



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Delegatura w Lublinie
20-012 Lublin, ul. Ochotnicza 10
Tel. (0-81) 532-35-31, 532-54-48,
Fax (0-81) 532-08-26
E-MAIL: LUBLIN@UOKIK.GOV.PL

Lublin, dnia 2 listopada 2010 r.

RLU-61-4/10/IM
p.o.

Decyzja nr RLU 19/2010

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 5 tej ustawy w związku z § 5 pkt 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 postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Z. M., prowadzącemu działalność gospodarczą w postaci sklepu internetowego pod adresem: www.duoline.pl, jako Z. M. „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Zgierzu, [REDACTED],

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **działanie w/w przedsiębiorcy** polegające na zamieszczeniu, na stronie internetowej www.duoline.pl, informacji wprowadzających konsumentów w błąd poprzez:

1. wskazanie 10-dniowego terminu na zwrot towaru, poczynając od daty jego zakupu oraz sformułowanie jako warunku zwrotu zakupionego towaru, wymogu uprzedniego skontaktowania się ze sprzedającym przed dokonaniem zwrotu, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, określoną w art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206) w zw. z art. 7 ust. 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);

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania począwszy od 23.09.2010r.

2. wskazanie jako warunku zwrotu zakupionego towaru, wymóg jego zapakowania w oryginalne, nienaruszone opakowanie, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206) w zw. z art. 7 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);

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania począwszy od miesiąca lutego 2010r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 5 tej ustawy w związku z § 5 pkt 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 postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Z. M., prowadzącemu działalność gospodarczą w postaci sklepu internetowego pod adresem: www.duoline.pl, jako Z. M „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Zgierzu, ul. [REDACTED],

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

1. **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **zaniechanie w zakresie powinności** informacyjnych w/w przedsiębiorcy polegające na braku zamieszczenia, na stronie internetowej www.duoline.pl, informacji w postaci: pełnego określenia przedsiębiorcy, określenia organu rejestrującego działalność gospodarczą przedsiębiorcy oraz numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, określoną w art. 6 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206) w zw. 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);

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania począwszy od miesiąca lutego 2010r.

2. **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **zaniechanie w/w przedsiębiorcy** polegające na braku zamieszczenia, na stronie internetowej www.duoline.pl, informacji dotyczących miejsca i sposobu składania reklamacji, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, określoną w art. 6 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o

przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206) w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 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);

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania począwszy od miesiąca czerwca 2010r.

III. Na podstawie art. 105 § 1 kpa w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 5 tej ustawy w związku z § 5 pkt 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 postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Z. M., prowadzącemu działalność gospodarczą w postaci sklepu internetowego pod adresem: www.duoline.pl, jako Z. M. „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Zgierzu, ul. [REDACTED],

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **umarza się** postępowanie wszczęte z urzędu w sprawie stosowania przez w/w przedsiębiorcę, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w postaci działania w/w przedsiębiorcy polegającego na zamieszczeniu, na stronie internetowej www.duoline.pl, informacji wprowadzających konsumentów w błąd co do konieczności poinformowania sprzedającego o nie dotarciu przesyłki z zakupionym towarem w terminie, mogącego stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, określoną w art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206).

IV. Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 5 tej ustawy w związku z § 5 pkt 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 postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Z. M., prowadzącemu działalność gospodarczą w postaci sklepu internetowego pod adresem: www.duoline.pl, jako Z. M. „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Zgierzu, ul. [REDACTED],

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

nakazuje się w/w przedsiębiorcy publikację niniejszej decyzji w całości, na jego koszt, na stronie internetowej www.duoline.pl w ten sposób, że odnośnik do czytelnej treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej www.duoline.pl oraz utrzymywanie jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 6 (sześciu) miesięcy.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów sprawuje kontrolę przestrzegania przez przedsiębiorców przepisów powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przejawem tejże kontroli jest losowe badanie wzorców umów stosowanych przez przedsiębiorców oraz zawartości stron internetowych, należących do przedsiębiorców prowadzących sprzedaż w formie sklepu internetowego. Z. M., prowadzi działalność gospodarczą w postaci sklepu internetowego pod adresem: www.duoline.pl, jako Z. M. „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Zgierzu (dalej: Duo lub Przedsiębiorca). Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dokonał analizy zapisów umieszczonych na stronie sklepu internetowego „duoline.pl” (www.duoline.pl), regulujących prawa i obowiązki konsumentów, dokonujących zakupów towarów w formie umów zawieranych na odległość pod kątem ich zgodności z treścią art. 24 ust. 1 i 2 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (...).

W związku z powyższym przeprowadzone zostało postępowanie wyjaśniające, a na podstawie jego wyników wstępnie zostało ustalone, że niektóre informacje zawarte na stronie www.duoline.pl mogą wprowadzać konsumentów w błąd, a inne z kolei informacje wymagane przepisami prawa, nie zostały na tejże stronie w ogóle zamieszczone. W związku z powyższym zostało wszczęte przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes UOKiK), postanowieniem nr 5/10 z dnia 02.02.2010r., przeciwko w/w Przedsiębiorcy postępowanie w sprawie zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Postępowanie objęło następujące zarzuty:

1. stosowanie przez Przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych, wskazanych w art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206), poprzez zamieszczenie na stronie (www.duoline.pl) sklepu internetowego duoline.pl informacji wprowadzających konsumentów w błąd co do prawa odstąpienia od umowy (zwrotu produktu) lub wymiany produktu oraz co do procedury w przypadku nie dojścia do skutku dostawy produktu w ciągu 30 dni od zawarcia umowy;
2. stosowanie przez Przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych, wskazanych w art. 6 ust. 1 i ust. 4 pkt 2 i 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206), poprzez zaniechanie zamieszczenia na stronie (www.duoline.pl) sklepu internetowego duoline.pl istotnych informacji odnośnie nazwy przedsiębiorcy, procedury rozpatrywania reklamacji;

które to działania i zaniechania mogą stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Materiał dowodowy, zgromadzony w trakcie postępowania wyjaśniającego został zaliczony, postanowieniem Prezesa UOKiK., w poczet dowodów postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W odpowiedzi na postanowienie o wszczęciu postępowania administracyjnego Przedsiębiorca poinformował, że „budzące wątpliwości zapisy na stronie sklepu zostały zmienione” oraz zobowiązał się „w przypadku zauważenia przez UOKiK w Lublinie innych nieścisłości bądź budzących wątpliwości zapisów, do ich zmiany”.

Prezes UOKiK ustalił, co następuje.

Z. M., prowadzi działalność gospodarczą w postaci sklepu internetowego duoline.pl pod adresem: www.duoline.pl, jako Z. M. „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Zgierzu, ul. [REDAKTOWANE] i jest wpisany do ewidencji działalności gospodarczej, prowadzonej przez Prezydenta Miasta Zgierza pod nr 14532. Przedmiotem tejże działalności jest sprzedaż wysyłkowa towarów w postaci artykułów bielizniarskich i odzieżowych. Prowadząc tą działalność Przedsiębiorca zamieścił na w/w stronie internetowej informacje dotyczące sposobu dokonywania zakupów (wyszukiwanie towarów, zakup wybranego produktu, składanie zamówienia) oraz dotyczące takich kwestii, jak: gwarancja, ochrona danych osobowych, formy płatności, wysyłka, zwroty/wymiana towaru, opakowanie ozdobne.

Prezes UOKiK ustalił, że na stronie sklepu internetowego duoline.pl, znajdują się zapisy, regulujące prawa i obowiązki stron umowy, które mogą wyczerpywać znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych, poprzez wprowadzenie konsumenta w błąd.

Są to następujące zapisy:

1. w zakładce „**Zwroty/wymiana towaru**” znajduje się informacja:

„W ciągu 10 dni od zakupu mają Państwo prawo zwrotu lub wymiany nieużywanego towaru. Po uprzednim kontakcie e-mailowym, bądź telefonicznym, daną rzecz należy zapakować w oryginalne, nienaruszone opakowanie (w przeciwnym razie zwrot nie zostanie przyjęty) i odesłać na adres....”.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22 poz. 271 ze zm.) 14-dniowy termin na zwrot towaru jest liczony od dnia złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Skuteczne złożenie takiego oświadczenia jest zaś możliwe w ciągu 10 dni od wydania rzeczy.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) zwrot może towaru być dokonany bezwarunkowo, bez podania przyczyn i bez konieczności podejmowania uprzedniego kontaktu (niezależnie od jego formy) ze sprzedającym.

Z art. 7 ust. 3 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) wynika, że w razie odstąpienia od umowy konsument zwraca zakupiony towar w stanie niezmienionym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Uregulowanie szczególne znajduje się w art. 10 ust. 3 pkt 2 tejże ustawy, wyłączając możliwość odstąpienia przez konsumenta od

umowy, a w konsekwencji i zwrotu towaru, tylko w przypadku usunięcia oryginalnego opakowania towaru będącego nagraniem audio-wizualnym lub programem komputerowym.

Z kolei przepis art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206) wskazuje, że wprowadzające konsumenta w błąd działanie przedsiębiorcy może dotyczyć w szczególności praw konsumenta., w tym prawa odstąpienia od umowy.

2. w zakładce „**Wysyłka**” znajduje się informacja:

„W razie nie dotarcia przesyłki w terminie prosimy o kontakt. Klient jest informowany o wszelkich opóźnieniach związanych z realizacją zamówienia np. z powodu braku towaru”.

Zgodnie z art. 12 ust. 2 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek zawiadomienia konsumenta o niemożności spełnienia świadczenia, z powodu braku dostępności towaru i zwrócenia otrzymanej należności, najpóźniej w terminie 30 dni od zawarcia umowy.

Z kolei przepis art. 5 ust. 3 pkt 3 powołanej ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej: uopnpr) wskazuje, że wprowadzające konsumenta w błąd działanie przedsiębiorcy może dotyczyć w szczególności obowiązków przedsiębiorcy związanych z dostawą zakupionego przez konsumenta towaru.

Prezes UOKiK ustalił, po analizie przedmiotowego zapisu, że fakt poinformowania przez konsumenta o nie otrzymaniu towaru nie jest równoznaczny z brakiem dostępności tego towaru u sprzedawcy. Z doświadczenia życiowego wynika, że brak towaru w ustalonym przez strony transakcji terminie może wynikać z opóźnień związanych z transportem tegoż towaru, wykonywanym przez osoby trzecie. W drugiej części analizowanego zapisu sprzedający zobowiązuje się zaś do informowania o opóźnieniach w realizacji zamówienia.

Prezes UOKiK ustalił, że stronie sklepu internetowego duoline.pl, brak jest niektórych zapisów, regulujących prawa i obowiązki stron umowy, które są wymagane obowiązującymi przepisami prawa.

1. w zakładce „**Dane Firmy/Dane kontaktowe**” brak jest informacji w postaci pełnej nazwy przedsiębiorcy (brak imienia i nazwiska) oraz w postaci nazwy organu rejestrującego i numeru wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Jako dane określające Przedsiębiorcę na stronie duoline.pl funkcjonuje określenie: „P.P.H.U. DUO, ul. [REDAKTOR] [REDAKTOR] Zgierz, Polska”. Natomiast jako nazwa przedsiębiorcy, zgodnie z wpisem do ewidencji działalności gospodarczej nr 14532, prowadzonej przez Prezydenta Miasta Zgierza, nazwa przedsiębiorcy winna brzmieć „DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Zdzisław Mikielwicz.

Zgodnie art. 9 ust. 1 pkt 1 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) konsument powinien być poinformowany o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą danego przedsiębiorcy, a także o numerze ewidencyjnym tejże działalności.

2. Prezes UOKiK stwierdził ponadto brak na stronie sklepu internetowego duoline.pl informacji dotyczących procedury rozpatrywania reklamacji. Istniała jedynie zakładka „Gwarancja”, z której wynikało, że wszystkie towary są objęte pełną gwarancją producenta.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 10 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) konsument powinien być poinformowany o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Z kolei przepis art. 6 ust. 1 i 2 powołanej ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wskazuje, że zaniechaniem przedsiębiorcy, wprowadzającym konsumenta w błąd, jest pominięcie istotnych informacji, jakie powinien on podać na podstawie odrębnych przepisów.

Na podstawie oświadczenia przekazanego przez Przedsiębiorcę oraz na podstawie wydruków ze strony internetowej (duoline.pl) Przedsiębiorcy Prezes UOKiK ustalił, że bezpośrednio po wszczęciu postępowania, w lutym 2010r. Duo zmieniło zapisy dotyczące: warunków zwrotu zakupionego przez konsumenta towaru w postaci wyeliminowania ze strony duoline.pl wymogu zwrotu towaru w nienaruszonym opakowaniu. oraz obowiązku informowania o opóźnieniach w realizacji zamówienia.

Dane identyfikujące Przedsiębiorcę zostały w tym samym czasie uzupełnione o imię i nazwisko oraz dodano określenie organu rejestrującego działalność gospodarczą Przedsiębiorcy i numer ewidencyjny tejże działalności.

Natomiast począwszy od dnia 23.09.2010r. Przedsiębiorca wprowadził na swojej stronie internetowej zapis dotyczący warunków zwrotu o treści: „W ciągu 10 dni od wydania towaru mają Państwo prawo do odstąpienia od umowy składając stosowane oświadczenie. Od tej chwili przysługuje 14-dniowy termin na dokonanie zwrotu/wymiany towaru”. Ze strony duoline.pl zniknął zaś zapis formułujący wymóg uprzedniego (przed dokonaniem zwrotu) kontaktu ze sprzedawcą.

Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Wszczynając wobec Przedsiębiorcy postępowanie administracyjne, Prezes UOKiK postawił Przedsiębiorcy zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej. Zgodnie z treścią art. 24 ust. 1 ustawy antymonopolowej, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 pkt 3 stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w tym nieuczciwe praktyki rynkowe.

W niniejszej sprawie postawione Duo zarzuty, aby mogły być skutecznie ocenione w ramach art. 24 ust. 1 i 2, muszą spełniać poniższe przesłanki:

1. naruszać zbiorowy interes konsumentów,

2. być działaniem bezprawnym,

Pierwsza przesłanka jest spełniona, gdy dane działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości, gdyż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni interesy nieograniczonej z góry liczby konsumentów, których nie da się zidentyfikować, jest to zjawisko o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Z takim przypadkiem mamy do czynienia w niniejszym postępowaniu administracyjnym. Działania Duo, w postaci oferty sprzedaży bielizny, czy też artykułów odzieżowych, skierowane są do nieokreślonej z góry liczby osób, planujących lub dokonujących zakupów za pośrednictwem internetu. Przedsiębiorca oferuje wskazane towary korzystając ze sklepu internetowego, pod adresem www.duoline.pl. Z jego oferty mogła skorzystać każda osoba posiadająca dostęp do internetu. W związku z tym krąg osób, które mogły zostać dotknięte stosowaną praktyką jest formalnie nieograniczony, nie możliwy z góry do określenia, a tym samym spełnia warunki zbiorowego interesu konsumentów. Spełniona została zatem pierwsza przesłanka warunkująca ocenę tej sprawy pod kątem art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Drugą przesłanką jest bezprawność, tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Pojęcie porządek prawny obejmuje nakazy i zakazy wynikające z normy prawnej, a także nakazy i zakazy wynikające z norm moralnych i obyczajowych określanych, jako zasady współżycia społecznego. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy czyn sprawcy był zgodny, czy też niezgodny z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego oraz nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego (dobre obyczaje). O bezprawności działania decyduje, w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego, całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego (uzasadnienie do wyroku z dnia 8 maja 2002 r., sygn. akt I I PKN 267/2001, wyrok Sądu Najwyższego – Izba Administracyjna – Lex Polonica Prima). Sąd Najwyższy wskazał, że o bezprawności działania można mówić wówczas, gdy nie zachodzi żadna ze szczególnych okoliczności usprawiedliwiających określone działanie.

Okolicznościami tymi są:

- działanie w ramach porządku prawnego, tj. działanie dozwolone przez obowiązujące przepisy,
- wykonywanie prawa podmiotowego,
- zgoda pokrzywdzonego oraz
- działanie w obronie uzasadnionego interesu (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19.10.1989 r. II CR 419/89 OSP 1990/11-12 poz. 377).

W postępowaniu z zakresu ochrony zbiorowych interesów konsumentów, zakończonym niniejszą decyzją, bezprawny charakter praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wynika ze stosowania przez Przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych. Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 bezprawnym działaniem danego przedsiębiorcy, stanowiącym praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych, określonych w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej: uopnpr)

Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje 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. Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...)). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, to takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa UOKiK stało się zważenie, czy w omawianym stanie faktycznym Przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową, a następnie, czy przedmiotowa praktyka mogła godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 uopnpr, stosowana przez przedsiębiorcę 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 zawarciu. Przedmiotowy przepis stanowi klauzulę generalną, która na okoliczność stosowania danej praktyki podlega stosownej konkretyzacji. Jednocześnie, uopnpr dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5) lub zaniechaniu (art. 6) wprowadzającym w błąd.

Jak wskazał Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w wyroku z dn. 23.02.2006r., sygn. XVII Ama 118/04, „istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko pojęty szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności”.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 uopnpr, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się działanie wprowadzające w błąd, jeżeli w jakikolwiek sposób powoduje ono lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, a więc prowadzi taka praktyka do zniekształcenia zachowań rynkowych konsumentów.

W niniejszej sprawie koniecznym stało się zatem rozważenie, czy informacje zamieszczone na stronie www.duoline.pl przez Przedsiębiorcę naruszyły dobre obyczaje poprzez niewłaściwe informowanie o uprawnieniach konsumentów oraz czy mogły wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd, tj. czy mogło spowodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wskazać przy tym należy, że zgodnie z treścią art. 2 pkt 7 uopnpr przez decyzję dotyczącą umowy rozumieć należy podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub części, rozporządzi nim lub wykona uprawnienia związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Ponadto, zgodnie z art. 4 ust. 1 uopnpr, zniekształcenie lub możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta

działającego pod wpływem nieuczciwej praktyki rynkowej może dotyczyć etapu przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Działanie polegające na wprowadzeniu w błąd jako rodzaj nieuczciwej praktyki rynkowej nie musi zatem finalnie prowadzić do dokonania przez konsumenta czynności prawnej, której, gdyby nie działał pod wpływem błędu nie podjąłby. Decyzja dotycząca umowy, która posługuje się uopnpr ma bowiem szerszy zakres nie instytucja błędu uregulowana w art. 84 i n. k.c. Oznacza to, że elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie należy czynić samego faktu jej dokonania. Prawnie relewantna będzie zatem taka praktyka rynkowa, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd „przeciętnego konsumenta”, do którego jest skierowana lub dociera i która ze względu na swoją zwodniczą naturą może zniekształcić jego zachowanie rynkowe.

Wyżej wymienione praktyki nie stanowią jednak praktyk zakazanych w każdych okolicznościach. Oznacza to, iż aby wykazać, że dany przedsiębiorca je stosuje należy odnieść się zarówno do definicji praktyki wprowadzającej w błąd (art. 5 ust. 1 lub art. 6 ust. 1 uopnpr), jak i do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej z art. 4 ust. 1 upnpr. Przede wszystkim w celu wykazania, iż Przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest uznanie, że zarzucane im zachowanie mieści się w pojęciu praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 uopnpr. Definicje praktyki rynkowej podaje art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Przesłanka w postaci bezprawności działania Przedsiębiorcy, przejawiającego się w stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych, zostanie skonkretyzowana i omówiona w odpowiadających poszczególnym punktom sentencji niniejszej decyzji częściom jej uzasadnienia.

Ad pkt I. 1 sentencji decyzji

Zakwestionowanym, w ramach prowadzonego postępowania administracyjnego w niniejszej sprawie, działaniem Przedsiębiorcy było przedstawienie na stronie internetowej, na której Przedsiębiorca prowadził sklep internetowy duoline.pl, w zakładce „Zwroty/wymiana towaru” następującej informacji: „W ciągu 10 dni od zakupu mają Państwo prawo zwrotu lub wymiany nieużywanego towaru. Po przednim kontakcie e-mailowym, bądź telefonicznym, (...)”.

Prezes UOKiK uznał taką treść komunikatu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, poprzez bezprawne działanie, polegające na stosowaniu przez Przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych. Wskazany komunikat Przedsiębiorcy stanowi bowiem informację wprowadzającą konsumentów w błąd co do treści ich uprawnień związanych z ewentualnym odstąpieniem od umowy i zwrotem zakupionego towaru. Do takiego wniosku prowadzi analiza przedmiotowego działania Przedsiębiorcy pod kątem spełnienia dwóch kryteriów: sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego wpływu praktyki rynkowej na zachowanie gospodarcze przeciętnego konsumenta.

Nierzetelne informowanie przez profesjonalistę konsumenta odnośnie przysługujących mu uprawnień niewątpliwie narusza dobre obyczaje. Wskazany wyżej wyrok SOKiK z dn. 23.02.2006r. określa działania przedsiębiorcy zmierzające do wywołania błędnego przekonania u konsumenta jako sprzeczne z dobrymi obyczajami. Niezależnie od istniejącego orzecznictwa należy wskazać, że z obiektywnych norm postępowania, moralnych i zwyczajowych (staranność zawodowa), stosowanych w działalności gospodarczej jasno wynika powinność właściwego informowania konsumentów przez przedsiębiorcę o przysługujących uprawnieniach i rzetelnego traktowania partnerów umów. Przedsiębiorca jest profesjonalistą i tym bardziej powinien zadbać o właściwe poinformowanie swoich kontrahentów o przysługujących im uprawnieniach.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22 poz. 271 ze zm.) 14-dniowy termin na zwrot towaru jest liczony od dnia złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy (na złożenie takiego oświadczenia konsument ma 10 dni od momentu wydania rzeczy), a nie od dnia zakupu rzeczy. Z tego samego przepisu wynika, że zwrot towaru może być dokonany bezwarunkowo, bez podania przyczyn, a więc bez konieczności podejmowania uprzedniego kontaktu (niezależnie od jego formy) ze sprzedającym. Doktryna, odnosząc się do formy składanego oświadczenia o odstąpieniu od umowy, wskazała, że powinno mieć ono formę pisemną dla celów dowodowych, nie jest to jednak jedyna możliwa forma takiego oświadczenia. Możliwe jest także uznanie za złożenie przedmiotowego oświadczenia faktu dokonania zwrotu zakupionej rzeczy (komentarz do ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, Olczyk Magdalena, LEX/el. 2004). Oświadczenie woli o odstąpieniu od umowy jest niezależnie od jego formy czynnością prawną wymagającą aktywności wyłącznie jednej strony, w tym wypadku konsumenta. W żaden sposób nie jest do tej czynności konieczny kontakt z przedsiębiorcą, poza jednostronnym zakomunikowaniem mu decyzji o odstąpieniu od umowy, a co więcej przedsiębiorca nie ma żadnych podstaw prawnych do żądania uprzedniego (przed zamierzonym przez konsumenta odstąpieniem od umowy i zwrotem towaru) podjęcia z nim kontaktu. Z ocenianego zapisu na stronie Duo wynika zaś, że uprzednie skontaktowanie się konsumenta ze sprzedawcą może być warunkiem ewentualnego zwrotu towaru, co jest wprowadzeniem w błąd, zważywszy na treść przytoczonego wyżej przepisu zawartego w art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W odniesieniu do sposobu ustalenia dnia, od którego liczony jest termin możliwego zwrotu oraz do konieczności (przed dokonaniem zwrotu towaru) kontaktu ze sprzedawcą Duo przekazało swoim klientom informację nierzetelną, co niewątpliwie narusza dobre obyczaje w sferze handlu.

Jednocześnie podana na stronie internetowej www.duoline.pl informacja o możliwym terminie zwrotu oraz warunkach zwrotu zakupionego przez konsumenta towaru mogła wpłynąć na zachowanie rynkowe tegoż konsumenta, w tym przypadku

na etapie po zawarciu umowy. Rezultatem wprowadzenia w błąd konsumenta mogło być jego zaniechanie złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy i dokonania zwrotu towaru (niezależnie od przyczyn takiej decyzji), a to z uwagi na przekonanie o upływie terminu na dokonanie takiego zwrotu, podczas gdy w rzeczywistości taki termin jeszcze nie upłynął lub w obawie przed kontaktem ze sprzedającym, który w sytuacji planowanego zwrotu towaru może wiązać się ze stresem. Z natury rzeczy, wskazany przez Przedsiębiorcę termin 10-cio dniowy na zwrot towaru, liczony od dnia zakupu, niezależnie od niedookreśloności pojęcia „zakupu”, będzie dla konsumenta krótszy niż termin 14-dniowy liczony od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, na złożenie którego konsumentowi przysługuje z kolei termin 10-dniowy od daty wydania rzeczy.

Zgodnie z przepisem art. 5 ust. 3 pkt 4 uopnpr nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzenie konsumenta w błąd m.in. co do prawa do odstąpienia i warunków odstąpienia od umowy. Z ustalonego stanu faktycznego i dokonanej analizy w niniejszej sprawie taki przypadek wynika.

Wykazanie zaistnienia przesłanek, skutkujących uznaniem ocenianego zakresu działania Przedsiębiorcy, określonego w pkt I. 1 sentencji decyzji, za nieuczciwą praktykę rynkową, skutkuje w konsekwencji stwierdzeniem stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych a art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy oraz pozyskanymi wydrukami z jego strony internetowej zmiany w postaci usunięcia zapisu kwestionowanego przez Prezesa UOKiK, wskazanego w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji i wprowadzenia zapisu odpowiadającego przepisom ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), nastąpiły z dniem 29.09.2010r. Umożliwiło to stwierdzenie przez Prezesa UOKiK zaniechania stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w przedmiotowym zakresie.

Ad pkt I. 2 sentencji decyzji

Zakwestionowanym, w ramach prowadzonego postępowania administracyjnego w niniejszej sprawie, działaniem Przedsiębiorcy było przedstawienie na stronie internetowej, na której Przedsiębiorca prowadził sklep internetowy duoline.pl, w zakładce „Zwroty/wymiana towaru” następującej informacji: „...daną rzecz należy zapakować w oryginalne, nienaruszone opakowanie (w przeciwnym razie zwrot nie zostanie przyjęty) i odesłać na adres....”.

Do przedstawionej powyżej informacji, zamieszczonej przez Przedsiębiorcę na stronie internetowej www.duoline.pl odnoszą się wprost stwierdzenia Prezesa UOKiK, dotyczące wprowadzenia konsumentów w błąd, sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz wpływu na zachowanie gospodarcze konsumenta zawarte w części: Ad Pkt I. 1 sentencji decyzji. Konkretyzując w odniesieniu do przywołanych i omówionych wcześniej przesłanek zachowanie Przedsiębiorcy należy wskazać, że w/w zapis może wprowadzać konsumenta w błąd, także co do warunków zwrotu zakupionego towaru. Z treści art. 7 ust 3 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) wynika, że zwracany przez konsumenta towar powinien być w stanie niezmiennym,

chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Niewątpliwie czynnością zwykłego zarządu jest rozpakowanie danego towaru, które z natury rzeczy łączy się z mniejszym lub większym naruszeniem opakowania. Ustanowiony przez Duo warunek zwrotu towaru w nienaruszonym opakowaniu był więc informacją wprowadzającą w błąd. Dokonana interpretacja praw konsumenta jest także uprawniona w kontekście zapisu art. 10 ust. 3 pkt 2 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), z którego wynika że prawo do odstąpienia od umowy, w przypadku uszkodzenia oryginalnego opakowania nie przysługuje konsumentowi **jedynie** w przypadku zakupu towaru będącego nagraniem audio-wizualnym lub programem komputerowym.

W odniesieniu do możliwości przyjęcia zwrotu towaru, którego opakowanie uległo uszkodzeniu, chociażby w trakcie rozpakowywania danego towaru, Duo przekazało swoim klientom informację nierzetelną, co niewątpliwie narusza dobre obyczaje w sferze handlu.

Także zachowanie rynkowe danego konsumenta, w tym przypadku na etapie po zawarciu umowy, mogło zostać zniekształcone. Rezultatem wprowadzenia w błąd konsumenta, poprzez informacje o skuteczności zwrotu towaru tylko w nienaruszonym, oryginalnym opakowaniu, mogło być zaniechanie z jego strony dokonania zwrotu tego towaru (niezależnie od przyczyn takiej decyzji), a to z uwagi na przekonanie o tym, że zwrot nie będzie przyjęty, ponieważ opakowanie towaru zostało uszkodzone, a powinno być wg Przedsiębiorcy „nienaruszone”.

Zgodnie z przepisem art. 5 ust. 3 pkt 4 uopnpr nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzenie konsumenta w błąd co do prawa do odstąpienia od umowy. Z ustalonego stanu faktycznego i dokonanej analizy taki przypadek wynika.

Wykazanie zaistnienia przesłanek, skutkujących uznaniem ocenianego zakresu działania Przedsiębiorcy, określonego w pkt I. 2 sentencji decyzji, za nieuczciwą praktykę rynkową, skutkuje w konsekwencji stwierdzeniem stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych a art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy oraz pozyskanymi wydrukami z jego strony internetowej zmiany w postaci usunięcia zapisu kwestionowanego przez Prezesa UOKiK, zgodnie z treścią pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji, nastąpiły w miesiącu lutym 2010r. Umożliwiło to stwierdzenie przez Prezesa UOKiK zaniechania stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przedmiotowym zakresie.

Ad pkt II. 1 sentencji decyzji

Zakwestionowanym, w ramach prowadzonego postępowania administracyjnego w niniejszej sprawie, zachowaniu Przedsiębiorcy, polegającym na zaniechaniu wprowadzającym w błąd był brak przedstawienia na stronie internetowej www.duoline.pl, na której Przedsiębiorca prowadził sklep internetowy, pełnej informacji identyfikującej Przedsiębiorcę. Z art. 6 ust. 1 i 2 uopnpr wynika, że za

praktykę rynkową uznaje się zaniechanie danego przedsiębiorcy wprowadzające w błąd, jeśli pomija istotne, potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, informacje. Informacjami istotnymi są takie, które przedsiębiorca jest zobowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów.

W rozpatrywanym przypadku Duo, określając się jako strona transakcji zawieranej z konsumentami, pominęło informacje w postaci pełnego określenia przedsiębiorcy (podania jego imienia i nazwiska), określenia organu rejestrującego działalność gospodarczą przedsiębiorcy oraz numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

Jako dane określające Przedsiębiorcę na stronie duoline.pl funkcjonowało wyłącznie określenie: „P.P.H.U. DUO, ul. [REDAKTOWANE] Zgierz, Polska”. Natomiast jako nazwa przedsiębiorcy, zgodnie z wpisem do ewidencji działalności gospodarczej nr 14532, prowadzonej przez Prezydenta Miasta Zgierza, winna brzmieć DUO Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Zdzisław Mikielewicz. Ponadto na stronie duoline.pl brak jest identyfikacji organu rejestrującego działalność gospodarczą Przedsiębiorcy oraz numeru, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany.

Powołana ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów (...) jest aktem zawierającym przepisy formułujące obowiązki informacyjne przedsiębiorcy wobec konsumentów, na które z kolei wskazuje art. 6 ust. 2 uopnpr. Brak podania takich informacji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, polegającą na zaniechaniu wprowadzającym w błąd. Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numerze tejże rejestracji. Dane identyfikujące przedsiębiorcę powinny być udzielone konsumentowi na etapie zaproszenia do zawarcia umowy. Informacje te powinny być pełne, rzetelne i prawdziwe, ponieważ tylko oferta handlowa zawierająca wskazane informacje pozwoli konsumentowi na podjęcie prawidłowej decyzji rynkowej. Z wyroku SOKiK, z dnia 22.12.2004r. sygn. Ama 23/04 wynika wprost, że zamieszczenie przez przedsiębiorcę niekompletnych informacji, m.in. co do jego oznaczenia i nazwy, może wprowadzać konsumentów w błąd.

Z powyższego wynika, że zaniechanie Duo, skutkujące pominięciem istotnych informacji na stronie sklepu internetowego duoline.pl mogło wprowadzić w błąd konsumentów co do tożsamości przedsiębiorcy, w postaci skrajnej, tj. zostali oni w ogóle pozbawieni możliwości pełnej identyfikacji sprzedawcy.

W odniesieniu do obowiązku przedsiębiorcy przekazania konsumentom wymaganych odrębnymi przepisami informacji Duo tego obowiązku nie wypełniło przekazując swoim klientom informację niepełną i tym samym nierzetelną, co niewątpliwie narusza dobre obyczaje w sferze handlu. Jak wskazano wyżej brak przedmiotowych informacji, szczególnie na etapie zaproszenia do zawarcia umowy może zniekształcać decyzję konsumenta co do zawarcia umowy.

Zgodnie z przepisem art. 6 ust. 1 i 2 uopnpr nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzające konsumenta w błąd zaniechanie, jeżeli pomija istotne, wskazane w przepisach odrębnych informacje, jakie przedsiębiorca jest obowiązany podać konsumentowi. Z ustalonego stanu faktycznego i dokonanej analizy taki przypadek wynika.

Wykazanie zaistnienia przesłanek, skutkujących uznaniem ocenianego zaniechania Przedsiębiorcy, określonego w pkt II. 1 sentencji decyzji, za nieuczciwą praktykę rynkową, skutkuje w konsekwencji stwierdzeniem stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych a art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy oraz pozyskanymi wydrukami z jego strony internetowej zmiany w postaci uzupełnienia treści strony wymaganymi przez przepisy prawa informacjami identyfikującymi Przedsiębiorcę, zgodnie z treścią pkt II.1 sentencji niniejszej decyzji, nastąpiły w miesiącu lutym 2010r. Umożliwiło to stwierdzenie przez Prezesa UOKiK zaniechania stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przedmiotowym zakresie.

Ad pkt II. 2 sentencji decyzji

Zakwestionowanym, w ramach prowadzonego postępowania administracyjnego w niniejszej sprawie, zachowaniu Przedsiębiorcy, polegającym na zaniechaniu wprowadzającym w błąd był brak przedstawienia na stronie internetowej www.duoline.pl, na której Przedsiębiorca prowadził sklep internetowy, informacji dotyczących miejsca i sposobu składania reklamacji przez konsumentów. Z art. 6 ust. 1 i 2 uopnpr wynika, że za praktykę rynkową uznaje się zaniechanie danego przedsiębiorcy wprowadzające w błąd, jeśli pomija istotne, potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, informacje. Informacjami istotnymi są takie, które przedsiębiorca jest zobowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów.

W rozpatrywanym przypadku Duo, będąc stroną transakcji zawieranych z konsumentami, pominęło na stronie sklepu internetowego duoline.pl informacje dotyczące reklamacji, w tym dotyczące miejsca i sposobu ich składania. Na stronie duoline.pl funkcjonowała wyłącznie lakoniczna informacja, że towary zakupione w sklepie internetowym są objęte gwarancją producenta.

Powołana ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów (...) jest aktem zawierającym przepisy formułujące obowiązki informacyjne przedsiębiorcy wobec konsumentów, na które z kolei wskazuje art. 6 ust. 2 uopnpr. Brak podania takich informacji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, polegającą na zaniechaniu wprowadzającym w błąd. Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) konsument powinien być poinformowany o miejscu i sposobie składania reklamacji i to najpóźniej w momencie złożenia mu propozycji zawarcia umowy, co w omawianym przypadku oznacza stałą obecność przedmiotowych informacji na stronie internetowej Przedsiębiorcy. Wskazane informacje odnośnie miejsca i sposobu składania reklamacji pozwalają konsumentowi, w razie zaistnienia takiej potrzeby, na podjęcie odpowiedniej decyzji rynkowej.

Świadomość możliwości zakwestionowania zgodności z umową zakupionego u Przedsiębiorcy towaru, na podstawie przepisów ustawy z dnia 27.07.2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. nr 141 poz. 1176 ze zm.) oraz sposobu w jaki może być to dokonane, niewątpliwie może wpłynąć na kierunek decyzji dotyczącej umowy sprzedaży. Zgodnie z art. 4 ust. 1 powołanej uopnpr zniekształcenie rynkowego zachowania konsumenta może mieć miejsce także na etapie już po zawarciu umowy, a z tym etapem związana jest kwestia ewentualnej reklamacji.

Duo nie przedstawiło swoim klientom pełnej informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, nadmieniając tylko o uprawnieniach konsumenta z tytułu dobrowolnie przyznanej przez producenta ochronie z tytułu gwarancji. Tym samym informacja przekazana konsumentom była nierzetelna, co niewątpliwie narusza dobre obyczaje w sferze handlu. Jak wskazano wyżej brak przedmiotowych informacji, może zniekształcać decyzję konsumenta co do realizacji jego praw, w sytuacji gdyby nabyty towar okazał się wadliwy, niezgodny z umową.

Zgodnie z przepisem art. 6 ust. 1 i 2 uopnpr nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzające konsumenta w błąd zaniechanie, jeżeli pomija istotne, wskazane w przepisach odrębnych informacje, jakie przedsiębiorca jest obowiązany podać konsumentowi. Z ustalonego stanu faktycznego i dokonanej analizy taki przypadek wynika.

Wykazanie zaistnienia przesłanek, skutkujących uznaniem ocenianego zaniechania Przedsiębiorcy, określonego w pkt II. 2 sentencji decyzji, za nieuczciwą praktykę rynkową, skutkuje w konsekwencji stwierdzeniem stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych a art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy oraz pozyskanymi wydrukami z jego strony internetowej zmiany w postaci uzupełnienia treści strony wymaganymi przez przepisy prawa informacjami dotyczącymi procedury reklamacyjnej, zgodnie z treścią pkt II.2 sentencji niniejszej decyzji, nastąpiły w miesiącu lutym 2010r. Umożliwiło to stwierdzenie przez Prezesa UOKiK zaniechania stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przedmiotowym zakresie.

Ad pkt III sentencji decyzji

Stosownie do art. 83 ustawy o ochronie (...), w sprawach w niej nieuregulowanych, do postępowania przed Prezesem UOKiK stosuje się przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego. Z kolei dyspozycja art. 105 § 1 k.p.a. stanowi, że organ administracji państwowej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania, gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe. Zgodnie z wyrokiem Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 24 kwietnia 2003 r. (sygn. akt III SA 2225/01) bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a w związku z tym nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez

rozstrzygnięcie jej, co do istoty. W niniejszej sprawie został postawiony Duo zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegającej na zamieszczeniu przez w/w Przedsiębiorcę, na stronie internetowej www.duoline.pl, informacji mogących wprowadzić konsumentów w błąd co do konieczności poinformowania przez nich sprzedającego o nie dotarciu przesyłki z zakupionym towarem w terminie, mogących stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, określoną w art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206). Jak wskazywano już powyżej, stosowana przez przedsiębiorcę 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 zawarciu. Jednocześnie art. 6 ust. 1 tej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje zaniechanie przedsiębiorcy wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Tym samym jednym z elementów konstruktywnych każdej nieuczciwej praktyki polegającej na zaniechaniu jest jej zdolność do wprowadzenia przeciętnego konsumenta w błąd. Odnosząc powyższe do zarzutu sformułowanego pod adresem Duo w niniejszym postępowaniu podnieść trzeba, że informacja umieszczona na stronie duoline.pl, w zakładce „Wysyłka”, o treści: „W razie nie dotarcia przesyłki w terminie prosimy o kontakt. Klient jest informowany o wszelkich opóźnieniach związanych z realizacją zamówienia np. z powodu braku towaru” ma charakter techniczny, związany z terminowością dostarczenia zakupionego towaru przez Przedsiębiorcę, korzystającego w tym względzie z usług podmiotów trzecich (np. firm kurierskich). Taka informacja nie ma ani charakteru informacji wprowadzającej w błąd, ani nie wpływa też na ewentualną decyzję konsumenta co do zawartej umowy. Służy ona jedynie usprawnieniu dostarczenia (transportu), zakupionego przez konsumenta towaru. Nie dotarcie przesyłki do konsumenta w uzgodnionym czasie, jak wskazuje doświadczenie życiowe i logika nie jest równoznaczne z brakiem dostępności danego towaru. Prezes UOKiK uznał, że przedmiotowa informacja, zawarta na stronie internetowej Duo, nie przerzuca na konsumenta obowiązków informacyjnych, do których zobowiązany jest Przedsiębiorca. Do tych obowiązków odnosi się druga część przytoczonej wyżej informacji, w postaci zobowiązania się Duo do informowanie klienta o powstałych opóźnieniach. W tym miejscu należy zauważyć, że zgodnie z art. 12 ust. 2 powołanej ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek zawiadomienia konsumenta o niemożności spełnienia świadczenia, z powodu braku dostępności towaru i zwrócenia otrzymanej należności, najpóźniej w terminie 30 dni od zawarcia umowy. Jednak naruszenie tej powinności kontrahenta konsumentów w niniejszej sprawie nie zostało stwierdzone.

Zgodnie z przepisem art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 uopnpr nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzenie konsumenta w błąd co do obowiązków przedsiębiorcy związanych

z dostawą oraz co do praw konsumenta. Z ustalonego stanu faktycznego i dokonanej analizy taki przypadek nie wynika.

Wobec braku zaistnienia przesłanek, skutkujących uznaniem ocenianego działania Przedsiębiorcy, określonego w pkt III sentencji decyzji, za nieuczciwą praktykę rynkową, a co za tym idzie za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes UOKiK umorzył w tym zakresie postępowanie administracyjne.

Ad pkt IV. sentencji decyzji

Prezes UOKiK nałożył na Duo, na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 w ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obowiązek publikacji decyzji w całości na stronie internetowej Przedsiębiorcy www.duoline.pl, za pomocą której prowadzi on działalność gospodarczą w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony, po jej uprawomocnieniu się, na stronie głównej www.duoline.pl oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 6 miesięcy. Zgodnie z treścią art. 27 ust. 1 i 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji uznającej praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej jej zaniechanie, Prezes UOKiK może jednocześnie, stosując odpowiednio przepis art. 26 ust. 2 powołanej ustawy nakazać dodatkowe działania Przedsiębiorcy zmierzające do usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Takim nakazem jest zobowiązanie Przedsiębiorcy do publikacji decyzji w całości, na stronie internetowej służącej mu do prowadzenia działalności gospodarczej, na jego koszt. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może zatem zawierać elementy dodatkowe, mające służyć usunięciu skutków naruszenia, a jednocześnie ze względu na „odpowiednie” zastosowanie przepisu art. 26 ust. 2 może mieć także charakter względnie represyjny. W niniejszej sprawie konsumenci niewątpliwie podlegali dezinformacji ze strony Przedsiębiorcy i publikacja decyzji Prezesa UOKiK ma dwojaki cel. Po pierwsze edukacyjny w stosunku do konsumentów odwiedzających stronę internetową Przedsiębiorcy, a po drugie ma obciążyć Przedsiębiorcę obowiązkiem publikacji niniejszej decyzji i podać tym samym do wiadomości szerszego kręgu konsumentów informacje o praktykach Przedsiębiorcy, uznanych za naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej w stosunku do Przedsiębiorcy

Pomimo, iż w pkt I i II sentencji niniejszej decyzji Prezes UOKiK stwierdził stosowanie (a następnie zaniechane) przez Duo praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, to jednak w tym przypadku postanowiono odstąpić od nałożenia kary pieniężnej. Powodem odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej jest przede wszystkim niewielki przychód Przedsiębiorcy, jaki osiągnął on w 2009 r. Ustalenie wysokości kary jaka mogłaby być nałożona na tego przedsiębiorcę skutkowałoby tym, iż kara pieniężna byłaby określona w symbolicznej, niewielkiej wysokości i nie spełniłaby celu represyjnego za naruszenie przepisów ustawy.

Zdaniem Prezesa UOKiK w rozpatrywanym przypadku taki cel oraz funkcję prewencyjną kary spełni nałożony na Przedsiębiorcę obowiązek długotrwałej publikacji niniejszej decyzji na stronie internetowej, za pomocą której Duo prowadzi działalność gospodarczą.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie I, II, III i IV sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Lublinie.

Otrzymuje:

Pan

Z.M.

„DUO” Przedsiębiorstwo Produkcyjno-

Handlowo-Usługowe

ul. [REDACTED]

[REDACTED] Zgierz

Decyzja podpisana przez Dyrektora Delegatury UOKiK w Lublinie w dn. 2.11.2010r.