

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 25. 11. 2005r.

RKT – 61 – 85/05/AD

DECYZJA Nr RKT - 58 /2005

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 oraz Nr 96, poz. 959, Dz. U. z 2005r. Nr 163, poz. 1362 i Nr 184, poz. 1539) 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 wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Sławomirowi B., prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com” w Krośnie, (...), polegającą na zawieraniu z konsumentami umów na odległość za pośrednictwem Internetu,
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło w wyniku niepotwierdzenia konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia następujących informacji o:

- terminie i sposobie dostawy,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji,
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty wydania rzeczy, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),
wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

II. Na podstawie art. 23e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów,** praktyki polegające na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło w wyniku:

1. Nieinformowania konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą oraz o numerze, pod którym działalność tą zarejestrowano, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. Nr 22, poz. 271 ze zm.);
2. Nieinformowania konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1

pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 01. 08. 2005r.

III. Na podstawie art. 100e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, mając na uwadze ważny interes konsumentów, nadaje się decyzji w zakresie punktu I **rygor natychmiastowej wykonalności.**

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się zobowiązać Sławomira B., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com”, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 37 zł (słownie: trzydzieści siedem złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez Sławomira B. Firmę Handlowo – Usługową „Bas – Com” (zwanego dalej przedsiębiorcą). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie <http://sklep.bas-com.pl.>, za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej uonpk), a poprzez to do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej także ustawą antymonopolową). Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że do naruszenia przez przedsiębiorcę przepisu art. 23 a ust. 1 ustawy antymonopolowej mogło dojść w wyniku niedopełnienia przez niego obowiązków wskazanych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. W związku z tym, postanowieniem nr 1 z dnia 22. 07. 2005r. (karta nr 3) organ antymonopolowy wszczął niniejsze postępowanie pod następującymi zarzutami:

1. Nieinformowania konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą oraz o numerze, pod którym działalność tą zarejestrowano, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. Nr 22, poz. 271 ze zm.),
2. Nieinformowania konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
3. Niepotwierdzania konsumentom na piśmie informacji, o jakich mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W odpowiedzi na pismo organu antymonopolowego z dnia 22. 07. 2005r. (karta nr 4), w którym poinformowano o wszczęciu niniejszego postępowania przedsiębiorca przekazał dokumenty rejestrowe (karty nr 25 – 27), wydruki stron internetowych zawierających informacje o zamówieniach składanych przez konsumentów i o przedsiębiorcy (karty nr 28 – 30 i 47), wydruk Regulaminu składania zamówień (karty nr 42 – 44), wydruki korespondencji

prowadzonej za pośrednictwem poczty elektronicznej z konsumentami (karty nr 45 – 46) oraz paragony wręczane konsumentom w związku z zawieraniem na odległość umowami sprzedaży (karty nr 36 – 38).

Organ antymonopolowy ustalił, co następuje.

Sławomir B. prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com” na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Burmistrza Gminy Mosina pod numerem (...) (karty nr 7 – 8 i 27). W ramach prowadzonej przez niego działalności zawierane są umowy sprzedaży na odległość z konsumentami przez internet, za pośrednictwem strony o adresie <http://sklep.bas-com.pl>. W toku kontroli witryn internetowych przeprowadzonej przez organ antymonopolowy ustalono, że przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawarciem umów o swoim imieniu i nazwisku, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod jakim tego dokonano oraz o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący (karty nr 10, 12). Powyższe zostało potwierdzone także w toku niniejszego postępowania (karty nr 22 i 23). Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że dnia 01. 08. 2005r. wprowadzono zmiany polegające na zamieszczeniu na stronie internetowej informacji, na temat imienia i nazwiska przedsiębiorcy oraz organu rejestrowego, a także numeru, pod jakim przedsiębiorcę wpisano w ewidencji działalności gospodarczej (karty nr 22 – 23 i 47). Przedsiębiorca w w/w terminie zamieścił także wzmiankę o terminie związania ofertą, informacją o cenie (karty nr 23 i 42).

Analiza akt sprawy wykazała, że przedsiębiorca nie przekazuje konsumentom pisemnych potwierdzeń informacji wymienionych w art. 9 ust. 1 uonpk, wbrew obowiązкови określoneму w art. 9 ust. 3 tejże ustawy. Zgodnie z ostatnim z przywołanych przepisów przedsiębiorca, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, powinien sporządzić pisemne potwierdzenie najistotniejszych danych związanych z umową, a więc informacji o imieniu i nazwisku (nazwie) przedsiębiorcy, adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy, organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą numerze, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, cenie obejmującej wszystkie jej składniki, zasadach zapłaty ceny, kosztach oraz terminie i sposobie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami, kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji. Potwierdzenia zawarcia umowy oraz zawierające najistotniejsze dane odnoszące się do stosunku prawnego łączącego strony przekazywane są za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty nr 48 – 52) oraz poprzez doręczenie paragonu (karty nr 26 – 38). Żadne z w/w potwierdzeń nie posiada formy pisemnej. Ponadto nie zawierają one wszystkich danych spośród tych, które zostały wyżej wymienione. Potwierdzenia przesyłane w formie elektronicznej do dnia 31. 07. 2005r. obejmują następujące informacje: datę złożenia zamówienia, imię i nazwisko konsumenta, jego miejsce zamieszkania oraz adres elektroniczny, niepełną nazwę przedsiębiorcy, jego adres, adres elektroniczny, numer telefonu, NIP i REGON, cenę, sposób zapłaty, nazwę towaru, ilość sztuk, koszty przesyłki, łączną kwotę, do zapłaty jakiej konsument będzie zobowiązany (karta nr 45). W potwierdzeniach elektronicznych przesyłanych od dnia 01. 08. 2005r. wprowadzono dodatkowo informację dotyczącą wysokości stawki podatku VAT oraz rozróżniono cenę netto i brutto (karty nr 48 - 49). W doręczanych konsumentom paragonach zawarto informacje o dacie ich wystawienia, firmie, pod jaką działa przedsiębiorca, jego adresie, telefonie, numerze NIP i REGON, numerze konta bankowego, zamówionym produkcie, ilości sztuk, cenie obejmującej podatek VAT, kosztach przesyłki, łącznej kwocie do zapłaty (karty nr 36 – 38).

W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.

Do umów zawieranych na odległość stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego. Ponadto umowy tego rodzaju podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu, wynikającemu z ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, jak również z ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.). Umowy zawierane z konsumentami bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają szczególnej regulacji prawnej, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na w/w regulację, zawartą w art. 6 ust. 1 uonpk, by daną umowę zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać spełnione następujące przesłanki:

- stronami umowy muszą być konsument i przedsiębiorca,
- umowa musi być zawarta przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość,
- umowa musi zostać zawarta w w/w sposób w ramach tak zorganizowanej działalności przedsiębiorcy.

Z powyższego wynika, że przedsiębiorca i konsument nie mogą jednocześnie pozostawać w tym samym miejscu a ich kontakt musi następować z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, np. z wykorzystaniem poczty elektronicznej albo telefonu. By umowa podlegała regulacji ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, musi zostać zawarta z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, jeśli przedsiębiorca w taki sposób zorganizował swoją działalność, tj. przynajmniej część umów zawiera normalnie w ten sposób. W ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną określono obowiązki obciążające przedsiębiorców świadczących usługi tego rodzaju. Ustawodawca nałożył na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość rozbudowane obowiązki informacyjne. W art. 9 ust. 1 uonpk określono obowiązki poprzedzające zawarcie umowy. W myśl tego przepisu przedsiębiorca jest obowiązany do przedstawienia m. in. danych identyfikujących go oraz określających najistotniejsze kwestie związane z zawieraną umową, jej przedmiotem, sposobem i terminem realizacji, prawem do odstąpienia. Zgodnie z art. 9 ust. 3 uonpk po zawarciu umowy przedsiębiorca musi powyższe dane potwierdzić na piśmie. Część obowiązków informacyjnych spoczywających na przedsiębiorcach składających oferty w postaci elektronicznej wskazano także w Kodeksie cywilnym.

Art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że *„1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów”*.

By doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki tj.:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Pierwsza przesłanka zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy niedopełnia on ciążącego na nim obowiązku. Druga z przesłanek jest spełniona, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni interesy ogółu konsumentów, większej ich grupy. Ustawa antymonopolowa w odniesieniu do konsumentów chroni interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się

zidentyfikować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

W przypadku, gdy dochodzi do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy na mocy art. 23 c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy i nakazuje zaniechanie jej stosowania. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, stosownie do art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą zaniechanie stosowania określonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

I.

Analiza akt niniejszej sprawy wykazała, że przedsiębiorca nie potwierdza konsumentom, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, części informacji, które stosownie do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk powinny zostać przez niego potwierdzone w związku z zawarciem umowy sprzedaży na odległość (karty nr 10 i 12). Przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy w/w rodzaju są zobowiązani do potwierdzania konsumentom następujących danych dotyczących: imienia i nazwiska (nazwy) przedsiębiorcy, jego adresu zamieszkania (siedziby), organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, zasad jej zapłaty, kosztów, terminu i sposobu dostawy towaru, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami i informacji o kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji. Przedmiotowe potwierdzenia powinny mieć formę pisemną. Zgodnie z art. 78 § 1 Kc *„Do zachowania pisemnej formy czynności prawnej wystarcza złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli, z których każdy jest podpisany przez jedną ze stron, lub dokumentów, z których każdy obejmuje treść oświadczenia woli jednej ze stron i jest przez nią podpisany”*. Z powyższego wynika więc, że by można było uznać, iż zachowano formę pisemną określonej czynności, podmiot musi złożyć własnoręczny podpis. Taką samą rangę, jak podpis własnoręczny ma podpis elektroniczny weryfikowany przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wykazała jednak, że w tym przypadku przedsiębiorca nie składa podpisu, o jakim mowa powyżej. Przesyła on potwierdzenia w formie elektronicznej (karty nr 23, 45, 48 – 49) oraz wystawia paragony (karty nr 36 – 38). W obu przypadkach nie dochowuje się formy pisemnej. W tym miejscu należy zauważyć, że stosowanie paragonów fiskalnych jest dopuszczalne na mocy rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 4 lipca 2002r. w sprawie kryteriów i warunków technicznych, którym muszą odpowiadać kasy rejestrujące, oraz warunków stosowania tych kas przez podatników (Dz. U. Nr 108, poz. 948 ze zm.). W § 4 ust. 1 pkt 6 tego rozporządzenia wymieniono, jakie elementy paragon fiskalny musi zawierać. Wśród nich nie wskazuje się podpisu przedsiębiorcy, z czego wynika, że wydrukowany paragon może być stosowany w obrocie w takiej właśnie formie. W związku z powyższym można było przyjąć, że paragon fiskalny stanowi właściwe potwierdzenie dokonania określonej czynności i stanowi dowód na to, co zostało w nim zapisane.

W dalszej kolejności należało poddać analizie treść potwierdzeń doręczanych konsumentom, pod kątem ich zgodności z art. 9 ust. 1 i 3 uonpk. Zarówno w przypadku wiadomości elektronicznych, jak i paragonów brak jest informacji na temat:

- terminu i sposobu dostawy,
- terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący,
- miejsca i sposobu składania reklamacji,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty wydania rzeczy, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 uonpk.

Z tego względu należało uznać, że przedsiębiorca nie dopełnił obowiązku określonego w art. 9 ust. 3 uonpk.

Przedsiębiorca nie zamieszcza w wystawianych potwierdzeniach także dalszych informacji wyliczonych w art. 9 ust. 1 uonpk, tj. danych dotyczących umów o świadczenie usług. W związku z tym, że w rozważanym przypadku zawierane są umowy sprzedaży, niecelowe, a wręcz niemożliwe jest odwoływanie się do postanowień normujących kwestie związane z umowami o innym charakterze.

Sławomir B. Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com” prowadzi sprzedaż sprzętu elektronicznego, kaset i płyt z nagraniami muzycznymi, programów komputerowych i tuszy do drukarek (karty nr 15 i 24). Ze względu na to, w przypadku określania wyjątków od prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, uzasadnione jest powoływanie treści art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, czyli wskazanie, że prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje w wypadku dotyczącym nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania.

Odpowiednie potwierdzenie stanowi dowód zawarcia umowy o określonej treści. Dane, które powinny być w nim wymienione określają najistotniejsze elementy umowy. Umożliwiają one nie tylko identyfikację przedsiębiorcy, lecz również charakteryzują przedmiot świadczenia, sposób wykonania umowy oraz tryb postępowania w przypadku, gdy doręczony przedmiot nie odpowiada umowie. Ich potwierdzenie ułatwia konsumentowi skorzystanie z przysługujących mu uprawnień oraz zapewnia wiedzę na temat spoczywających na nim obowiązków, a także dokumentuje wyznaczone granice prawa konsumentów do odstąpienia od umowy. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość posiadanie odpowiedniego dokumentu ułatwia dochodzenie roszczeń, a w razie skierowania sprawy na drogę sądową ułatwione będą kwestie dowodowe.

W niniejszym przypadku nakaz określony w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk zostałyby spełnione, gdyby paragony fiskalne wystawiane przez przedsiębiorcę zostały uzupełnione o informacje na temat terminu i sposobu dostawy, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejsca i sposobu składania reklamacji oraz prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty wydania rzeczy, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk. Realizacja obowiązku spoczywającego na przedsiębiorcy byłaby zapewniona także wówczas, gdyby przedsiębiorca oprócz dotychczas wystawianych paragonów sporządzał pisemne potwierdzenia informacji na temat jego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresu zamieszkania (siedziby), organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, zasad jej zapłaty, kosztów, terminu i sposób dostawy towaru, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami i informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Sporna praktyka opisana w tym punkcie decyzji jest stosowana przy zawieraniu przez niego z konsumentami umów na odległość. Kontrahenci przedsiębiorcy tworzą liczną i nie określoną, co do składu osobowego grupę podmiotów. W związku z tym należało przyjąć, że dotknięci bezprawnym działaniem przedsiębiorcy albo przynajmniej narażeni na jego ujemne skutki zostali wszyscy konsumenci.

W świetle powyższego, na mocy art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy orzekł, jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

II.

1. Przedsiębiorca nie informował konsumentów o swoim imieniu i nazwisku, organie rejestrującym działalność gospodarczą oraz o numerze, pod jakim rejestracji tej dokonano, w wyniku czego doszło do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zgodnie z w/w przepisem przedmiotowe informacje powinny zostać konsumentom

przekazane najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy, a więc jeszcze przed powstaniem stosunku umownego pomiędzy przedsiębiorcą, a konsumentem. Dane, o jakich mowa powyżej, umożliwiają identyfikację przedsiębiorcy. Wiedza, o tym, kto jest drugą stroną kontraktu jest wiedzą podstawową, a jednocześnie niezbędną. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość i wystąpienia na drogę sądową, konieczne będzie wskazanie danych precyzyjnie określających przedsiębiorcę. Sławomir B. Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com” swoimi działaniami naruszył zbiorowe interesy konsumentów, gdyż praktyka przez niego stosowana była wymierzona w nieoznaczoną liczną grupę konsumentów. Nie wykonując nakazu określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk Sławomir B. Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com” dopuścił się naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca przekazał organowi antymonopolowemu wydruk strony internetowej prowadzonego przez niego sklepu, na której zawarto informacje o jego imieniu i nazwisku, organie rejestrowym oraz numerze, pod którym jego działalność zarejestrowano (karty nr 47), a w piśmie z 01. 08. 2005r. przedsiębiorca oświadczył, że przedmiotowe zmiany wprowadzono 01. 08. 2005r. (karta nr 22). Na tej podstawie organ antymonopolowy stwierdził, że z dniem 01. 08. 2005r. doszło do zaniechania stosowania praktyki określonej w niniejszym punkcie.

2. Przedsiębiorca nie informował konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (karty nr 10 i 12), co było sprzeczne z dyspozycją art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Niedopełniając powyższego obowiązku Sławomir B. Firma Usługowo – Handlowa „Bas – Com” nie wykonał równocześnie nakazu płynącego z art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym przedsiębiorca ma obowiązek udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W sytuacji, gdy konsumenci nie byli informowani o terminie, w jakim oferta albo informacja o cenie mają charakter wiążący, nie wiedzieli oni jak długo pozostanie aktualna oferta, z którą mieli możliwość zapoznać się przed zawarciem umowy i czy aktualne będą te warunki, na jakie się godzą, w chwili, gdy sami zawierają umowę. Działanie przedsiębiorcy polegające na niepodawaniu informacji na temat terminu związania ofertą lub informacji o cenie opisane w niniejszym punkcie decyzji było niedopuszczalne i szczególnie naganne w obliczu tego, że przedsiębiorca zawiera umowy z konsumentami, a więc podmiotami najsłabszymi na rynku. Organ antymonopolowy stwierdził, że działanie to było bezprawne.

Z uwagi na charakter prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności, godziło ono w zbiorowe interesy ogółu konsumentów. Na gruncie tych ustaleń należało orzec, że przedmiotowa praktyka była niezgodna z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca wprowadził do stosowanego przez siebie regulaminu zapis informujący o tym, w jakim terminie informacja o cenie jest wiążąca (karty nr 23 i 42). Zamieszczenie przez przedsiębiorcę powyższej informacji na stronie internetowej o adresie <http://sklep.bas-com.pl/> doprowadziło do zaniechania stosowania praktyki niezgodnej art. 23 a ustawy antymonopolowej. Z tego względu, na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy antymonopolowej, należało orzec, jak w pkt. II 2 sentencji niniejszej decyzji.

III. Art. 100 e ustawy antymonopolowej umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość, których specyfika polega na tym, że strony nie są jednocześnie obecne w miejscu zawierania umowy, co znacznie ogranicza możliwość bezpośredniego zapoznania się z jej przedmiotem. Konsekwencją powyższego sposobu zawierania umów jest zwiększone ryzyko, że zakupiony towar nie będzie odpowiadał umowie. Interes konsumentów przemawia za tym,

aby dysponowali oni potwierdzeniem wszystkich informacji dotyczących przedsiębiorcy oraz postanowień umowy, co może ułatwić np. dochodzenie roszczeń powstałych na tle umowy zawartej na odległość przed sądem. Z uwagi na przedmiotowe zagrożenie interesu konsumentów, nadanie punktowi I decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, jest uzasadnione. Sąd orzeczono jak w punkcie III niniejszej decyzji.

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

Postępowanie w sprawie stosowania przez Sławomira B., z siedzibą w Krośnie, (...), prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Firma Handlowo – Usługowa „Bas – Com”, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w punkcie I i II sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją prowadzoną z przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Sławomira B. Firmę Handlowo – Usługową „Bas – Com”, kosztami postępowania w wysokości 37 zł (słownie: trzydzieści siedem złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

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

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral