim wady techniczne lub uszkodzenia mechaniczne (zewnątrzne) powstałe podczas dostawy, ma prawo odesłać przesyłkę. W tym celu Zamawiający powinien niezwłocznie skontaktować się ze sklepem i poinformować o zaistniałym fakcie celem uzgodnienia sposobu załatwienia reklamacji.

Reklamacje produktów w zakresie wad, które ujawniły się w czasie użytkowania.

Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nakłada obowiązek odpowiedzialności Sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową. Zgodnie z prawem Kupujący może korzystać z uprawnień przez okres 2 lat od daty zakupu.

Reklamacje towarów, w których ujawniły się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania towaru od Klienta. O sposobie rozpatrzenia reklamacji Klient zostanie poinformowany e-mailem lub telefonicznie.

Konsument powinien odesłać towar na własny koszt na adres firmy:

FHU FOREHAND MARCIN WIECZOREK ŚW. ROCHA 53 42-200 CZĘSTOCHOWA

Do odsyłanego towaru należy dołączyć paragon fiskalny lub fakturę zakupu, z adnotacją na jej odwrocie: "reklamacja - towar uszkodzony".

Koszt przesyłki zostanie zwrócony klientowi niezwłocznie po otrzymaniu przesyłki i rozpatrzeniu reklamacji. Koszt przesyłki jest zwracany do wysokości równowartości pocztowej przesyłki ekonomicznej. Koszt powyżej tej wysokości w postaci np wysyłki kurierem ponosi klient.

Uprawnienia gwarancyjne.

W przypadku gdy do produktu dołączona jest karta gwarancyjna, Kupujący ma prawo korzystać z gwarancji na zasadach określonych w karcie gwarancyjnej przez Gwaranta”.

W złożonym przez siebie zobowiązaniu przedsiębiorca podniósł, iż zaproponowane przez niego zmiany zostaną wprowadzone niezwłocznie po zaakceptowaniu ich przez Prezesa Urzędu w decyzji (dowód: karta nr 70).

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 podejmowana w interesie publicznym ochrona 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 Marcina Wieczorka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie 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. 479⁴⁵ 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. 22¹ 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. Uznanie określonego działania przedsiębiorcy za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

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

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Za przedsiębiorcę uznaje się więc podmiot, który spełnia łącznie określone tymi przepisami kryteria:

- jest osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną niebędącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną,
- wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą, tzn. działalność zarobkową w sposób zorganizowany i ciągły.

Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

Marcin Wieczorek prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie i jest wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej. Nie ulega zatem wątpliwości, iż Marcin Wieczorek jest przedsiębiorcą w rozumieniu powołanego wyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym Marcin Wieczorek 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 sposób w zakresie zarzutów opisanych w pkt 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 sklepu internetowego

forehand.pl. 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 stwierdzenie 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 przysługują obowiązujące przepisy prawa*”¹.

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 obyczajów². 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 prawem³.

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 faktycznego⁴. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

¹ 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.

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

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

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

W niniejszej sprawie w pkt I 1a-c sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzut stosowania postanowień Regulaminu sklepu internetowego *forehand.pl* sprzecznych z uregulowaniami zawartymi w ustawie z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) oraz w ustawie 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). Jako „*sprzeczne z prawem*” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. W tym zakresie należy stwierdzić, że dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.

Równocześnie w pkt I 2 sentencji niniejszej decyzji zarzucono przedsiębiorcy stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej. Art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *expressis verbis* stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności zaś nieuczciwe praktyki rynkowe. Zgodnie z art. 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2).

Wreszcie w pkt I 3a-c sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzut niedopełniania wyszczególnionych tam obowiązków informacyjnych określonych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Ww. ustawa przewiduje obowiązek przekazywania konsumentom określonych informacji zarówno na etapie prezentacji oferty, tj. przed zawarciem umowy, jak i po zawarciu umowy. „*Szeroko ujęty obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. (...) Zasadą jest udzielanie informacji przez przedsiębiorcę w sposób spontaniczny; nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta*”.⁵ „*Chwila zainicjowania wzajemnych kontaktów (a więc moment, gdy oferta czy reklama skierowane do publiczności przeradzają się w informację odebraną przez zindywidualizowanego kontrahenta in spe) bezpośrednio poprzedzających podjęcie przez konsumenta decyzji o zawarciu umowy – będzie chwilą charakteryzującą się największym natężeniem obowiązku informacji ze strony profesjonalisty wobec konsumenta. Dotyczy to konieczności udzielenia tych informacji, które są niezbędne dla świadomego dokonania wyboru i podjęcia decyzji o wdaniu się w transakcję przez konsumenta*”.⁶

⁵ Ewa Łętowska – *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H. Beck 2002, wyd. 2, str. 285.

⁶ *Ibidem*, str. 226.

Przekazanie wymaganych prawem informacji umożliwia więc konsumentowi podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy oraz jego skutkach. Potwierdzenie zaś niezbędnych informacji na piśmie pozwala na ich indywidualizację oraz utrwalenie na wypadek konieczności ponownego zapoznania się z nimi po zawarciu umowy. Niezależnie od etapu, na jakim jest wymagane podanie w określonej formie pewnych informacji, ich niedostatek prowadzi do osłabienia pozycji konsumenta względem przedsiębiorcy. Jest to szczególnie dotkliwe w przypadku umów zawieranych na odległość, gdyż kontakt z przedsiębiorcą jest ograniczony, a możliwość zbadania przedmiotu umowy przed zawarciem umowy nie istnieje. To z kolei powoduje, że wszelkie braki w informacjach mogą doprowadzić do zawarcia umowy, której w normalnych warunkach konsument by nie zawarł.

Praktyka opisana w punkcie I 3a-c dotyczy zaniechań na etapie realizacji umowy. Informacje przekazywane w potwierdzeniu wystawianym po zawarciu umowy, przy przystąpieniu przez przedsiębiorcę do jej wykonania, powinny dotyczyć konkretnej, zawartej z konsumentem umowy. Potwierdzenia takie mają służyć odzwierciedleniu i utrwaleniu treści zawartej z konsumentem umowy, dzięki czemu możliwa ma być kontrola jej wykonania, a także ułatwione ma być dochodzenie przez konsumenta przysługujących mu na późniejszych etapach uprawnień np. z zakresu niezgodności towaru z umową albo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

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

Ad I 1a.

W zakresie punktu I 1a sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, w dziale Reklamacje w pkt 7, postanowienia o treści: *„Reklamacje towarów, w których ujawniła się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni roboczych od daty otrzymania towaru od Klienta (...)”*, co jest niezgodne z art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) - zwanej dalej ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży – *„Jeżeli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione”*. Celem wyznaczenia przez ustawodawcę terminu do rozpatrzenia reklamacji ma być zdyscyplinowanie przedsiębiorcy w zakresie wyrażenia stanowiska odnośnie zgłoszonej niezgodności z umową i żądania konsumenta co do sposobu doprowadzenia do stanu zgodności z umową. Do obliczania powyższego terminu należy stosować zasady przyjęte w kodeksie cywilnym. Zgodnie z art. 111 § 1 k.c. termin oznaczony w dniach kończy się z upływem ostatniego dnia. Niemniej, jeżeli koniec terminu do wykonania czynności przypada na dzień uznany ustawowo za wolny od pracy, termin upływa dnia następnego (art. 115 k.c.). Nie jest dopuszczalne, aby przedsiębiorca wydłużał w jakikolwiek sposób powyższy termin, również w zakresie sposobu jego obliczania. Ustawodawca nie przewidział, aby termin na zajęcie stanowiska wynosił 14 dni roboczych, lecz 14 dni kalendarzowych zgodnie z ogólnie przyjętymi regułami. Należy zauważyć, że przekroczenie powyższego terminu niesie za sobą skutek w postaci uznania roszczeń konsumenta, tak więc przedsiębiorca - wydłużając powyższy termin - działa na

szkodę konsumenta, jednocześnie ograniczając swoją odpowiedzialność za skutki przekroczenia powyższego terminu.

W tym więc zakresie przedmiotowe postanowienie, określając termin na rozpatrzenie reklamacji w kategoriach dni roboczych, w sposób niezasadny wydłuża termin, w którym przedsiębiorca jest zobowiązany rozpatrzyć reklamację. Ponadto powyższa klauzula może spowodować, iż konsument nie będzie miał wiedzy, iż przedsiębiorca powinien ustosunkować się do żądania w terminie 14 dni, a także może nie mieć wiedzy, jakie konsekwencje wiążą się z przekroczeniem przez przedsiębiorcę ustawowego terminu do ustosunkowania się do twierdzeń konsumenta. Tak więc, jeśli negatywna odpowiedź przedsiębiorcy zostanie udzielona po wskazanym w art. 8 ust. 3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży terminie konsument może nie mieć świadomości, iż odrzucenie reklamacji jest bezprawne, gdyż poprzez przekroczenie ustawowego terminu 14 dni kalendarzowych przyjmuje się, że zgłoszenie niezgodności towaru z umowa było zasadne.

Uprawdopodobniono zatem, że przedsiębiorca stosuje postanowienie regulaminu, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), a zatem, że jego działania mają charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy może godzić w interesy konsumentów, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia mogło dojść do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów. Zakwestionowana klauzula w sposób sprzeczny z powszechnie obowiązującymi przepisami mogła wydłużać termin rozpatrzenia reklamacji, pozbawiając zarazem konsumenta możliwości korzystania w tym czasie z rzeczy.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia za uprawdopodobnione należało uznać naruszenie przez przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I 1b.

W zakresie punktu I 1b sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, w dziale Zwrot towaru w pkt 1 i 2, postanowienia o treści: „1. W okresie 10 dni od dostarczenia zamówionego towaru, Konsument ma prawo do jego zwrotu bez podania przyczyny w ramach odstąpienia od umowy, według zasad wynikających z przepisów dotyczących zawierania umów na odległość (Zgodnie z art. 7 Ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów (...), składając sprzedawcy oświadczenie na piśmie (...)) 2. W takim przypadku Kupujący odsyła towar na własny koszt wraz z paragonem fiskalnym, z adnotacją na odwrocie paragonu: "zwrot" i oświadczeniem o zwrocie na adres (...)”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Powyższe postanowienie pozostaje w sprzeczności z treścią art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny – zwana dalej ustawą o.n.p.k. (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225). Analizowane postanowienie sugeruje, że dla skuteczności odstąpienia od umowy konieczne jest dostarczenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy wraz ze zwracanym towarem oraz z paragonem fiskalnym opatrzonym stosowną adnotacją. Ustawa wskazuje zaś, iż nie jest konieczne aby konsument zwracał towar wraz z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. Zgodnie ze zdaniem trzecim art. 7 ust. 3 ustawy o.n.p.k. „Zwrot powinien nastąpić

niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni". W tym stanie rzeczy za wystarczające należy uznać zachowanie 14 dniowego terminu na zwrot świadczenia, który to termin dla konsumenta należy liczyć od momentu odstąpienia przez niego od umowy.

Uprawdopodobniono zatem, że przedsiębiorca stosuje postanowienie regulaminu, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a zatem, że jego działania mają charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy może godzić w interesy konsumentów, gdyż w skutek stosowania zakwestionowanego postanowienia mogło dojść do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów. Zakwestionowana klauzula znacząco skraca czas, w którym konsument jest uprawniony do zwrotu tego co świadczyła druga strona – profesjonalista. W konsekwencji w niektórych przypadkach konsumenci mogą lub mogli w ogóle zrezygnować z przysługującego im uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia za uprawdopodobnione należało uznać naruszenie przez przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I 1c.

W zakresie punktu I 1c sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, w dziale Zwrot towaru w pkt 3, postanowienia o treści: *„Jeśli powyższe warunki zostały spełnione Kupujący w ciągu 10 dni od daty otrzymania przez sklep zwrotu towaru otrzyma zwrot wartości towaru”*, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Powyższe postanowienie Regulaminu sklepu internetowego forehand.pl pozostaje w sprzeczności z treścią art. 7 ust. 3 ustawy o.n.p.k. Przedmiotowe uregulowanie ustawy wskazuje, iż zwrot tego co strony sobie świadczyły powinien nastąpić *„niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni”*. Wskazany termin ustawowy należy jednakże liczyć od dnia odstąpienia od umowy przez konsumenta a nie od dnia, w którym nastąpił zwrot zakupionego przez niego towaru. Ustalając termin do zwrotu świadczenia przez przedsiębiorcę należy wziąć pod uwagę przepisy ogólne kodeksu cywilnego dotyczące czynności prawnych, w tym w szczególności art. 61 § 1 k.c. *in principio*, który stanowi, że *„Oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią (...)”*. Z reguły będzie to więc moment, w którym przedsiębiorca odebrał oświadczenie konsumenta o odstąpieniu od umowy. Stosując zaś przedmiotowe uregulowanie przedsiębiorca w sposób nieuzasadniony wydłuża termin w jakim nastąpi zwrot świadczenia konsumenta.

Uprawdopodobniono zatem, że przedsiębiorca stosuje postanowienie regulaminu, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a zatem, że jego działania mają charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy może godzić w interesy konsumentów, gdyż w skutek stosowania zakwestionowanego postanowienia mogło dojść do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów. Zakwestionowana klauzula może znacząco wydłużyć czas w jakim przedsiębiorca jest zobowiązany do zwrotu świadczenia konsumenta. Wchodząca w grę

suma pieniężna, jest zwykle znaczniejsza dla konsumenta, stąd też konsument nie powinien być pozbawiony możliwości dysponowania nią przez długi okres czasu.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia za uprawdopodobnione należało uznać naruszenie przez przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I 2

W punkcie I 2 sentencji niniejszej decyzji zarzucono przedsiębiorcy stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) poprzez rozpowszechnianie prawdziwej informacji, iż konsumentowi przysługuje zwrot kwoty stanowiącej wartość towaru w sposób mogący wprowadzać w błąd, iż konsumentowi przysługuje wyłącznie zwrot tej kwoty.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W celu wykazania, że zachowanie przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest wykazanie, że mieści się ono w pojęciu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ww. ustawy. Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 ww. ustawy – działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio lub pośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

W pierwszej kolejności w celu wykazania, że powyższe działanie przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest wykazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 ww. ustawy). W związku z powyższym, zasadne jest dokonanie oceny przesłanki nieuczciwości w kontekście naruszenia dobrych obyczajów oraz możliwości zniekształcenia w sposób istotny zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta (o czym niżej) po zawarciu umowy. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania⁷. W stosunkach z konsumentami „dobry obyczaj” powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów.

W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach przekazu reklamowego profesjonalista powinien kierować do przeciętnego konsumenta (w okolicznościach sprawy jest to osoba zawierająca przez Internet umowę na odległość). Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane przez stronę niniejszego postępowania poprzez wskazywanie w Regulaminie sklepu internetowego *forehand.pl*, że w przypadku skorzystania przez konsumentów z uprawnienia od odstąpienia od umowy przysługuje im zwrot wartości towaru. Przedmiotowe postanowienie Regulaminu stanowiąc *de facto* informację prawdziwą mogło wprowadzać w

⁷ K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002, str. 804.

błąd, iż konsumentom przysługuje wyłącznie zwrot tej kwoty, przy jednoczesnym pominięciu pozostałych składników świadczenia uwzględniającego również poniesione przez konsumentów koszty wysyłki towaru od przedsiębiorcy.

Przechodząc do kwestii działania przedsiębiorcy należy mieć na uwadze art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, zgodnie z którym za praktykę rynkową uznaje się działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zgodnie z art. 5 ust. 2 pkt 2 ww. ustawy wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd. Stosownie zaś do brzmienia art. 5 ust. 4 ww. ustawy przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji. Interpretując zatem pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd konsumenta, do którego jest skierowana, lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe⁸.

Model konsumenta, do jakiego odnoszą się przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym został określony jako model przeciętnego konsumenta. Stąd też to w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie przedsiębiorcy w zakresie działań informacyjnych i marketingowych powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. Dlatego rozważenia wymaga, czy przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd poprzez omawiane informacje zamieszczone w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (zwanego dalej jako „TSUE”). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. To czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. W świetle orzecznictwa TSUE poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany (por. C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer* Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 *Philips* Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 *Nestle* przeciwko *Mars*, pkt 25; T-241/05 *Procter & Gamble*, pkt 43; T-33/04 *House of Donut Int*, pkt 50-51). Orzecznictwo sądów polskich nie wypracowało natomiast do tej pory ujednoczonej wykładni, która pozwoliłaby na utrwalenie modelu przeciętnego konsumenta. Z jednej strony sądy traktowały konsumenta jako osobę nieuważną i nieświadomą, próbując w ten sposób wyrównać jego szanse w relacji z przedsiębiorcą. Wynikało to ze specyfiki uwarunkowań społeczno-gospodarczych (przemiana z gospodarki uspołecznionej w wolnorynkową) i braku wiedzy konsumenta na temat mechanizmów wolnorynkowych, zwłaszcza co do pozyskiwania klienteli za pomocą reklamy. Z drugiej zaś strony wskazywano także na model konsumenta

⁸ wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 14.09.2005 r., sygn. akt I ACa 149/05.

mocno wyedukowanego łącząc wysoki standard powinności konsumenta z samym faktem uczestnictwa na coraz bardziej nieprzejrzystym rynku („skoro kupuje, powinien wiedzieć”, „gdyby przeczytał, byłby wiedział”), przy jednoczesnym braku odniesienia tej powinności nie tylko do istniejącej i realizowanej polityki informacyjno-edukacyjnej wobec konsumenta, ale także oceny konkretnych obowiązków w tym zakresie jego kontrahenta⁹. Sąd Najwyższy, podobnie jak TSUE, uznał, iż poziom nasilenia powyższych cech u przeciętnego odbiorcy zależy od rynku, na którym stosowana jest dana praktyka, model przeciętnego odbiorcy dostosowany jest więc do tego, jakiego produktu dotyczą działania marketingowe przedsiębiorcy.

Należy także wskazać, iż w dyrektywie 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (...) (Dz.U.UE.L.05.149.22) podkreślono, iż test przeciętnego konsumenta nie jest testem statystycznym. W celu ustalenia typowej reakcji przeciętnego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy lub organy administracyjne muszą polegać na własnej umiejętności oceny. Dokonując stosownych ocen, należy oprzeć się na wiedzy o poziomie percepcji uczestników danego rynku towarów lub usług¹⁰. Nie jest więc konieczne przeprowadzanie badań wśród grupy przeciętnych konsumentów na okoliczność ustalenia wprowadzania w błąd, gdyż wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny, a jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji¹¹. Na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom organ rozstrzygający dokonuje zatem oceny co do wprowadzenia w błąd *in abstracto* na podstawie doświadczenia życiowego w oparciu o zobiektywizowany model przeciętnego konsumenta.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak m.in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. W przedmiotowej sprawie informacje zawarte w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl nie były skierowane do szczególnej grupy konsumentów. Zakupów przez Internet dokonują różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości o otaczającej ich rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Niemniej jednak należy stwierdzić, że przeciętny konsument ma także prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający takie komunikaty – jako profesjonalista – jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

Wprowadzenie w błąd polega w tej sytuacji na zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do uprawnień związanych z zawartą transakcją. Zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega w tym przypadku na

⁹ E. Łętowska, *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2004, s. 66-67.

¹⁰ zob. I. Wiszniewska, [w:] J. Szwaja (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2000 r., s. 458.

¹¹ M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 92.

rozpowszechnianiu prawdziwej informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd, prowadząc do mylnego, czyli niezgodnego z rzeczywistością wyobrażenia o uprawnieniach przysługujących konsumentom po zawarciu umowy, w efekcie czego dochodzi do podjęcia przez nich decyzji gospodarczych, których inaczej by nie podjęli. Wskazywanie w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl, że w przypadku skorzystania przez konsumentów z uprawnienia do odstąpienia od umowy przysługuje im zwrot wartości towaru nie wyklucza możliwości zwrotu pozostałych opłat objętych tym „*co strony świadczyły*” (art. 7 ust. 3 ustawy o.n.p.k.) a w szczególności kosztu wysyłki towaru, jednakże może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy w zakresie w jakim żądana przez konsumentów kwota pieniężna, z tytułu uprawnienia do odstąpienia od umowy, będzie stanowiła jedynie wartość zwracanego towaru. Należy zaznaczyć, że w swojej działalności przedsiębiorca stosuje wzór „*Oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość*”, w którym znajduje się rubryka zatytułowana „*Proszę o zwrot kwoty ...*”. Jak już jednak wspomniano, pomimo tego, iż wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny, a jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji to należy zwrócić uwagę, iż na 29 przypadków korzystania w 2012 r. przez konsumentów z uprawnienia do odstąpienia od umowy, jedynie w dwóch przypadkach konsumenci wskazali, iż żądają zwrotu kwoty uwzględniającej poniesione przez nich koszty wysyłki towaru. W tym stanie rzeczy w rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania o przysługujących im uprawnieniach konsumenci mogli lub mogą podjąć decyzję o rezygnacji z domagania się zwrotu poniesionych kosztów wysyłki towaru, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji prawdopodobnie by nie podjęli, gdyby nie nieuczciwe działanie przedsiębiorcy (gdyby wiedzieli, że są wprowadzani w błąd).

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, uprawdopodobniono, że działanie przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a w konsekwencji jest działaniem bezprawnym. Zachowanie przedsiębiorcy może godzić w interesy konsumentów w ten sposób, że pozbawiono ich rzetelnej informacji odnośnie ich ustawowych uprawnień. Brak właściwej informacji mógł mieć wpływ na wysokość żądanych przez konsumentów kwot, z uwagi na informację zamieszczone w Regulaminie sklepu internetowego forehand.pl.

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 3a-c

W punktach I 3a-c sentencji niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie po zawarciu umowy. W tym miejscu należy wskazać, że w art. 9 ust. 3 ustawy o.n.p.k. 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.

Z poczynionych ustaleń faktycznych wynika, iż przedsiębiorca w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem sklepu internetowego forehand.pl wystawia konsumentom paragony VAT oraz paragony z kasy fiskalnej w związku z czym ich treść poddano analizie pod kątem zgodności z przepisem art. 9 ust. 3 ustawy o.n.p.k. Analiza przedmiotowych

dokumentów wykazała, że strona niniejszego postępowania nie dopełnia pewnych spoczywających na niej obowiązków informacyjnych, jakie winno się zrealizować po zawarciu umowy.

a. W punkcie I 3a 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 terminie i sposobie dostawy towaru, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a poprzez to z 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 ustawy o.n.p.k. statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru. Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie 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, 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.

b. Kolejna z ocenianych praktyk polega na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o.n.p.k, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o.n.p.k. wynika obowiązek podawania konsumentom na piśmie informacji o przysługującym im uprawnieniu do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, w tym przypadku liczonych od dnia odebrania przez konsumenta zamówionego towaru. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że przedsiębiorca nie przekazuje konsumentom na piśmie, po zawarciu z nimi umów, informacji na temat przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy. Informacje na ten temat nie są bowiem zamieszczane ani na paragonach VAT, ani na paragonach fiskalnych. Z tego też względu należało stwierdzić, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o.n.p.k., a więc że jego zachowanie jest bezprawne.

Uprawnienie do odstąpienia od umowy, które może być realizowane przez konsumenta, jest instytucją charakterystyczną dla prawa konsumenckiego i nieznaną w klasycznym prawie cywilnym. W związku więc z tym, że uprawnienie to ma charakter wyjątkowy, a ponadto jest w wyszczególnionych w ustawie okolicznościach obwarowane warunkami, pod którymi można z niego skorzystać, szczególnie istotne jest, aby konsumenci otrzymali na jego temat wyczerpującą informację. Istotne jest także to, aby informacja na ten temat została utrwalona w ten sposób, aby po odebraniu przesyłki konsument mógł się ponownie z nią zapoznać i

ocenić, czy z prawa takiego może skorzystać w konkretnych dotyczących go okolicznościach. Zaniechanie w tym zakresie może więc udaremnić skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia od umowy, co z oczywistych względów osłabia pozycję konsumentów. Powyższe świadczy o tym, że interesy konsumentów mogły zostać naruszone.

Wobec uprawdopodobnienia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, której dotyczy niniejszy punkt decyzji, należało uznać za uprawdopodobnione naruszenie przez przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

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 ustawy o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Analiza zgromadzonego materiału dowodowego, w tym w szczególności paragonów VAT oraz paragonów z kasy fiskalnej wystawianych przez przedsiębiorcę konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość wykazała, że nie obejmują one swą treścią informacji na temat miejsca i sposobu składania reklamacji. Informacji tych przedsiębiorca nie przekazywał także w żadnym innym dokumencie doręczanym konsumentom. 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 ustawy o.n.p.k.

Informacje, jakich przedsiębiorca nie przekazuje konsumentom, dotyczą zasad składania reklamacji. Niniejsze zaniechanie może znacząco utrudniać skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych, dochodzenie roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru, jego niezgodności z umową. Uzupełnienie braków na etapie poprzedzającym zawarcie umowy nie sanuje jednak sytuacji w rozważanym zakresie. 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.

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.

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 zaproponowanego przez przedsiębiorcę przedstawiono na s. 7-9 niniejszej decyzji. Zgodnie z tym, przedsiębiorca zobowiązuje się do podjęcia działań polegających na:

1. Zmianie kwestionowanych w pkt I 1a-c postanowień, na klauzule o treści:

- ✓ „Reklamacje towarów, w których ujawni się wada w czasie użytkowania rozpatrywane są w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania towaru od Klienta”,
- ✓ „1. Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” Konsument, może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając sprzedającemu oświadczenie na piśmie – wzór oświadczenia do pobrania. 2. Zwracany towar należy odesłać najpóźniej w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy na adres sklepu”,
- ✓ „3. Sklep dokonuje zwrotu świadczenia wpłaconego przez Konsumenta niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy. Zwrot obejmuje wartość towaru oraz koszty przesyłki od sklepu do konsumenta. Zwrotu dokonujemy przelewem na konto wskazane przez Kupującego. 4. Sklep nie przyjmuje żadnych przesyłek odesłanych „za pobraniem”.

Powyższe w ocenie Prezesa Urzędu doprowadzi do wyeliminowania praktyki wskazanej w pkt I 1a-c sentencji niniejszej decyzji.

2. Informowaniu konsumentów, że w przypadku korzystania przez nich z uprawnienia do odstąpienia od umowy **przysługuje im także zwrot kosztów wysyłki ze sklepu do konsumenta**, czego odzwierciedleniem będzie wprowadzenie do Regulaminu sklepu internetowego forehand.pl postanowień zgodnych ze zmianami przedstawionymi do postanowień kwestionowanych w pkt I 1b-c sentencji niniejszej decyzji oraz do umieszczania analogicznych informacji w dziale zwrot towarów na stronie sklepu internetowego forehand.pl., jak również do zmiany stosowanego wzoru „Oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość” poprzez wykreślenie fragmentu zatytułowanego „Proszę o zwrot kwoty ...”.

Powyższe w ocenie Prezesa Urzędu doprowadzi do wyeliminowania praktyki wskazanej w pkt I 2 sentencji niniejszej decyzji.

3. Wprowadzeniu do potwierdzeń wystawianych konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, **informacji ma temat:**

- ✓ **terminu i sposobu dostawy**, poprzez wskazywanie w tych potwierdzeniach, że:
„Sklep Forehand.pl realizuje dostawy zamówień za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej DHL. Czas dostawy zamówienia od daty wysłania przez sklep wynosi:
 - 1 dzień roboczy w przypadku firmy kurierskiej DHL
 - 1-3 dni robocze w przypadku wysyłki Poczta Polska.

Data wysłania jest określona każdorazowo na liście przewozowym firmy realizującej dostawę”.

- ✓ **prawa do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni**, poprzez wskazywanie w tych potwierdzeniach, że:

„Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” Konsument, może odstąpić od umowy bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając sprzedającemu oświadczenie na piśmie.

Zwracany towar należy odesłać najpóźniej w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy na adres sklepu.

Sklep dokonuje zwrotu świadczenia wpłaconego przez Konsumenta niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni od daty odstąpienia od umowy. Zwrot obejmuje wartość towaru oraz koszty przesyłki od sklepu do konsumenta. Zwrotu dokonujemy przelewem na konto wskazane przez Kupującego.

Sklep nie przyjmuje żadnych przesyłek odesłanych „za pobraniem”.

Na drugiej stronie znajdziesz wzór oświadczenia o zwrocie towaru”.

✓ **miejsca i sposobu składania reklamacji**, poprzez wskazywanie w tych potwierdzeniach, że: Wszystkie produkty sprzedawane przez naszą firmę są fabrycznie nowe i wolne od wad. Obsługa sklepu dokłada najwyższych starań aby do Kupującego dotarł produkt pełnowartościowy wolny od wad i uszkodzeń.

Uszkodzenie w transporcie:

Jeżeli po otrzymaniu towaru Kupujący wykryje w nim wady techniczne lub uszkodzenia mechaniczne (zewnątrzne) powstałe podczas dostawy, ma prawo odesłać przesyłkę. W tym celu Zamawiający powinien niezwłocznie skontaktować się ze sklepem i poinformować o zaistniałym fakcie celem uzgodnienia sposobu załatwienia reklamacji.

Reklamacje produktów w zakresie wad, które ujawnił w czasie użytkowania.

Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nakłada obowiązek odpowiedzialności Sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową. Zgodnie z prawem Kupujący może korzystać z uprawnień przez okres 2 lat od daty zakupu.

Reklamacje towarów, w których ujawniły się wady w czasie użytkowania, rozpatrywane są w ciągu 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania towaru od Klienta. O sposobie rozpatrzenia reklamacji Klient zostanie poinformowany e-mailem lub telefonicznie.

Konsument powinien odesłać towar na własny koszt na adres firmy:

FHU FOREHAND MARCIN WIECZOREK ŚW. ROCHA 53 42-200 CZESTOCHOWA

Do odsyłanego towaru należy dołączyć paragon fiskalny lub fakturę zakupu, z adnotacją na jej odwrocie: "reklamacja - towar uszkodzony".

Koszt przesyłki zostanie zwrócony klientowi niezwłocznie po otrzymaniu przesyłki i rozpatrzeniu reklamacji. Koszt przesyłki jest zwracany do wysokości równowartości pocztowej przesyłki ekonomicznej. Koszt powyżej tej wysokości w postaci np. wysyłki kurierem ponosi klient.

Uprawnienia gwarancyjne.

W przypadku gdy do produktu dołączona jest karta gwarancyjna, Kupujący ma prawo korzystać z gwarancji na zasadach określonych w karcie gwarancyjnej przez Gwaranta”.

W ocenie Prezesa Urzędu, tak przedstawione informacje pozwolą wyeliminować z rynku zarzucaną przedsiębiorcy praktykę, o której mowa w pkt I 3a-c 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 wskazał, iż zmiany konieczne do wyeliminowania zarzuczanych mu praktyk zostaną przez niego podjęte niezwłocznie po zaakceptowaniu ich przez Prezesa Urzędu w decyzji. W tym zakresie wydaje się zasadne **nałożenie na przedsiębiorcę obowiązku wykonania złożonego zobowiązania w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji**. Za wskazaniem takiego terminu przemawia w szczególności rodzaj zarzuczanych przedsiębiorcy naruszeń i związany z tym niewielki nakład pracy jaki jest konieczny do zrealizowania celów postępowania.

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 Urzędu¹².

W związku z powyższym nakłada się na Marcina Wieczorka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Marcin Wieczorek Firma Handlowo-Usługowa Forehand w Częstochowie obowiązek złożenia w **terminie dwóch miesięcy** od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, które powinno zawierać:

- Przedstawienie obowiązującego Regulaminu sklepu internetowego forehand.pl wraz z określeniem daty jego wprowadzenia w życie,
- Trzy pierwsze zawarte z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego forehand.pl zawierające potwierdzenie informacji na piśmie odnośnie:
 - terminu i sposobu dostawy,
 - prawa do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni,
 - miejsca i sposobu składania reklamacji,
- Trzy pierwsze otrzymane oświadczenia o odstąpieniu przez konsumentów od umowy zawartej na odległość – o ile dojdzie w tym terminie do ewentualnych przypadków odstąpienia od umowy – wraz z dalszą dokumentacją obejmującą m.in. potwierdzenie wykonania przelewu uwzględniającego wydatki poczynione przez konsumentów tytułem kosztów przesyłki, w sytuacji w której dostawa towarów nastąpiła za pośrednictwem firmy kurierskiej lub Poczty Polskiej.

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 związku z art. 479²⁸ § 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

¹² 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.