

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 06. 03. 2007r.

RKT – 61 – 81/06/AD

DECYZJA Nr RKT - 04/ 2007

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

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Małgorzacie M., prowadzącej działalność gospodarczą jako „MAJO” i Joannie Z., prowadzącej działalność gospodarczą jako „MAJO”, które wspólnie prowadzą działalność gospodarczą pod nazwą „MAJO” s.c. Małgorzata M., Joanna Z. we Wrocławiu, (...), które zawierają z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu w sklepie działającym pod adresem www.prezenciki.pl:

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Małgorzatę M. i Joannę Z., polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepotwierdzanie konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o:

- organie rejestrowym i numerach, pod jakimi przedsiębiorców zarejestrowano w ewidencji działalności gospodarczej,
- zasadach zapłaty ceny,
- terminie i sposobie dostawy zamówionego towaru,
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania przesyłki wraz ze wskazaniem wyjątków przewidzianych w ustawie z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),
- terminie, w jakim informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt. 1, 4, 5, 6, 8 i 10 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. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Małgorzatę M. i Joannę Z., polegającą na uniemożliwianiu konsumentom odstąpienia od umów zawartych na odległość w sytuacji, gdy przedmiot tych umów był używany, uległ zabrudzeniu lub posiada obce zapachy, co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w zw. 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.) **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania;**

III. Na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów** praktyki stosowane przez Małgorzatę M. i Joannę Z., polegająca na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez nieudzielanie informacji o:

1. organie, który zarejestrował działalność gospodarczą tych przedsiębiorców, a także o numerach pod jakimi tego dokonano, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);
2. terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt. 8 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 26. 09. 2006r.;

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

V. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Małgorzatę M., prowadzącą działalność gospodarczą jako „MAJO” i Joannę Z., prowadzącą działalność gospodarczą jako „MAJO”, które wspólnie prowadzą działalność gospodarczą pod nazwą „MAJO” s.c. Małgorzata M., Joanna Z. we Wrocławiu, (...), kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tych przedsiębiorców solidarnie do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 39 zł (słownie: trzydziestu dziewięciu złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także Prezesem Urzędu) przeprowadzono postępowanie wyjaśniające (sygn. akt RKT-61-26/06/AD), w toku którego ustalono, że Małgorzata M. i Joanna Z. (zwane dalej także przedsiębiorcami) zawierają z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu w ramach prowadzonego przez nie sklepu działającego pod adresem www.prezenciki.pl. W toku przedmiotowego postępowania wyjaśniającego ustalono, że przedsiębiorcy ci mogą stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów wymienione w sentencji niniejszej decyzji.

W związku z tym, w imieniu Prezesa Urzędu, dnia 18. 09. 2006r. postanowieniem nr 1 (karty nr 1-2) wszczęto przeciwko Małgorzacie M. i Joannie Z. postępowanie w tej sprawie. Postanowieniem nr 2 (karta nr 4) oraz postanowieniem nr 3 (karta nr 45) zaliczono w poczet dowodów dokumenty zgromadzone w ramach ww. postępowania wyjaśniającego.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorcy poinformowali w piśmie z dnia 26. 09. 2006r. (karty nr 24 – 25), że nigdy nie działali wbrew klientom i konsumentom. Witrynę swą stworzyli we własnym zakresie, wzorując się na witrynach innych sklepów. Przedsiębiorcy ustosunkowali się do postawionych im zarzutów, podnosząc, że wskazane przez Prezesa

Urzędu informacje były zamieszczone na stronie internetowej sklepu poza regulaminem. Jednocześnie przedsiębiorcy poinformowali, jakie działania zostały przez nich podjęte w celu wyeliminowania zaistniałych wątpliwości. W załączeniu przesłano zmieniony „Regulamin dokonywania zakupów w IWSP” (karty nr 26 – 29, zwany dalej także regulaminem), przykładowe potwierdzenia zawarcia umów wystawione konsumentom (karty nr 30 – 40). W piśmie z dnia 11. 12. 2006r. (karta nr 48) przedsiębiorcy oświadczyli, że informacje zawarte na stronie internetowej www.prezencki.pl zostały uzupełnione z dniem 26. 09. 2006r. Pismem z dnia 18. 12. 2006r. (karta nr 50) zawiadomiono strony niniejszego postępowania o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (karta nr 50). Przedsiębiorcy nie skorzystali z możliwości zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym w wyznaczonym terminie.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny.

Małgorzata M. prowadzi działalność gospodarczą pod oznaczeniem „MAJO” na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Wrocławia pod numerem 140941 (karta nr 10). Joanna Z. prowadzi działalność gospodarczą pod oznaczeniem „MAJO” na podstawie wpisu do tej samej ewidencji dokonanej pod numerem 140943 (karta nr 9). Małgorzata M. i Joanna Z. prowadzą działalność gospodarczą wspólnie, w ramach spółki cywilnej o nazwie „MAJO” Małgorzata M., Joanna Z. (karty nr 11 – 14).

Przedsiębiorcy prowadzą działalność za pośrednictwem witryny internetowej o adresie www.prezenciki.pl, pod którą funkcjonuje sklep. W sklepie tym oferowane są zabawki, książki, kosmetyki, galanteria skórzana, bielizna oraz kawa i herbata, jak również akcesoria do ich parzenia i przechowywania (karta nr 15).

Przy zawieraniu umów z konsumentami przedsiębiorcy stosują „Regulamin dokonywania zakupów w IWSP” (karty nr 15 – 16). Informacje dotyczące przedsiębiorców i sklepu zamieszczono też w panelach „O firmie” oraz „Kontakt” (karta nr 46). W żadnym z ww. dokumentów nie zamieszczono informacji na temat organu, który zarejestrował działalność gospodarczą Małgorzaty M. i Joanny Z., ani numerów, pod jakimi tego dokonano. Na stronie internetowej sklepu brak też było informacji na temat terminu, w jakim oferta, lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu jest wiążąca.

Okoliczność zawarcia umowy z konsumentem jest potwierdzana przez przedsiębiorców w formie elektronicznej (karty nr 17, 20, 22, 30 – 32, 35, 38). W związku z zawieraniem umowami konsumenci otrzymują też paragony (karty nr 18, 20, 22, 33, 36, 39). Analiza treści tych paragonów wykazała, że nie zawierają one informacji na temat:

- organu rejestrowego i numerach, pod jakimi przedsiębiorców zarejestrowano w ewidencji działalności gospodarczej,
- zasad zapłaty ceny,
- terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania przesyłki wraz ze wskazaniem wyjątków przewidzianych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej także uonpk),
- terminu, w jakim informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

W „Regulaminie dokonywania zakupów w IWSP” w jego pierwotnym brzmieniu przedsiębiorcy stosowali następujące postanowienie: „Firma „MAJO” udziela Państwu gwarancji zwrotu produktów w terminie 10 dni od daty ich otrzymania, gdy przesłany towar

nie spełnia Państwa oczekiwań. Warunkiem przyjęcia jest zwrot towaru nieużywanego, czystego i pozbawionego obcych zapachów” (karta nr 15 verte).

W toku niniejszego postępowania dokonano w ww. zakresie modyfikacji. W jej wyniku zacytowane postanowienie zastąpiono klauzulą o treści: „1. Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” klient może zrezygnować z towaru zakupionego w sklepie bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając stosowne oświadczenie. Warunkiem jest zwrot towaru w stanie niezmiennym. Nie przyjmujemy zwrotu towarów które ulegają szybkiemu zepsuciu, zgodnie z art. 10 pkt 3 ust. 5 ustawy. 2. W przypadku zwrotu towaru należy go przesłać w oryginalnym opakowaniu, zabezpieczony przed zniszczeniem, wraz z dowodem sprzedaży” (karta nr 28). Zmianę tę wprowadzono dnia 26. 09. 2006r.

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

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

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

Z powyższego wynika, że przedsiębiorca i konsument nie mogą jednocześnie pozostawać w tym samym miejscu, a ich kontakt musi następować z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, np. z wykorzystaniem poczty elektronicznej. Aby umowa podlegała regulacji ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, musi zostać zawarta z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, jeśli przedsiębiorca w taki sposób zorganizował swoją działalność, tj. przynajmniej część umów zawiera normalnie w ten sposób. Stosownie do art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.) za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Przedsiębiorcą natomiast jest zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.) między innymi osoba fizyczna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. W rozważanej sprawie Małgorzata M. i Joanna Z. zawierają z konsumentami umowy na odległość z wykorzystaniem strony internetowej o adresie www.prezenciki.pl. Strony niniejszego postępowania są przedsiębiorcami w rozumieniu ww. przepisów prawa. Ich działalność jest prowadzona w sposób zorganizowany i ciągły, a w jej zakresie są zawierane umowy z konsumentami. Powyższe przesądza o tym, że do rozważanych w ramach niniejszego postępowania stosunków prawnych pomiędzy Małgorzatą M. i Joanną Z., a konsumentami stosuje się zapisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

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

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

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

Pierwsza przesłanka zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy nie dopełnia on ciążącego na nim obowiązku. Do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może zatem dojść np. w sytuacji niedopełnienia przez przedsiębiorcę ciążących na nim z podstawie art. 9 ust. 1 uonpk obowiązków informacyjnych. Na mocy ww. przepisu ustawodawca nałożył na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość obowiązek wskazywania przed zawarciem umowy danych identyfikujących ich oraz danych określających najistotniejsze kwestie związane z zawieraną umową, jej przedmiotem, sposobem i terminem realizacji. Druga z przesłanek jest spełniona, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni bowiem interesy ogółu konsumentów, interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się zindywidualizować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

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

I.

Stosownie do art. 9 ust. 3 uonpk przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość powinni sporządzać pisemne potwierdzenia dotyczące tych umów, w których należy określić najistotniejsze dane związane z umowami i wymienione w art. 9 ust. 1 uonpk. Potwierdzenie takie winno zostać sporządzone najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia. W ramach niniejszego postępowania postawiono Małgorzacie M.J i Joannie Z. zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na niepotwierdzaniu na piśmie konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, najistotniejszych informacji dotyczących umów zawieranych przez nie z konsumentami na odległość. W postanowieniu nr 1 o wszczęciu tego postępowania wskazano, że przedsiębiorcy mogą niedopełniać ciążącego na nich z mocy art. 9 ust. 3 uonpk obowiązku w zakresie obejmującym informacje na temat:

- organu rejestrowego i numerów, pod jakimi przedsiębiorców zarejestrowano w ewidencji działalności gospodarczej,
- zasad zapłaty ceny,
- terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru,

- prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od daty otrzymania przesyłki wraz ze wskazaniem wyjątków przewidzianych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
- terminu, w jakim informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

Małgorzata M. i Joanna Z. wystawiają konsumentom potwierdzenia zawarcia umów w formie elektronicznej (karty nr 17, 20, 22, 30 – 32, 35, 38). Te jednak ze względu na formę nie prowadzą do wykonania obowiązku płynącego z art. 9 ust. 3 uonpk. Przepis ten stawia bowiem wymóg, zgodnie z którym potwierdzenia powinny mieć formę pisemną. W myśl art. 78 § 1 Kc *„Do zachowania pisemnej formy czynności prawnej wystarcza złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli, z których każdy jest podpisany przez jedną ze stron, lub dokumentów, z których każdy obejmuje treść oświadczenia woli jednej ze stron i jest przez nią podpisany”*. Z powyższego wynika więc, że aby można było uznać, iż zachowano formę pisemną określonej czynności, podmiot musi złożyć własnoręczny podpis. Taką samą rangę, jak podpis własnoręczny ma podpis elektroniczny weryfikowany przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że przedsiębiorcy nie składają podpisów elektronicznych weryfikowanych przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Oprócz potwierdzeń elektronicznych przedsiębiorcy wystawiają też paragony (karty nr 18, 20 verte, 22 verte, 33, 36, 39). Stosowanie paragonów fiskalnych jest dopuszczalne na mocy rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 4 lipca 2002r. w sprawie kryteriów i warunków technicznych, którym muszą odpowiadać kasy rejestrujące, oraz warunków stosowania tych kas przez podatników (Dz. U. Nr 108, poz. 948 ze zm.). W § 4 ust. 1 pkt 6 ww. rozporządzenia wymieniono, jakie elementy paragon fiskalny musi zawierać. Wśród nich nie wskazuje się podpisu przedsiębiorcy, z czego wynika, że wydrukowany paragon może być stosowany w obrocie w takiej właśnie formie. W związku z powyższym można było przyjąć, że paragon fiskalny stanowi właściwe potwierdzenie dokonania określonej czynności i stanowi dowód na to, co zostało w nim zapisane. Analiza treści tych dokumentów wykazała, że nie zawierają one elementów wymienionych w punkcie I sentencji tej decyzji. W toku postępowania przedsiębiorcy wskazali, że wszystkie wyliczone przez Prezesa Urzędu informacje są zawarte na stronie internetowej sklepu. Oświadczyli oni też, że przedmiotowe dane zostaną zawarte w arkuszu zamówień dla Klienta oraz w regulaminie (karta nr 25). Należy zauważyć, że zarzut określony w tym punkcie decyzji dotyczy braku wyszczególnionych informacji w potwierdzeniach wystawianych po zawarciu umowy, które w rozważanym przypadku stanowią paragony. Stwierdzając brak ww. danych należało uznać zachowanie przedsiębiorców za niezgodne z art. 9 ust. 3 uonpk w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1, 4, 5, 6, 8 i 10 tej ustawy. Oceniana praktyka jest zatem bezprawna, co przesądza o tym, że pierwsza z przesłanek wymienionych w art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została w niniejszym przypadku spełniona. Niedopełniając obowiązku sformułowanego w art. 9 ust. 3 uonpk przedsiębiorcy nie spełnili jednocześnie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o jakim mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Dla stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorców praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie, że przypisane im bezprawne zachowanie godzi w interesy konsumentów. Odpowiednie potwierdzenie stanowi dowód zawarcia umowy o określonej treści. Dane, które powinny być w nim wymienione określają najistotniejsze

elementy umowy, sposób jej wykonania, tryb postępowania reklamacyjnego, a także precyzyjnie określają strony kontraktu. Umożliwiają one zatem nie tylko ocenę, czy umowa została należycie wykonana, ale też dochodzenie praw i identyfikację przedsiębiorcy. Potwierdzenie tych danych ułatwia konsumentom skorzystanie z przysługujących im uprawnień oraz zapewnia wiedzę o drugiej stronie kontraktu i jego warunkach. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość posiadanie odpowiedniego dokumentu ułatwia dochodzenie roszczeń, a w razie skierowania sprawy na drogę sądową ułatwia też kwestie dowodowe. Brak stosownych potwierdzeń godzi w interesy konsumentów w ten sposób, że zostają oni pozbawieni niezbędnych informacji i dokumentów, które w razie wystąpienia niezgodności mogłyby ułatwić im dochodzenie przysługujących im praw. Praktyka ta jest wymierzona w najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Brak informacji o organie rejestrowym i numerach wpisu do właściwego rejestru utrudnia weryfikację danych na temat przedsiębiorców. Podobnie niekorzystną sytuację dla konsumentów stwarza brak informacji na temat zasad zapłaty ceny, terminu i sposobu dostawy towaru, terminu związania ofertą i informacją o cenie, możliwości odstąpienia od umowy i granic tego uprawnienia, a także trybu składania reklamacji. W świetle powyższego należało stwierdzić, że wyżej opisana praktyka godziła w interesy konsumentów.

Dla stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest również wykazanie, że przypisane przedsiębiorcom bezprawne zachowanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Sformułowanie zbiorowe interesy konsumentów oznacza interesy dotyczące ogółu, do naruszenia których może dojść, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Przedsiębiorcy zawierają z konsumentami umowy na odległość. Z istoty działalności prowadzonej z wykorzystaniem internetu wynika to, że zasadniczo nie znajduje ona ograniczeń terytorialnych. Jedynym warunkiem uzyskania możliwości zawarcia umowy z przedsiębiorcami tak działającymi jest posiadanie dostępu do internetu. Kontrahenci przedsiębiorców tworzą liczną grupę nieoznaczonych indywidualnie konsumentów, której skład ulega nieustannym zmianom. Potencjalnie każdy z konsumentów może stać się kontrahentem takich przedsiębiorców. Powyższe świadczy o tym, że w rozważanej sprawie oceniana praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Uwzględniając ww. okoliczności, stosownie do art. 23 c ust. 1 w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że Małgorzata M.i Joanna Z. stosują bezprawną praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W związku z tym, zgodnie z ww. art. 23 c ust. 1 Prezes Urzędu nakazuje przedsiębiorcom zaniechanie jej stosowania.

W niniejszej sprawie, aby przedsiębiorcy uczynili zadość ciążącemu na nich obowiązkowi, powinni oni uzupełnić wystawiane dokumenty o informacje, których brak stwierdzono w tym punkcie niniejszej decyzji. Sposób wykonania przedmiotowego obowiązku zależy od przedsiębiorców, którzy powinni kierować się przy jego realizacji nakazem wyrażonym w art. 9 ust. 3 uonpk. Oznacza to, że przedsiębiorcy mogą wybrać dogodną dla siebie formę potwierdzania ww. informacji, pod warunkiem, że ta będzie zgodna z art. 9 ust. 3 uonpk.

II.

Stosownie do art. 7 ust. 3 uonpk konsumenci mogą odstąpić od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni. Prawo to nie może doznawać ograniczeń poza wyjątkami wymienionymi w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zgodnie z art. 10 uonpk, jeżeli strony nie umówiły

się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach:

- świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu 10 dni,
- dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu z nich przez konsumenta oryginalnego opakowania,
- umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,
- świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,
- świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,
- dostarczania prasy,
- usług w zakresie gier i zakładów wzajemnych.

Zaznaczyć trzeba, że strony nie mogą w drodze umowy ograniczyć możliwości konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, co wynika z art. 17 uonpk, który stanowi, że nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16 e tej ustawy, także w razie wyboru prawa obcego. Strony mogą więc w drodze umowy jedynie rozszerzyć zakres uprawnień konsumenta w stosunku do zakresu uprawnień określonych w ustawie. Dodatkowo przywołać trzeba regulację zawartą w art. 7 ust. 3 uonpk, z której wynika, że w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy, strony zwracają to, co sobie świadczyły w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Aby więc odstąpienie od umowy było możliwe, nie musi zostać spełniony warunek, zgodnie z którym przedmiot umowy był nieużywany lub nie uległ zmianie. Ocenić jednak trzeba, czy zaistniałe zmiany były dokonane w granicach zwykłego zarządu rzeczą.

W rozważanym przypadku przedsiębiorcy posługiwali się w regulaminie postanowieniem o następującym brzmieniu: „Firma „MAJO” udziela Państwu gwarancji zwrotu produktów w terminie 10 dni od daty ich otrzymania, gdy przesłany towar nie spełnia Państwa oczekiwań. Warunkiem przyjęcia jest zwrot towaru nieużywanego, czystego i pozbawionego obcych zapachów” (karta nr 15 verte). Po dokonaniu analizy cytowanego postanowienia należało dojść do wniosku, że zakres jego regulacji nie pokrywa się z zakresem regulacji przepisu art. 10 ust. 3 uonpk. Jak wskazano powyżej przepisy powoływanej ustawy zasadniczo nie stawiają warunku, zgodnie z którym zwracany towar musi być nieużywany. Odstępstwo od tego stanowią umowy dotyczące nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych. Towary takie nie mogą być używane, na co wskazuje fakt, że ww. produkty muszą być zwracane w oryginalnych opakowaniach. Z uwagi na asortyment sklepu sytuacja taka nie zachodzi w niniejszej sprawie.

Za niezgodną z przepisami prawa należy uznać wyżej opisaną regulację stosowaną przez przedsiębiorców także ze względu na treść art. 7 ust. 3 uonpk, w którym wskazuje się, że towar zwraca się w stanie niezmienionym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu rzeczą. Z podobnych względów za ograniczające prawa konsumentów należy uznać zastrzeżenie, że zwracany towar musi być czysty i pozbawiony obcych zapachów. W tym miejscu warto zaznaczyć, że zapis ten należy uznać za ograniczający prawo do odstąpienia od umowy bez względu na intencje przedsiębiorców przyświecające im przy wprowadzaniu klauzuli o tej treści. Wspomniane warunki można bowiem zinterpretować, jako rozwinięcie, uszczegółowienie postanowienia mówiącego o tym, że zwracany towar nie może być używany.

Mając na względzie fakt, że warunki zastrzeżone przez przedsiębiorców wykraczały poza ramy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny należało uznać ich działanie za bezprawne.

Ograniczając możliwość odstąpienia konsumentów od umów zawieranych na odległość przedsiębiorcy godzili w interesy konsumentów, którzy zostali pozbawieni przysługujących im z mocy prawa uprawnień. Ze względu na charakter badanej działalności doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Przedsiębiorcy prowadzą sklep internetowy, w którym potencjalnie każdy może zawrzeć umowę, a działalność ta zasadniczo nie jest ograniczona terytorialnie. Zawarte w punkcie I niniejszej decyzji uzasadnienie w tym zakresie można odnieść także do praktyki sformułowanej w niniejszym punkcie. Uwzględniając powyższe okoliczności należało orzec, że przedsiębiorcy stosowali niezgodną z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorcy poinformowali o dokonanej z dniem 26. 09. 2006r. zmianie. W jej wyniku kwestionowane postanowienie zastąpiono następującą klauzulą: *„1. Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” klient może zrezygnować z towaru zakupionego w sklepie bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki składając stosowne oświadczenie. Warunkiem jest zwrot towaru w stanie niezmiennym. Nie przyjmujemy zwrotu towarów które ulegają szybkiemu zepsuciu, zgodnie z art. 10 pkt 3 ust. 5 ustawy. 2. W przypadku zwrotu towaru należy go przesłać w oryginalnym opakowaniu, zabezpieczony przed zniszczeniem, wraz z dowodem sprzedaży”* (karta nr 28). Przedmiotową zmianę należy uznać w zasadzie za redakcyjną. Wcześniej stawiano warunek, aby towar był nieużywany. Obecnie towar ma być w stanie niezmiennym i dodatkowo w oryginalnym opakowaniu. Niezmienny pozostaje zasadniczo towar nieużywany. Jednocześnie nie zawsze istnieje możliwość zachowania oryginalnego opakowania. Jak wykazano powyżej kwestionowana regulacja ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość w sposób dalej idący niż wynika to z art. 10 ust. 3 uonpk w zw. z art. 7 ust. 3 uonpk. W związku z tym należy uznać, że zachowanie przedsiębiorców nadal wykazuje cechę bezprawności. Niezmiennie godzi ono też w zbiorowe interesy konsumentów. Zważając na te okoliczności należało stwierdzić, że pomimo wprowadzenia zmian przedsiębiorcy nadal stosują praktykę niezgodną z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uwzględniając ww. fakty, stosownie do art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało uznać opisaną w tym punkcie decyzji praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, a także nakazać zaniechanie jej stosowania.

III.

1. W ramach niniejszego postępowania postawiono Małgorzacie M. i Joannie Z. zarzut stosowania niezgodnej z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez nieinformowanie konsumentów, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorców oraz o numerach pod jakimi tego dokonano. Obowiązek taki spoczywa na przedsiębiorcach składających konsumentom propozycje zawarcia umów na odległość z mocy art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk. Z ustaleń poczynionych przez Prezesa Urzędu wynika, że przedsiębiorcy nie uwidaczniali ww. danych na stronie internetowej ich sklepu. Z powyższego wynika, że nie dopełnili oni ciążącego na nich obowiązku informacyjnego sformułowanego w art. 9 ust. 1 pkt. 1 uonpk. Wskazane zachowanie przedsiębiorców należało zatem uznać za bezprawne. Ponadto niedopełnienie niniejszego obowiązku doprowadziło do naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji sformułowanego w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów. Należy także stwierdzić, że nie spełniając przedmiotowego obowiązku przedsiębiorcy godzili w interesy konsumentów. Informacja o tym, jaki organ i pod jakim numerem zarejestrował dany podmiot prowadzący działalność gospodarczą umożliwia weryfikację innych informacji o tym przedsiębiorcy, jak adres miejsca prowadzenia działalności, fakt prowadzenia lub zaprzestania prowadzenia działalności gospodarczej itp. Niedopełnienie opisanego obowiązku informacyjnego określonego w tym punkcie decyzji spowodowało, że interesy konsumentów zostały naruszone, gdyż zostali oni pozbawieni możliwości pełnej identyfikacji swoich kontrahentów. Działaniem tym przedsiębiorcy naruszają interesy nieokreślonej grupy konsumentów, którzy zapoznawali się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej prowadzonego przez nich sklepu. Praktyka ta była więc wymierzona w nieoznaczoną grupę konsumentów, zarówno tych, którzy zawarli umowy, jak i tych, którzy potencjalnie mogli takie umowy zawrzeć. W świetle powyżej przedstawionych okoliczności należało stwierdzić, że Małgorzata M. i Joanna Z. dopuściły się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku przedmiotowego postępowania przedsiębiorcy poinformowali, że ww. dane były zamieszczone na stronie internetowej sklepu w dziale „KONTAKT” (karta nr 25). Prezes Urzędu zapoznał się z treścią informacji zamieszczonych na tej stronie jeszcze w toku postępowania wyjaśniającego, co udokumentowano sporządzając zrzut z ekranu (karta nr 46). Analiza danych zawartych we wskazanym przez przedsiębiorców dziale „KONTAKT” wykazała, że nie obejmowały one informacji o organie rejestrowym i numerach wpisu do ewidencji. Dane takie nie widniały też w dziale „o FIRMIE” (karta nr 46), ani w regulaminie (karty nr 15 – 16). W piśmie z dnia 26. 10. 2006r. przedsiębiorcy oświadczyli, że dane, o których mowa w tym fragmencie decyzji, włączono do regulaminu (karta nr 25). Na dowód tego przedłożono zmieniony „Regulamin dokonywania zakupów z IWSP”, w którym faktycznie zawarto ww. informacje (karta nr 26). W piśmie z dnia 11. 12. 2006r. przedsiębiorcy dodali, że zmianę tę wprowadzono dnia 26. 09. 2006r. (karta nr 48). Powyższe świadczy o tym, że przedsiębiorcy wykonali ciążący na nich z mocy art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk obowiązek. Mając na uwadze przytoczone powyżej okoliczności, stosownie do art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że Małgorzata M. i Joanna Z. stosowały bezprawną praktykę wskazaną w tym punkcie decyzji oraz, że zaniechały jej stosowania z dniem 26. 09. 2006r. Stąd należało orzec, jak w punkcie III 1 sentencji decyzji.

2.

Kolejny z zarzutów postawionych Małgorzacie M. i Joannie Z. dotyczył stosowania praktyki polegającej na nieinformowaniu konsumentów, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący. Obowiązek podawania ww. informacji spoczywa na przedsiębiorcach zawierających z konsumentami umowy na odległość z mocy art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk. Analiza zgromadzonych w ramach niniejszego postępowania dokumentów wykazała, że przedsiębiorcy ww. obowiązku nie dopełniali, w związku z czym ich zachowanie należało uznać za bezprawne. Nie wskazując terminu związania złożoną ofertą, informacją o cenie, przedsiębiorcy godzili w interesy konsumentów. Konsumentom nie wiedzieli bowiem, jak długo pozostaną wiążące warunki, z którymi mogli oni zapoznać się na stronie internetowej sklepu. W niniejszej sprawie należało też stwierdzić, że opisana praktyka godziła w zbiorowe interesy konsumentów. Do praktyki tej należy bowiem w tym zakresie odnieść uzasadnienie zawarte w punkcie III niniejszej decyzji. Wobec spełnienia wszystkich przesłanek wymienionych w art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że Małgorzata M. i Joanna Z. stosowały praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów wymienioną w tej części decyzji.

Jednocześnie należało stwierdzić, że przedsiębiorcy zaniechali stosowania przedmiotowej praktyki. Za podjęciem takiego rozstrzygnięcia przemawia fakt, że z dniem 26. 09. 2006r. przedsiębiorcy uzupełnili stosowany przez nich regulamin w tym zakresie. Stąd należało orzec, jak w punkcie III 2 sentencji.

IV.

Art. 100 e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorcy zawierają 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 przedsiębiorców oraz postanowień umowy, co może ułatwić np. dochodzenie roszczeń powstałych w związku z umową zawartą na odległość. Interes konsumentów przemawia też za tym, aby doprowadzić do niezwłocznego wyeliminowania z rynku praktyki ograniczającej im możliwość skorzystania z prawa do odstąpienia od umów zawartych na odległość w zakresie, jaki przewiduje ustawa. Z uwagi na wyżej opisane zagrożenie interesu konsumentów nadanie punktowi I i II tej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności jest uzasadnione.

W tym miejscu trzeba zaznaczyć, że dla obowiązku wykonania decyzji, której nadano rygor natychmiastowej wykonalności, nie ma znaczenia fakt, czy stała się ona prawomocna, czy też nie. Nadanie rygoru natychmiastowej wykonalności oznacza, iż w tym zakresie decyzja powinna być wykonana niezwłocznie.

V.

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

Postępowanie w sprawie stosowania przez Małgorzatę M. i Joannę Z., które prowadzą wspólnie działalność w ramach spółki cywilnej „MAJO” praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu w punkcie I - III sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu z przedsiębiorcami. W związku z powyższym postanowiono obciążyć ww. przedsiębiorców solidarnie kosztami postępowania w wysokości 39 zł (słownie: trzydziestu dziewięciu złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od

daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach

Na postanowienie zawarte w punkcie V 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.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral