



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
TOMASZ CHRÓSTNY

Poznań, dnia 1 września 2023 r.

RPZ.610.4.2023.PG

DECYZJA Nr RPZ 4/2023

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r. (Dz. U. z 2021 r., poz. 275, ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu polegające na:**
1. zaniechaniu informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży, co wprowadza konsumentów w błąd i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845), a tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów
i nakazuje zaniechanie jej stosowania,
 2. informowaniu konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 7 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845), a tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów
i nakazuje zaniechanie jej stosowania,
- II. Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275, ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nadaje decyzji w zakresie pkt I sentencji rygor natychmiastowej wykonalności,**

- III. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275, ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu środek usunięcia trwających skutków praktyki stwierdzonej w pkt I niniejszej decyzji, w postaci obowiązku opublikowania na oficjalnej stronie internetowej BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa znajdująca się pod adresem www.arkadie.pl), w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, oświadczenia o treści:

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 4/2023 z dnia 1 września 2023 r., uznał za praktyki naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu polegające na:

- 1. zaniechaniu informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży, co wprowadza konsumentów w błąd i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845),*
- 2. informowaniu konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 7 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845).*

Treść decyzji nr RPZ 4/2023 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl;

w ten sposób, że ww. oświadczenie powinno zostać umieszczone na stronie głównej i być utrzymywane przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej oraz powinno być:

- a) napisane z zastosowaniem czarnej czcionki (kod szesnastkowy RGB -#000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),
- b) zamieszczone w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 1150 px x 350 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z zachowaniem marginesu co najmniej 10 px pomiędzy tekstem a ramką,
- c) zamieszczone w górnej części strony głównej domeny www.arkadie.pl z możliwością zamknięcia informacji przez użytkownika,
- d) widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (także w przypadku przewijania strony),

- e) zamieszczone na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres www.arkadie.pl, w przypadku zmiany adresu strony internetowej BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu,
- f) opublikowane przez lub za pośrednictwem BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej, w przypadku zmiany nazwy BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem.

IV. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu środek usunięcia trwających skutków praktyki stwierdzonej w pkt I niniejszej decyzji, w postaci obowiązku zamieszczenia na publicznie dostępnych profilach Spółki prowadzonych w serwisie Facebook oraz Instagram, w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, komunikatu o treści (dalej: „komunikat”):

Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 1 września 2023 r., nr RPZ 4/2023 #BakDrop informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK

#BakDrop otrzymała karę pieniężną za stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych polegających na 1) zaniechaniu informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży, 2) informowaniu konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach.

Szczegółowe informacje na temat praktyki #BakDrop dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr RPZ 4/2023 z dnia 1 września 2023 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hiperłącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl];

w ten sposób, że ww. komunikat BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu opublikuje na swój koszt, na swoich publicznie dostępnych profilach w serwisach Facebook (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem www.facebook.com) oraz Instagram (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem www.instagram.com) w ten sposób, że:

- a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany na publicznie dostępnych profilach Spółki prowadzonych w języku polskim przez okres 3 (trzech) miesięcy od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilach; na dzień wydania decyzji profile te są dostępne pod adresami:
 - <https://www.facebook.com/ArkadieSklep/>
 - <https://www.facebook.com/arkadiepl/>

- <https://www.instagram.com/arkadie.pl/>,

- b) komunikat zostanie zamieszczony na ww. profilach w serwisach Facebook i Instagram w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony na tablicy (osi czasu) tego profilu jako najbardziej aktualna informacja (post) wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty),
 - c) komunikat (post) nie może mieć zablokowanej opcji dodawania komentarzy i udostępniania,
 - d) komunikat zostanie zamieszczony tak by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisów Facebook i Instagram, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,
 - e) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisach Facebook i Instagram,
 - f) w przypadku zmiany profili Spółki do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innych polskojęzycznych profilach w serwisach Facebook i Instagram prowadzonych przez Spółkę,
 - g) w przypadku zmiany nazwy działalności BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.
- V. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275, ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu:**
- 1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 50.355,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy trzysta pięćdziesiąt pięć złotych), płatną do budżetu państwa,
 - 2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 50.355,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy trzysta pięćdziesiąt pięć złotych), płatną do budżetu państwa,
- VI. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275, ze zm.) w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2022r. poz. 2000 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 18,40 zł (słownie: osiemnaście złotych 40/100) oraz zobowiązuje tego Przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

Na skutek licznych skarg konsumentów, postanowieniem z dnia 4 sierpnia 2022 r., w sprawie RPZ.403.3.2022.PG, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania BIGOTKA sp. z o.o. z siedzibą w Pacholewie (aktualnie BAK DROP sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu - dalej: Spółka) oraz podmiotów z nią powiązanych, dotyczące sprzedaży towarów i świadczenia usług konsumentom, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275, ze zm. - dalej: u.o.k.k.).

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 24 kwietnia 2023 r., postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. zaniechaniu informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd i stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.- dalej: u.p.n.p.r.), a tym samym mogło naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.k.,
2. informowaniu konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 7 u.p.n.p.r., a tym samym mogło naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.k.

Spółka została zawiadomiona o wszczęciu postępowania pismem z dnia 24 kwietnia 2023 r. i ustosunkowała się do stawianych zarzutów pismem z dnia 12 maja 2023 r. Zdecydowanie zaprzeczyła stosowaniu zarzuconych jej praktyk.

Na wstępie pisma z dnia 12 maja 2023 r. Spółka przyznała, że jest właścicielem sklepów internetowych www.bigotka.pl oraz www.arkadie.pl. Sklep bigotka miał zostać przy tym „wygaszony” -na chwilę udzielenia odpowiedzi miał nie być prowadzony przez Spółkę. Spółka podniosła, że sprzedaż w ramach serwisu www.arkadie.pl prowadzona jest w formie pośrednictwa pomiędzy klientami Spółki a sprzedawcami zagranicznymi.

Odnosząc się do pierwszego z zarzutów Spółka zaprzeczyła jakoby miała zaniechać informowania konsumentów o pośrednictwie przy sprzedaży. Zwróciła uwagę, że informacje w tym zakresie, w jej ocenie, można było odnaleźć na stronach poszczególnych sklepów w kilku miejscach i właściwie na każdym etapie składania zamówienia. Okoliczność tę mają przy tym potwierdzać treści cytowane w uzasadnieniu postanowienia z dnia 12 maja 2023 r.

Spółka podniosła także, że na obu portalach, oprócz informacji o pośrednictwie w ramach szaty graficznej strony, u dołu strony znajdują się kompleksowe i jasne w odbiorze regulaminy, które w jej ocenie pozwalają klientowi na dokładne zapoznanie się z warunkami panującymi w ramach poszczególnych portali. Klienci dokonując zakupu mieli przy tym

potwierdzać zapoznanie się z regulaminem oraz akceptować jego treść. Spółka zwróciła jednocześnie uwagę, że informacja o pośrednictwie ma znajdować się w ramach każdej strony produktowej, w zakładkach „dostawa” oraz „zwroty”.

Niezależnie od powyższego, w piśmie z dnia 24 kwietnia 2023 r. Spółka omówiła proces odstąpienia od umowy, który ma znajdować odzwierciedlenie w treściach zamieszczonych na portalu. Spółka podkreśliła w tym zakresie, że nie przyjmuje zwrotu towarów ani nie pośredniczy w tym zakresie, w czynnościach wykraczających poza wsparcie w złożeniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy, przekazanie odpowiedzi o uwzględnieniu bądź nieuwzględnieniu odstąpienia, przekazanie kodu zwrotu towaru oraz zwrot środków do konsumenta.

W zakresie rękojmi i reklamacji Spółka wskazała, że klient może zgłaszać Spółce reklamacje w związku z funkcjonowaniem sklepu i korzystaniem z usług, a także z wykonaniem usługi pośrednictwa. W zakresie reklamacji dot. ewentualnych wad towarów odpowiedzialnym ma być ich sprzedawca. Pośrednik ma jedynie realizować w jego imieniu zgłoszenia reklamacyjne klientów.

Spółka podniosła jednocześnie, że jest w trakcie dokonywania dalszych zmian celem zapobieżenia ewentualnym pomyłkom. Mają one dotyczyć doprecyzowania treści rozwijanych zakładek w poszczególnych ofertach zamieszczanych na stronie arkadie.pl. Dodatkowo miały zostać dodane bloki informacyjne o fakcie pośrednictwa na stronie głównej oraz w ramach każdej z ofert. Nadto, zmieniona miała zostać treść przycisku końcowego w ścieżce zamówienia (ze zwrotu „Kupuję i płacę” na zwrot „Zlecam zakup i płacę”) oraz treść oświadczenia o akceptacji regulaminu serwisu (z „Akceptuję regulamin serwisu...” na „Akceptuję Regulamin pośrednictwa przez Arkadie.pl...”).

Odnosząc się do drugiego z postawionych zarzutów, Spółka podniosła, że dopracowuje mechanizm promocji. Przyznała, że na stronie mogły występować błędy powodujące odnawianie się promocji po ich wygaśnięciu oraz dołączenie informacji o promocji do produktów tą promocją nieobjętych.

Pismem z dnia 11 sierpnia 2023 r. Spółka została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego o numerze 849931. Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców, Spółka została zarejestrowana 14 lipca 2020 r. Zgodnie z wpisem Spółki do KRS, przeważającym przedmiotem jej działalności jest sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet.

(Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców, k. 638-639 akt adm.)

Z poczynionych ustaleń wynika, że do marca 2023 r. Spółka prowadziła sprzedaż towarów i usług za pośrednictwem strony internetowej bigotka.pl. Serwisowi bigotka.pl Spółka nadała formę sklepu internetowego.

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej bigotka.pl., k. 16-36, 73, 76, 79, 82-83, 86, 89, 92, 95, 98, 101, 105, 108, 111, 115, 119, 122, 125, 128, 132, 323-324, 327-328, 331-332,

335-336, 339-340, 343-344, 347-348, 351-352, 355-356, 359-360, 363-364, 367-368, 373, 375-376, 379-380, 383-384, 387-388, 391-392, 395-396, 399-400 akt adm.; pismo Spółki z dnia 30 sierpnia 2022 r., k. 40-49 akt adm.; regulamin sklepu, k. 56-62 akt adm.; regulamin pośrednictwa, k. 63-69 akt adm.; pismo Spółki z dnia 14 października 2022 r., k. 319-320 akt adm.)

Na profilu spółki w serwisie Facebook można przeczytać następującą informację:

„Bigotka.pl | To nie tylko ubrania dla kobiet ale również biżuteria: naszyjniki, bransoletki oraz akcesoria tj. szaliki, zegarki, torebki, paski. Wszystkie rzeczy jakie znajdziecie u nas w sklepie pochodzą od Polskich oraz Europejskich producentów. Wybieramy biżuterię oraz ubrania wykonane z najlepszej jakości materiałów. Sprzedajemy tylko to co same chciałybyśmy kupić a klientka jest dla nas najważniejsza. Ideą naszego sklepu bigotka.pl jest postawienie klientki na pierwszym miejscu i przeprowadzenie jej przez proces zakupowy tak aby czuła się jak najbardziej doceniona. Dbamy również o środowisko i staramy się wykonywać wszystko z ekologicznych materiałów! Jeżeli jesteś zainteresowany zapraszamy do nas na zakupy bigotka.pl.”

(Dowód: zrzut i wydruk profilu Facebook Spółki, k. 35 i 36 akt adm.)

Z kolei, na stronie głównej serwisu bigotka.pl, Spółka zamieszczała m.in. następujące treści:

„Bigotka - sklep odzieżowy online

(...) W naszym asortymencie znajduje się szeroki wybór odzieży dla przedstawicielek płci pięknej. (...) Bigotka to sklep z odzieżą damską, która wpasowuje się w gusta większości kobiet. Nasza oferta dotyczy ubrań zarówno na co dzień, jak i od święta. Posiadamy w sprzedaży koszulki, spodnie czy bluzy damskie, kombinezony oraz komplety, jak również sukienki na specjalne okazje, takie jak: wesela, uroczyste kolacje, ważne rocznice lub urodziny. Bogaty asortyment odzieży damskiej online pozwala skompletować garderobę na każdą porę roku. Dokładamy wszelkich starań, by nasza oferta spodobała się jak największemu gronu. Wyróżniamy się indywidualnym podejściem, a przy tym sumiennie spełniamy potrzeby wielu klientek.

Sklep internetowy z odzieżą damską

Nasza oferta to doskonała okazja, by uzupełnić swoją szafę w modowe nowości. Prezentujemy tanią oraz stylową odzież damską. Sklep internetowy Bigotka powstał z myślą o osobach, które poszukują nietuzinkowych dodatków. To miejsce, w którym znajdują się fantastyczne ciuchy w bardzo atrakcyjnych cenach. (...) Bigotka to sklep internetowy z ubraniami, które łączą ponadczasową klasykę z elementami nowoczesności. (...)

Modne ubrania damskie dla wyjątkowych kobiet

Nasza kolekcja wyróżnia się ciekawymi fasonami, które mogą służyć przez wiele sezonów. W sklepie z odzieżą damską Bigotka dostępne są eleganckie sukienki w stonowanych kolorach, klasyczne spodnie czy bluzki, dwuczęściowe komplety, body koronkowe i wiele innych produktów. Dla miłośniczek sportowych klimatów prezentujemy bluzy z kapturem, T-shirty oraz topy. W naszym sklepie internetowym z odzieżą damską znajduje się wiele propozycji dla odważnych kobiet z klasą, które stawiają nie tylko na wygodę, ale też wyszukaną elegancję. (...)

Oryginalne dodatki i odzież damska. Sklep internetowy Bigotka zaprasza na zakupy

Oferujemy modne i nowoczesne ubrania z szybką dostawą do domu. W naszym sklepie odzieżowym online znajdują się kolekcje wiosenno-letnie oraz jesienno-zimowe. To idealne miejsce dla kobiet, które kochają wygodne zakupy. Każda z Pań może stworzyć wyjątkową stylizację o każdej porze roku, bez wychodzenia z domu. Wystarczy dodać wybrany ciuch do koszyka, a my zajmiemy się resztą! W sklepie internetowym z ubraniami damskimi Bigotka dostępne są ciekawe propozycje, zgodne z obowiązującymi trendami modowymi. Zachęcamy do regularnego śledzenia strony sklepu Bigotka, na której pojawia się wiele nowości. Przygotowaliśmy też ofertę wyprzedażową na końcówki serii. Klientki mogą kupić super ciuchy nawet o 50% taniej! Mamy odzież damską na wszystkie okazje.

Zapraszamy do zapoznania się z pełnym asortymentem produktów na naszej stronie internetowej i kontaktu. W razie jakichkolwiek pytań, służymy pomocą. Życzymy wszystkim Paniom udanych zakupów!”

(Dowód: zrzut i wydruk strony internetowej bigotka.pl., k. 18 i 36 akt adm.)

W ramach serwisu bigotka.pl Spółka zamieszczała dwojakiego rodzaju oferty - oferty sprzedaży oraz oferty usługi pośrednictwa w sprzedaży. Przedmiotem oferty były odzież i akcesoria odzieżowe.

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej bigotka.pl, k. 16-36, 73, 76, 79, 82-83, 86, 89, 92, 95, 98, 101, 105, 108, 111, 115, 119, 122, 125, 128, 132, 323-324, 327-328, 331-332, 335-336, 339-340, 343-344, 347-348, 351-352, 355-356, 359-360, 363-364, 367-368, 373, 375-376, 379-380, 383-384, 387-388, 391-392, 395-396, 399-400 akt adm.; pismo Spółki z dnia 30 sierpnia 2022 r., k. 40-49 akt adm.; regulamin sklepu, k. 56-62 akt adm.; regulamin pośrednictwa, k. 63-69 akt adm.; pismo Spółki z dnia 14 października 2022 r., k. 319-320 akt adm.)

Oferty sprzedaży zamieszczane na stronie bigotka.pl zawierały m.in. informację o cenie, dostępności, ewentualnej promocji, metodach płatności, opis produktu, tabelę rozmiarów, skład materiału, podstawowe informacje o dostawie towarów oraz krótką informację dotyczącą możliwości zwrotu towaru. Zwrócić przy tym należy uwagę, że dla zapoznania się ze szczegółami oferty konieczne było rozwinięcie jednej z pięciu zakładek zatytułowanych: „opis produktu”, „tabela rozmiarów”, „skład materiału”, „dostawa” oraz „zwroty”.



RÓŻOWA MUŚLINOWA SUKIENKA PRZEKŁADANA MAXI GABRIELLE

129,99 zł ~~299,99 zł~~

Oszczędzasz: 170,00 zł (57% taniej)

DO KOŃCA PROMOCJI ZOSTAŁO

0 **08** **17** **34**
dni godzin minut sekund

OSTATNIE 2 SZTUKI W MAGAZYNIE

ROZMIAR¹

S/M



DODAJ DO KOSZYKA



BEZPIECZNE PŁATNOŚCI

Paynow, Przelew, Twisto, Blik

DARMOWA DOSTAWA

Zamów za min. 299 zł

OPIS PRODUKTU

Długa, muślinowa sukienka przekładana to obowiązkowy element każdej szafy. Elegancki wygląd sukienki sprawia, że będzie ładnie się prezentować na różnych uroczystościach, jak i również na co dzień. Sukienka posiada dekolt V-Neck. Dekolt wyeksponuje biust oraz ramiona. Sukienka idealnie współgrać będzie ze szpilkami klasycznymi czarnymi lub sandałkami na słupku, albo espadrylami na koturnie. Aby dopełnić stylizację można założyć długie naszyjnik np. kaskadowy, który przyciągnie uwagę na naszą szyję i dekolt, świetnie będą tu również pasować bransoletki lub duże kolczyki. Ten model jest połączeniem kilku klasycznych fasonów sukienek: sukienki hiszpanki, sukienki maxi, sukienki kopertowej, sukienki bardotki, sukienki tulipan, sukienki bodycon, sukienki rozkloszowanej oraz sukienki wieczornej. To zdecydowanie ciekawa propozycja na studniówkę, osiemnastkę, weselę, bal, imprezę oraz na co dzień. Pamiętaj, że sukienki maxi dodadzą Ci lekkości. Sukienka stworzona jest nie tylko dla młodych dziewczyn, lecz również dla dojrzałych kobiet. Poczuj się kobieco i wybierz naszą sukienkę maxi. Dostępna jest w rozmiarze S/M.

TABELA ROZMIARÓW

[Fragment oferty standard ze strony bigotka.pl, zrzut strony wykonany w dniu 4 sierpnia 2022 r.)

W zakładce zatytułowanej „dostawa” przy każdej z ofert sprzedaży Spółka zamieszczała m.in. następującą informację:

„Dostawa zamówionych Towarów następuje za pośrednictwem firmy kurierskiej.

Czas dostawy dla produktów z kategorii „OVERSEAS” wynosi do 60 dni roboczych. Może się on jednak wydłużyć maksymalnie do 90 dni roboczych. Należy również doliczyć czas przygotowania przez producenta ubrania, który wynosi do 10 dni roboczych.

Przy produktach wysyłanych z Polski czas dostawy wynosi około 2 dni roboczych.”

Natomiast w zakładce „Zwroty” można było przeczytać, że:

„Sprzedawcą jest bigotka sp z o o. Jeżeli dane adresowe do zwrotu będą niejasne prosimy o kontakt z naszym działem obsługi, który rozwieje Państwa wątpliwości i pomoże w bezproblemowym dokonaniu zwrotu.

Napisz do nas kontakt@bigotka.pl

W terminie do 14 dni od odebrania paczki możesz ją bezproblemowo zwrócić!

Więcej informacji dotyczących zwrotu i reklamacji towaru znajdziesz tutaj.”

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej bigotka.pl, k. 16-36, 73, 76, 79, 82-83, 86, 89, 92, 95, 98, 101, 105, 108, 111, 115, 119, 122, 125, 128, 132, 323-324, 327-328, 331-332, 335-336, 339-340, 343-344, 347-348, 351-352, 355-356, 359-360, 363-364, 367-368, 373, 375-376, 379-380, 383-384, 387-388, 391-392, 395-396, 399-400 akt adm.)

W ramach sklepu bigotka.pl Spółka, oprócz sprzedaży, oferowała usługi pośrednictwa w sprzedaży. Zaznaczyć należy, że oferty pośrednictwa w minimalnym stopniu różniły się od ofert sprzedaży. Konstrukcja tego rodzaju ofert *prima facie* była w zasadzie tożsama z konstrukcją ofert sprzedaży. Różniły się jedynie mało widocznym oznaczeniem o treści „OVERSEAS [zagranica - przypis własny] Wysyłka z magazynu producenta”.

LETNIA SUKIENKA WE WZORKI ZEBRA

159,99 zł ~~249,99 zł~~
Oszczędzasz: 90,00 zł (36% taniej)

DO KOŃCA PROMOCJI ZOSTAŁO
0 dni **08** godzin **18** minut **15** sekund

OSTATNIE 2 SZTUKI W MAGAZYNIE

ROZMIAR:
S

DODAJ DO KOSZYKA

BEZPIECZNE PŁATNOŚCI
Paynow, Przelew, Twisto, Blik

DARMOWA DOSTAWA
Zamów za min. 299 zł

OVERSEAS
Wysyłka z magazynu producenta

OPIS PRODUKTU

- Idealna na Letnie wyjścia
- Pasuje na każdą okazję
- Wyjątkowy hit tego sezonu
- W modnych letnich kolorach
- Wykonana z wysokiej jakości materiału
- Dostępna w różowym wariantcie kolorystycznym

TABELA ROZMIARÓW

[Fragment oferty OVERSEAS ze strony bigotka.pl, zrzut strony wykonany w dniu 4 sierpnia 2022 r.]

W zakładce zatytułowanej „dostawa” przy każdej z ofert pośrednictwa w sprzedaży Spółka zamieszczała m.in. następującą informację:

„Dostawa zamówionych Towarów następuje za pośrednictwem firmy kurierskiej.

Czas dostawy dla produktów z kategorii „OVERSEAS” wynosi do 60 dni roboczych. Może się on jednak wydłużyć maksymalnie do 90 dni roboczych. Należy również doliczyć czas przygotowania przez producenta ubrania, który wynosi do 10 dni roboczych.

Przy produktach wysyłanych z Polski czas dostawy wynosi około 2 dni roboczych.”

Natomiast w zakładce „Zwroty” można było przeczytać, że:

„Sprzedawcy z którymi współpracujemy przy produktach z kategorii "Overseas" - [usunięto]. Jeżeli dane adresowe do zwrotu będą niejasne prosimy o kontakt z naszym działem obsługi, który rozwieje Państwa wątpliwości i pomoże w bezproblemowym dokonaniu zwrotu.

Napisz do nas kontakt@bigotka.pl

W terminie do 14 dni od odebrania paczki możesz ją bezproblemowo zwrócić!

Więcej informacji dotyczących zwrotu i reklamacji towaru znajdziesz tutaj.”

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej bigotka.pl, k. 16-36, 73, 76, 79, 82-83, 86, 89, 92, 95, 98, 101, 105, 108, 111, 115, 119, 122, 125, 128, 132, 323-324, 327-328, 331-332, 335-336, 339-340, 343-344, 347-348, 351-352, 355-356, 359-360, 363-364, 367-368, 373, 375-376, 379-380, 383-384, 387-388, 391-392, 395-396, 399-400 akt adm.)

W tym miejscu wyjaśnienia wymaga, że podmioty wskazywane w ofertach, z którymi Spółka rzekomo współpracuje, to administratorzy znanych azjatyckich platform sprzedażowych [usunięto].

(Dowód: pismo Spółki z dnia 30 sierpnia 2022 r., k. 40-49 akt adm.; wydruk ze strony [usunięto], k. 487-494 akt adm.; informacja odpowiadająca odpisowi KRS spółki [usunięto], k. 233-238 akt adm.; wydruki informacji o spółkach [usunięto], k. 233-241 akt adm.)

Dla każdego z typów ofert na stronie bigotka.pl można było odnaleźć odrębny regulamin. Dla sprzedaży standardowej był to „Regulamin sklepu internetowego - www.bigotka.pl” (dalej: Regulamin sklepu), natomiast dla umów pośrednictwa „Regulamin - overseas - pośrednictwa” (dalej: Regulamin pośrednictwa). Linki do poszczególnych regulaminów były zamieszczone w dolnej części strony.

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej bigotka.pl., k. 23-32 i 36; regulamin sklepu, k. 56-62 akt adm.; regulamin pośrednictwa, k. 63-69 akt adm.)

Wśród postanowień ogólnych Regulaminu sklepu można przeczytać, m.in. że:

„Niniejszy Regulamin określa ogólne warunki, sposób świadczenia Usług drogą elektroniczną i sprzedaży prowadzonej za pośrednictwem Sklepu Internetowego www.bigotka.pl.”

Regulamin sklepu nie zawierał przy tym żadnych informacji na temat oferty „OVERSEAS”. Regulamin pośrednictwa stanowił natomiast w postanowieniach ogólnych, że:

„Niniejszy Regulamin określa ogólne warunki, sposób świadczenia usług drogą elektroniczną i sprzedaży dla produktów z kategorii „OVERSEAS” prowadzonej za pośrednictwem Sklepu Internetowego www.bigotka.pl. Sklep w roli pośrednika Sprzedawcy prowadzi BIGOTKA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ (...)”.

Podkreślić zatem należy, że dopiero lektura Regulaminu pośrednictwa pozwalała konsumentowi zorientować się, że oferty oznaczone jako „OVERSEAS” nie stanowią w praktyce ofert sprzedaży towarów, a jedynie oferty świadczenia usług pośrednictwa w sprzedaży. Okoliczność ta znajduje potwierdzenie w licznych skargach konsumentów wpływających do Urzędu oraz publikowanych na portalu [usunięto]. Ze skarg tych wynika, że konsumenci zawierali transakcje ze Spółką w przekonaniu, że zawierają z nią umowę sprzedaży, a o zawarciu umowy pośrednictwa w sprzedaży dowiadawali się dopiero w momencie składania oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Wówczas bowiem orientowali się, że nabyty towar zobligowani są zwrócić na własny koszt bezpośrednio do jego producenta, mającego najczęściej siedzibę na terenie Chin. Ze skarg konsumentów wynika również, że towary „OVERSEAS” były również oznaczane jako „PRESALE [przedsprzedaż - przypis własny]”, przy czym Spółka potwierdziła, że używała tych oznaczeń zamiennie.

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej bigotka.pl., k. 23-32 i 36; regulamin sklepu, k. 56-62 akt adm.; regulamin pośrednictwa, k. 63-69 akt adm., zrzuty serwisu [usunięto], k. 36 akt adm.; skargi konsumentów, k. 508-619 oraz 673-680 akt adm.; pismo Spółki z dnia 30 sierpnia 2022 r., k. 40-49 akt adm.)

Z informacji uzyskanych od Spółki wynika, że w 2021 r. zawarła [usunięto] umowy z konsumentami, natomiast w okresie od dnia 1 stycznia 2022 r., do dnia 21 lipca 2022 r. [usunięto] umów. Wszystkie umowy zawarte zostały za pośrednictwem sklepu bigotka.pl. Z wyjaśnień Spółki wynika, że oferta „PRESALE” nazwana później „OVERSEAS” pojawiła się na stronie sklepu dopiero w marcu 2022 r., przy czym w okresie od 12 marca 2022 r., do 21 lipca 2022 r. Spółka zawarła w ramach tej oferty [usunięto] umów.

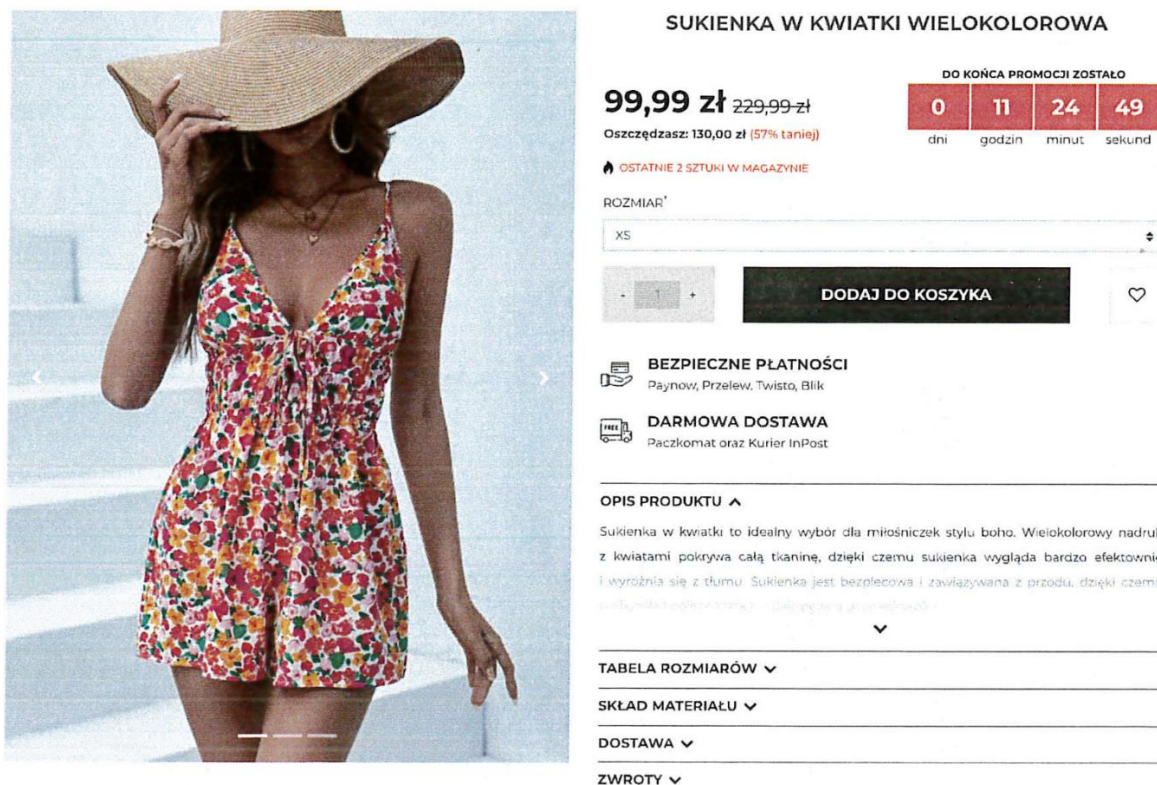
W okresie od 1 stycznia 2022 r. do 31 lipca 2022 r. Spółka osiągnęła przychód netto z działalności operacyjnej w kwocie [usunięto] zł, z czego na sprzedaż standardową przypada [usunięto] zł, a na sprzedaż w ramach oferty „OVERSEAS” [usunięto]zł.

(Dowód: pismo Spółki z dnia 30 sierpnia 2022 r., k. 40-49 akt adm.; oświadczenie Spółki, k. 410 akt adm.)

Na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę w piśmie z dnia 14 marca 2023 ustalono, że Spółka prowadziła sklep internetowy pod adresem bigotka.pl do lutego 2023 r., kiedy to serwis ten przestał działać. Jednocześnie w marcu 2023 r. Spółka rozpoczęła prowadzenie działalności w ramach nowego serwisu internetowego arkadie.pl. Spółka jednocześnie zmieniła model biznesowy i zaniechała sprzedaży towarów, pozostawiając jedynie w swojej ofercie usługę pośrednictwa w sprzedaży.

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej arkadie.pl, k. 415-442, 496-502, 504, 506 akt adm.; pismo Spółki z dnia 14 marca 2023 r., k. 445-449 akt adm.; regulamin Arkadie.pl, k. 452-461 akt adm.)

Spółka zmieniła również treść ofert „OVERSEAS”, które na dzień wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów miały następujący kształt:



SUKIENKA W KWIATKI WIELOKOLOROWA

99,99 zł ~~229,99 zł~~
Oszczędzasz: 130,00 zł (57% taniej)

DO KOŃCA PROMOCJI ZOSTAŁO
0 dni 11 godzin 24 minut 49 sekund

OSTATNIE 2 SZTUKI W MAGAZYNIE

ROZMIAR*
XS

DODAJ DO KOSZYKA

BEZPIECZNE PŁATNOŚCI
Paynow, Przelew, Twisto, Blik

DARMOWA DOSTAWA
Paczkomat oraz Kurier InPost

OPIS PRODUKTU
Sukienka w kwiatki to idealny wybór dla miłośniczek stylu boho. Wielokolorowy nadruk z kwiatami pokrywa całą tkaninę, dzięki czemu sukienka wygląda bardzo efektownie i wyróżnia się z tłumu. Sukienka jest bezplecowa i zawiązana z przodu, dzięki czemu...

TABELA ROZMIARÓW

SKŁAD MATERIAŁU

DOSTAWA

ZWROTY

[Oferta zamieszczona na stronie arkadie.pl, zrzut strony wykonany w dniu 21.03.2023 r.]

Zauważyć należy, że oferty publikowane na portalu arkadie.pl na pierwszy rzut oka nie posiadają żadnego oznaczenia, które odróżniałoby je od standardowych ofert sprzedaży towarów. Spółka zrezygnowała przy tym całkowicie z oznaczeń „OVERSEAS” oraz „PRESALE”.

W zakładce „Dostawa”, Spółka przy poszczególnych produktach zamieszczała na dzień wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów informację o następującej treści:

„DOSTAWA

Czas wysyłki:

Zamówienie są realizowane i wysyłane w przeciągu 24-48h od złożenia zamówienia na stronie Arkadie.pl

Darmowa dostawa obowiązuje przy zamówieniach powyżej 299 zł.

Koszty dostawy:

[usunięto]

Masz pytanie dotyczące dostawy?

Napisz do nas kontakt@arkadie.pl „

Natomiast w zakładce „Zwroty” przy każdym z produktów przeczytać można było, co następuje:

„ZWROTY

Napisz do nas kontakt@arkadie.pl

W terminie do 14 dni od odebrania paczki możesz ją bezproblemowo zwrócić!

Sprzedawcy z którymi współpracujemy - [usunięto]. Prosimy nie zwracać produktu na adres sprzedawcy, ponieważ paczki nie będą odbierane.

Więcej informacji dotyczących zwrotu i reklamacji towaru znajdziesz tutaj.”

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej arkadie.pl, k. 415-442, 496-502, 504, 506 akt adm.)

W dolnej części strony Spółka zamieszcza link do regulaminu o nazwie: „Regulamin pośrednictwa sklepu internetowego Arkadie.pl” (dalej: „Regulamin Arkadie.pl” W ramach postanowień ogólnych tego Regulaminu można przeczytać, że:

„Niniejszy Regulamin określa ogólne warunki, sposób świadczenia usług drogą elektroniczną i sprzedaży dla produktów z kategorii „OVERSEAS” prowadzonej za pośrednictwem Sklepu Internetowego www.arkadie.pl.”

Podobnie jak na stronie bigotka.pl, w ramach strony głównej serwisu arkadie.pl Spółka zamieszcza m.in. następujące treści:

„Arkadie.pl - sklep odzieżowy online

(...) W naszym asortymencie znajduje się szeroki wybór odzieży dla przedstawicielek płci pięknej. (...) [Arkadie](http://Arkadie.pl) to sklep z odzieżą damską, która wpasowuje się w gusta większości kobiet. Nasza oferta dotyczy ubrań zarówno na co dzień, jak i od święta. Posiadamy w sprzedaży koszulki, spodnie czy bluzy damskie, kombinezony oraz komplety, jak również sukienki na specjalne okazje, takie jak: wesela, uroczyste kolacje, ważne rocznice

lub urodziny. Bogaty asortyment odzieży damskiej online pozwala skompletować garderobę na każdą porę roku. Dokładamy wszelkich starań, by nasza oferta spodobała się jak największemu gronu. Wyróżniamy się indywidualnym podejściem, a przy tym sumiennie spełniamy potrzeby wielu klientek.

Sklep internetowy z odzieżą damską

Nasza oferta to doskonała okazja, by uzupełnić swoją szafę w modowe nowości. Prezentujemy tanią oraz stylową odzież damską. Sklep internetowy Arkadie powstał z myślą o osobach, które poszukują nietuzinkowych dodatków. To miejsce, w którym znajdują się fantastyczne ciuchy w bardzo atrakcyjnych cenach. Oferowana odzież damska online jest dostępna w wielu fasonach, rozmiarach czy kolorach. (...) Arkadie to sklep internetowy z ubraniami, które łączą ponadczasową klasykę z elementami nowoczesności. (...)

Modne ubrania damskie dla wyjątkowych kobiet

Nasza kolekcja wyróżnia się ciekawymi fasonami, które mogą służyć przez wiele sezonów. W sklepie z odzieżą damską Arkadie dostępne są eleganckie sukienki w stonowanych kolorach, klasyczne spodnie czy bluzki, dwuczęściowe komplety, body koronkowe i wiele innych produktów. Dla miłośniczek sportowych klimatów prezentujemy bluzy z kapturem, T-shirty oraz topy. W naszym sklepie internetowym z odzieżą damską znajduje się wiele propozycji dla odważnych kobiet z klasą, które stawiają nie tylko na wygodę, ale też wyszukaną elegancję. (...)

Oryginalne dodatki i odzież damska. Sklep internetowy Arkadie zaprasza na zakupy

Oferujemy modne i nowoczesne ubrania z szybką dostawą do domu. W naszym sklepie odzieżowym online znajdują się kolekcje wiosenno-letnie oraz jesienno-zimowe. To idealne miejsce dla kobiet, które kochają wygodne zakupy. Każda z Pań może stworzyć wyjątkową stylizację o każdej porze roku, bez wychodzenia z domu. Wystarczy dodać wybrany ciuch do koszyka, a my zajmiemy się resztą! W sklepie internetowym z ubraniami damskimi Arkadie dostępne są ciekawe propozycje, zgodne z obowiązującymi trendami modowymi. Zachęcamy do regularnego śledzenia strony sklepu Arkadie, na której pojawia się wiele nowości. Przygotowaliśmy też ofertę wyprzedażową na końcówki serii. Klientki mogą kupić super ciuchy nawet o 50% taniej! Mamy odzież damską na wszystkie okazje.

Zapraszamy do zapoznania się z pełnym asortymentem produktów na naszej stronie internetowej i kontaktu. W razie jakichkolwiek pytań, służymy pomocą. Życzymy wszystkim Paniom udanych zakupów!”

Na podstawie powyższego można stwierdzić, że portal arkadie.pl na dzień wszczęcia postępowania w sprawie stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przypominał w swej konstrukcji standardowy sklep internetowy, a jedynie na podstawie lektury Regulaminu Arkadie.pl konsument mógł się zorientować, że w praktyce przedmiotem oferty są usługi pośrednictwa w sprzedaży.

(Dowód: zrzuty i wydruki strony internetowej arkadie.pl, k. 415-442, 496-502, 504, 506 akt adm.; regulamin Arkadie.pl, k. 452-461 akt adm.)

Z poczynionych ustaleń wynika, że treść strony internetowej po wszczęciu wobec Spółki postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uległa nieznaczącej zmianie.

Na dole strony głównej w jednej z ramek pojawił się komunikat o treści:

„KUPUJ U SPRZEDAWCY ZA POŚREDNICTWEM NASZEGO SKLEPU - SZYBKO I WYGODNIE”

Zapraszamy do zapoznania się z pełnym asortymentem produktów na naszej stronie internetowej i kontaktu. W razie jakichkolwiek pytań, służymy pomocą. Życzymy wszystkim Paniom udanych zakupów!

DARMOWA DOSTAWA ZAMÓW DO PACZKOMAT LUB KURIEREM INPOST

45 DNI NA DARMOWY ZWROT BEZ PODANIA PRZYCZYNY

KUPUJ U SPRZEDAWCY ZA POŚREDNICTWEM NASZEGO SKLEPU – SZYBKO
I WYGODNIE

NEWSLETTER

[zrzut strony wykonany w dniu 07.07.2023 r.]

Strona nadal przypomina stronę standardowego sklepu internetowego, tym bardziej, że treści zamieszczane na niej wprost wskazują, że serwis arkadie.pl to „sklep odzieżowy online”.

Po wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Spółka wprowadziła również modyfikacje ofert zamieszczanych w ramach serwisu arkadie.pl. Po zmianie oferty te mają następującą treść:

The screenshot shows the product page for a black one-piece swimsuit with ruffles. The page layout includes a search bar, navigation menu, and product details. The product is priced at 119,99 zł, down from 219,99 zł. A countdown timer shows 08:00:18 remaining for the promotion. The page also features payment and shipping options, and a detailed description of the product.

ARKADIE

Strona główna > Produkty > Stroje kąpielowe > Strój kąpielowy jednoczęściowy z marszczeniami

STRÓJ KĄPIELOWY JEDNOCZĘŚCIOWY Z MARSZCZENIAMI

119,99 zł ~~219,99 zł~~
Najniższa cena z 30 dni: 119,99 zł
Oszczędzasz: 100,00 zł (45% taniej)

DO KOŃCA PROMOCJI ZOSTAŁO
08:00:18
dni godzin minut sekund

OSTATNIE 2 SZTUKI W MAGAZYNIE

ROZMIAR*
S

DODAJ DO KOSZYKA

BEZPIECZNE PŁATNOŚCI
Paynow, Przelew, Twisto, Blik

DARMOWA DOSTAWA
Paczkomat oraz Kurier InPost

BEZPIECZNE ZAKUPY
w formie pośrednictwa

OPIS PRODUKTU
Ten strój kąpielowy ma kolor czarny, co nadaje mu elegancki i ponadczasowy wygląd. Jego wzór jest prosty, co oznacza brak jakichkolwiek zdobień czy deseni. Jednak to, co wyróżnia ten strój, to jego pomarszczone wykończenie, które nadaje mu unikalny i interesujący wygląd.

TABELA ROZMIARÓW

SKŁAD MATERIAŁU

DOSTAWA

ZWROTY

OPINIE O PRODUKCIE

[zrzut strony wykonany w dniu 07.07.2023 r.]

Spółka do każdej z ofert dodał blok informacyjny o treści „Bezpieczny zakupu”, pod którym drobnym drukiem znajduje się informacja „w formie pośrednictwa”.

Spółka zmodyfikowała również treści rozwijanych zakładek. Po zmianie mają one następującą treść:

„DOSTAWA

Czas wysyłki:

Zamówienia są pakowane przez sprzedawcę, u którego Sklep zamawia dla klienta towar i wysyłane zwykle w przeciągu **24h** od złożenia zamówienia za pośrednictwem strony Arkadie.pl

DARMOWA DOSTAWA OBOWIĄZUJE NA WSZYSTKIE ZAMÓWIENIA

Koszty dostawy:

[usunięto]

Czas dostawy paczki do Ciebie:

[usunięto]

Jeżeli zamówiłeś/eś więcej niż jedno ubrania jest możliwość, że otrzymasz swoje zamówienie w dwóch paczkach.

Masz pytanie dotyczące dostawy?

Napisz do nas kontakt@arkadie.pl

ZWROTY

W terminie do 45 dni od odebrania paczki możesz ją DARMOWO zwrócić do sprzedawcy za pośrednictwem naszego sklepu. Napisz do nas na kontakt@arkadie.pl Nasz zespół wyśle Tobie kod do darmowego zwrotu paczki przy pomocy paczkomatu, a my zajmiemy się resztą jeśli chodzi o dostarczenie jej do sprzedawcy. Wystarczy, że spakujesz swoje zamówienie i nadasz paczkę do paczkomatu.

Napisz do nas kontakt@arkadie.pl Nasz zespół wyśle Tobie kod do darmowego zwrotu paczki przy pomocy paczkomatu. Wystarczy, że spakujesz swoje zamówienie i wrzucisz paczkę do Paczkomatu.

Sprzedawcy z którymi współpracujemy - [usunięto].

Prosimy nie zwracać produktu bezpośrednio na adres sprzedawcy - my zajmiemy się dostarczeniem paczki w Twoim imieniu.

*Zwrotom ze względów higienicznych nie podlega: bielizna, stroje kąpielowe itd.”

(Dowód: zrzut strony internetowej arkadie.pl, k. 646 akt adm.; pismo Spółki z 23 maja 2023 r., k. 623-632 akt adm.)

Dalsze modyfikacje dotyczą treści zamieszczanych w zakładce koszyk, w której konsument może zapoznać się listą wybranych produktów i sfinalizować transakcję. Spółka

zmodyfikowała zamieszczoną w tej zakładce treść oświadczenia o akceptacji regulaminu oraz nazwę przycisku potwierdzającego złożenie zamówienia.

Akceptuję **regulamin serwisu** i zapoznałem się z informacjami dotyczącymi moich danych osobowych powyżej.

KUPUJĘ I PŁACĘ

[zrzut strony wykonany w dniu 21.03.2023 r.]

Akceptuję **Regulamin** pośrednictwa przez Arkadie.pl i zapoznałem się z informacjami dotyczącymi moich danych osobowych powyżej.

ZLECAM ZAKUP I PŁACĘ

[zrzut strony wykonany w dniu 07.07.2023 r.]

(Dowód: zrzuty strony internetowej arkadie.pl, k. 415-442, 496-502, 504, 506, 646 akt adm.; pismo Spółki z 23 maja 2023 r., k. 623-632 akt adm.)

Na podstawie przeprowadzonej analizy strony arkadie.pl ustalono również, że wszystkie publikowane na niej oferty mają charakter promocyjny. W każdej z ofert zamieszczono przy tym zegar odliczający czas do końca promocji. Z obserwacji strony wynika, że zegar każdego dnia zaczyna odliczanie od nowa i wskazuje, że promocja jest krótkotrwała - ma się kończyć z upływem danego dnia.

(Dowód: zrzuty strony internetowej arkadie.pl, k. 415-442, 496-502, 504, 506, 646, 648 akt adm.)

Z przekazanych przez Spółkę informacji wynika, że w 2022 r. osiągnęła ona łączny przychód w kwocie **[usunięto]** zł.

(Dowód: rachunek zysków i strat Spółki za 2022 r., k. 636 akt adm.)

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do art. 1 ust. 1 u.o.k.k., ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogą stać się klientami Spółki, tj. wszyscy konsumenci odwiedzający serwisy internetowe Spółki i dokonujący za ich pośrednictwem transakcji. Działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Spółki, których sytuacja jest

identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Spółki dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest bowiem spółką prawa handlowego wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą, polegającą m.in. na świadczeniu usług pośrednictwa w sprzedaży. W konsekwencji powyższego, zachowania Spółki podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k., zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3), proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współzycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Spełnienie przesłanki bezprawności wykazane zostanie odrębnie dla każdej z przypisanych Spółce praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostanie natomiast łącznie, z uwagi na zbliżony charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych prowadzonym postępowaniem.

1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego

kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również stricte ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Spółki dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci odwiedzający serwisy internetowe Spółki i dokonujący za ich pośrednictwem transakcji. Stosowane przez Spółkę praktyki nie dotyczą zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie na strony Spółki mógł wejść każdy użytkownik Internetu. Nie mamy tutaj również do czynienia z sytuacją, w której Spółka występuje ze swoją ofertą do poszczególnych, zindywidualizowanych konsumentów z osobna. W konsekwencji, uznać należy, iż w niniejszym przypadku, to potencjalnie nieoznaczona z góry grupa konsumentów może skorzystać z oferty Spółki i tym samym działania Spółki mogą naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Zaznaczyć należy, że zarzucone Spółce praktyki wprowadzające w błąd, naruszają bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Spółkę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

Nie ma zatem wątpliwości, że działania Spółki naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

2. Bezprawność

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK - z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt*

okoliczności konkretnego stanu faktycznego (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001).

2.1. Nieuczciwe praktyki rynkowe

Obie zarzucone Spółce praktyki stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe. Zgodnie z art. 3 u.p.n.p.r., stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera 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.

Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki wprowadzające konsumentów w błąd są związane bezpośrednio z promocją i dystrybucją produktów i usług znajdujących się w ofercie Spółki.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 u.p.n.p.r., wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1. ustawy.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 u.p.n.p.r.) jak i zaniechaniu (art. 6 u.p.n.p.r.). Jednocześnie, nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są praktyki rynkowe wprowadzające w błąd wymienione w art. 7 u.p.n.p.r. (tzw. „czarna lista praktyk”), agresywne praktyki rynkowe wskazane w art. 9 u.p.n.p.r. oraz praktyka rynkowa o której mowa w art. 10 u.p.n.p.r. Praktyki te nie podlegają ocenie i wykładni pod kątem realizacji przesłanek z art. 4 ust. 1 przedmiotowej ustawy. Oznacza to, że takie praktyki zawsze będą sprzeczne z dobrymi obyczajami i będą w istotny sposób zniekształcać lub będą mogły zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta. Zachowanie przedsiębiorcy spełniające przesłanki praktyki wskazanej w art. 7, 9 lub 10 omawianej ustawy zawsze będzie skutkowało uznaniem go za nieuczciwą praktykę rynkową.

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd (z wyłączeniem praktyk wskazanych w art. 7, 9 lub 10 u.p.n.p.r.), wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Należy jednocześnie podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Co istotne, z badań społecznych przeprowadzonych w 2020 r. na zlecenie Prezesa Urzędu wynika, że obecnie aż 93% badanych deklaruje, że kupuje produkty przez Internet¹. Z kolei z badań przeprowadzonych w 2019 r. wynika, że konsumenci często nie mają świadomości istnienia umowy z platformą internetową. Z drugiej strony respondenci pamiętają, że musieli zaakceptować regulamin, jednak nie zawsze są świadomi zawartych tam postanowień. Zapoznanie się z regulaminami platform nie jest bowiem powszechną praktyką. Konsumenci zapoznają się z nimi dość sporadycznie i tylko w przypadku wybranych platform, a także w sposób bardzo wybiórczy, pobieżny (z badań wynika, że zaledwie 14 % respondentów robiąc zakupy w sklepach internetowych deklaruje, że na pewno czyta ich regulaminy). Tylko niewielki odsetek respondentów deklaruje czytanie regulaminów w całości. Najczęściej wracają do regulaminów i czytają je w sytuacjach, kiedy już pojawia się jakiś problem².

Mając powyższe na względzie, za przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie należy uznać osobę, która posiada co najmniej podstawowe umiejętności informatyczne, wystarczające do korzystania z Internetu i pozwalające na wyszukiwanie w nim informacji, a także podstawową, ogólnie dostępną wiedzę o zasadach funkcjonowania portali internetowych. Osoba ta jest świadoma istnienia regulaminów serwisów internetowych, z których korzysta, jednak często nie posiada wiedzy o treści ich postanowień. Zakładać zatem należy, że przeciętny konsument wiedzę o treści oferty przedsiębiorcy i jej warunków będzie przede wszystkim czerpał z informacji podkreślonych i uwidacznionych na głównych interfejsach poszczególnych portali oraz w ramach poszczególnych ofert na nich zamieszczanych.

¹ Falszowanie opinii w Internecie, raport z badania PBS Sp. z o.o. na zlecenie UOKiK, źródło: https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=17411, s. 5.

² Opinie konsumentów na temat platform internetowych i zakupów na platformach handlowych. Kantar. Raport dla UOKiK, źródło: https://uokik.gov.pl/badania_spoeczne.php, s. 6 i 26.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia, można przypisać Spółce stosowanie dwóch nieuczciwych praktyk rynkowych, a mianowicie:

1. zaniechanie informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży,
2. informowanie konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach.

2.1.1. Praktyka opisana w pkt I.1 sentencji decyzji

Zgodnie z art. 6 ust. 1 u.p.n.p.r., praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie 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. Ustawa w art. 6 ust. 3 stanowi przy tym, że wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Przez produkt u.p.n.p.r. każe przy tym rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, usługi cyfrowe, treści cyfrowe, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych (art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r.).

Z okoliczności niniejszej sprawy wynika, że Spółka nie oznacza ofert pośrednictwa w sprzedaży w sposób jednoznacznie wskazujący na ich rzeczywisty charakter. Konsumentom korzystającym z serwisów Spółki zawierając umowy pośrednictwa w sprzedaży w wyniku przyjętej przez Spółkę strategii marketingowej są wprowadzani w błąd co do charakteru zawartej umowy. Wpływ na to ma nie tylko sposób konstruowania ofert Spółki, w których nie sposób odnaleźć jednoznacznej informacji o tym, że konsument w rzeczywistości nabywa usługę, a nie towar, ale również interfejs prowadzonych serwisów internetowych, które w zasadzie nie różnią się od standardowych sklepów internetowych.

W przypadku serwisu bigotka.pl prawdopodobieństwo wprowadzenia konsumenta w błąd potęgował fakt, że Spółka równolegle zamieszczała w ramach tego serwisu zarówno oferty sprzedaży towarów jak i usług pośrednictwa, przy czym oferty sprzedaży usług nie odróżniały się w sposób jednoznaczny od zwykłych ofert sprzedaży.

Choć Spółka zmodyfikowała model biznesowy po uruchomieniu serwisu arkadie.pl, to nie sposób twierdzić, że zaniechała stosowania zarzuconej jej praktyki. Zaznaczyć należy, że konsumentom korzystającym z serwisu arkadie.pl przed dniem wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów mogli zorientować się o rzeczywistym charakterze prezentowanych tam ofert wyłącznie na podstawie treści Regulaminu Arkadie.pl. Oferty zamieszczane w serwisie arkadie.pl w ogóle nie odróżniają się od standardowych ofert sprzedaży. Zwrócić przy tym należy uwagę, że zarówno treść oświadczenia o akceptacji regulaminu, jak i nazwa przycisku potwierdzającego złożenie zamówienia sugerowały, że konsument zawiera ze Spółką umowę sprzedaży, a nie umowę pośrednictwa w sprzedaży.

W ocenie Prezesa Urzędu o zaniechaniu stosowania praktyki nie sposób również mówić w związku z modyfikacjami serwisu arkadie.pl wprowadzonymi przez Spółkę po wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zwrócić przede wszystkim należy uwagę, że na głównej stronie serwisu Spółka publikuje informacje o serwisie wprost sugerujące, że stanowi on „sklep odzieżowy online” i jedynie na samym dole strony dodała stosunkowo niewielką ramkę z treścią „kupuj u sprzedawcy za pośrednictwem naszego sklepu - szybko i wygodnie”, który należy uznać za wieloznaczny i niedający jasnego sygnału konsumentowi o rzeczywistym charakterze zamieszczanych na odwiedzanym portalu ofert.

O zaniechaniu stosowania praktyki nie mogą również przesądzać modyfikacje dokonane przez Spółkę w ramach poszczególnych ofert. Pamiętać należy, że klikając w daną ofertę użytkownik serwisu arkadie.pl uzyskuje dostęp jedynie do ogólnych informacji o ofercie, w tym do zdjęcia towaru, jego nazwy, ceny wraz informacją o upływającej promocji, metodach płatności i transportu. Wśród tych informacji Spółka dodała co prawda blok informacyjny o treści „**BEZPIECZNE ZAKUPY** w formie pośrednictwa”, uczyniła to jednak w sposób, który ma na celu ukrycie przed konsumentem rzeczywistego charakteru oferty. Blok ten bowiem uwydatnia treść „**BEZPIECZNE ZAKUPY**”, marginalizując niejako główny przekaz poprzez dodanie poniżej drobnym drukiem rozwinięcia o treści „w formie pośrednictwa”. Zabieg ten należy uznać za zamierzony, mając na względzie potencjalny cel Spółki, tj. zainteresowanie konsumenta bezpiecznym, szybkim i promocyjnym zakupem.

Mając powyższe na względzie należy stwierdzić, że konstrukcja ofert zamieszczanych na stronie serwisu arkadie.pl nadal może wprowadzać konsumentów w błąd co do ich rzeczywistego charakteru. Nie zmieniają tego modyfikacje wprowadzone przez Spółkę w rozwijanych zakładkach zatytułowanych „Dostawa” i „Zwroty”, zamieszczonych przy poszczególnych ofertach. W tym zakresie należy podkreślić, że z informacjami tam zawartymi konsument może się zapoznać dopiero po rozwinięciu tych zakładek. Spółka w poszczególnych zakładkach podkreśla natomiast treści, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując, że zawiera ze Spółką umowę sprzedaży. W zakładce „Dostawa” wskazuje się bowiem stosunkowo krótkie (kilkudniowe) terminy dostaw wykonywanych przez polską firmę kurierską, przy równoczesnym podkreśleniu 24-godzinnego terminu wysyłki.

Natomiast w zakładce „Zwroty” Spółka podkreśla fakt darmowego zwrotu w terminie 45 dni. Pozostałe informacje, w tym fakt zawierania w praktyce umowy z podmiotami z Azji jest marginalizowany. Spółka informuje bowiem (i to w sposób mało czytelny dla przeciętnego odbiorcy) o „współpracy” z azjatyckimi platformami sprzedażowymi takimi jak **[usunięto]** nie informując wprost, że jedynie pośredniczy w zakupie towarów u podmiotów trzecich zamieszczających swoje oferty na tych portalach (w momencie składania zamówienia u Spółki konsument nie ma wiedzy z kim w praktyce zawarta zostanie umowa sprzedaży).

Nie sposób zgodzić się z twierdzeniami Spółki, że zarzucone jej zaniechanie jest wyłączone poprzez zamieszczanie na poszczególnych portalach kompleksowych i jasnych w odbiorze regulaminów. Jak to zostało wyżej wskazane, w przypadku serwisu bigotka.pl fakt istnienia dwóch regulaminów o różnej treści mógł być dla konsumenta mylący. Pamiętać jednocześnie należy, że konstrukcja ofert uniemożliwiała konsumentowi w praktyce zorientowanie się z jakiego rodzaju ofertą się zapoznaje (oferty sprzedaży i pośrednictwa w sprzedaży trudno było od siebie odróżnić). Okoliczność ta znajduje przy tym potwierdzenie w licznych

skargach konsumentów napływających do Urzędu oraz opiniach zamieszczanych przez konsumentów w portalu [usunięto].

Niezależnie od tego podkreślenia wymaga, że z punktu widzenia niniejszej praktyki kluczowe znaczenia ma kształt i treść ofert sprzedaży, które pomimo zmiany modelu biznesowego przez Spółkę, w związku z rozpoczęciem świadczenia usług za pośrednictwem portalu arkadie.pl, w zasadzie się nie zmienił. Spółka nadal w nich marginalizuje lub ukrywa przed użytkownikami informacje o rzeczywistym charakterze oferty. Trzeba przy tym pamiętać, że przecięty użytkownik sklepów internetowych bardzo rzadko zapoznaje się pełną treścią ich regulaminów.

Zwrócić należy uwagę, że Spółka dopiero po wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wprowadziła modyfikacje, które w założeniu miały przesądzać o zaniechaniu stosowania pierwszej z zarzuconych praktyk. Wówczas, oprócz wyżej opisanych modyfikacji strony głównej oraz nieznaczących korekt poszczególnych ofert, Spółka dokonała również zmian treści oświadczeń i przycisków w zakładce „Koszyk”. W ocenie Spółki zmiany te miały zapobiec ewentualnym pomyłkom. W tym zakresie Spółka skorygowała przycisk końcowy w ścieżce zamówienia (ze zwrotu „Kupuję i płacę” na zwrot „Zlecam zakup i płacę”) oraz treść oświadczenia o akceptacji regulaminu serwisu (z „Akceptuję regulamin serwisu...” na „Akceptuję Regulamin pośrednictwa przez Arkadie.pl...”). Ponownie, wprowadzone zmiany uznać należy za niewystarczające dla stwierdzenia zaniechania zarzuconej Spółce praktyki. Pamiętać bowiem należy, że przeprowadzone na zlecenie Prezesa Urzędu badania wskazują, że akceptacja regulaminów różnych serwisów internetowych dokonywana jest przez konsumentów z reguły w sposób automatyczny. Oświadczenie w tym zakresie traktowane bywa jako niezbędny. Od konsumenta przy tym nie sposób wymagać, aby zakładał, że treść regulaminu może w sposób diametralny odbiegać od treści samej oferty sprzedaży i niejako modyfikować jego przekonanie co do charakteru umowy jaką zawiera.

Podobnie, nie sposób przypisywać istotnego znaczenia zmianie nazwy przycisku końcowego procesu zamówienia. Zwraca w tym zakresie uwagę fakt użycia zwrotu „Zlecam zakup i płacę”, w którym Spółka zdaje się celowo unikać słowa usługa.

Odnosząc się do stanowiska Spółki w zakresie procedury składania reklamacji i dokonywania zwrotów, zaznaczyć należy, że nie mają one istotnego znaczenia dla sprawy. Spółce postawiony został zarzut zaniechania jednoznacznego informowania o faktycznym przedmiocie zamieszczanych na prowadzonych przez nią portalach ofert. Szczegóły dotyczące procesu reklamacji i zwrotów wynikające z regulaminów tych serwisów mają zatem marginalne znaczenie dla sprawy

Z uwagi na powyższe należy stwierdzić, że Spółka nie informowała i nadal nie informuje konsumentów w sposób jednoznaczny w ramach ofert publikowanych na swoich stronach internetowych, że przedmiotem oferty jest usługa pośrednictwa w sprzedaży. W ocenie Prezesa Urzędu opisana praktyka ma wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące umowy. Nie ulega bowiem wątpliwości, że konsument prawidłowo poinformowany o charakterze proponowanej mu oferty, w tym o okoliczności, że w wyniku zawieranej umowy pośrednictwa zostanie w jego imieniu zawarta umowa sprzedaży z bliżej nieokreśloną firmą z Dalekiego Wschodu, mógłby nie skorzystać z usług Spółki i nie zawrzeć z nią umowy. Podkreślić należy, że zawarcie umowy z podmiotem mającym swoją siedzibę na terenie Azji łączy się z ograniczeniem wysokiego poziomu ochrony przyznanej konsumentowi na rynku

Unii Europejskiej, jak również z faktycznym wyłączeniem możliwości egzekucji roszczeń wynikających z zawartej umowy sprzedaży. Zwrócić należy uwagę, że przeciętny konsument z Polski nie ma w praktyce możliwości prowadzenia sporu z podmiotami z Azji, a w szczególności nie ma łatwo dostępnych narzędzi, które w przypadku wystąpienia sporu ze sprzedawcą, umożliwiłyby konsumentowi skuteczne dochodzenie swoich praw.

W związku z powyższym, praktykę Spółki opisaną w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji, należało uznać za nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisaną w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt I.1 sentencji.

2.1.2. Praktyka opisana w pkt I.2 sentencji decyzji

Zgodnie z art. 7 pkt 7 u.p.n.p.r., nieuczciwą praktyką rynkową wprowadzającą w błąd w każdych okolicznościach jest twierdzenie, że produkt będzie dostępny jedynie przez bardzo ograniczony czas lub że będzie on dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas, jeżeli jest to niezgodne z prawdą, w celu nakłonienia konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia go możliwości świadomego wyboru produktu.

Z poczynionych ustaleń wynika, że wszystkie publikowane przez Spółkę oferty w ramach serwisu arkadie.pl są oznaczone jako promocyjne. W każdej z ofert zamieszczony jest przy tym zegar odliczający czas danej promocji. Zegar każdorazowo wskazuje, że promocja kończy się z upływem danego dnia, w którym użytkownik serwisu zapoznaje się z daną ofertą. Co istotne, z upływem dnia, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, promocja jest przez Spółkę ponawiana, a zegar od nowa zaczyna odliczanie. Nie może przy tym ulegać wątpliwości, że stosowana technika tzw. uciekającej promocji w założeniu ma na celu nakłonienie konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i może pozbawić go możliwości świadomego wyboru produktu. Wskazać bowiem należy, że konsument odwiedzający stronę Spółki może ostatecznie podjąć decyzję o szybkim skorzystaniu z oferty Spółki właśnie z uwagi na rzekomo upływający czas wyjątkowej oferty cenowej.

W odpowiedzi na ten zarzut Spółka podniosła, że dopracowuje mechanizm promocji. Przyznała przy tym, że na stronie mogły występować błędy powodujące odnawianie się promocji po ich wygaśnięciu oraz dołączenie informacji o promocji do produktów tą promocją nieobjętych. Z przeprowadzonej weryfikacji wynika jednak, że Spółka w żaden sposób nie zaniechała zakwestionowanej praktyki. Wszystkie oferty zamieszczone na portalu arkadie.pl uwzględniają rzekomą promocję, przy czym nadal stosowany jest wyżej opisany mechanizm uciekającej promocji realizowany poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert zegara z informacją o zakończeniu promocji z końcem danego dnia.

W związku z powyższym, praktykę Spółki opisaną w pkt 1.2 sentencji decyzji należy uznać za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą konsumentów w błąd z art. 7 pkt 7 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt 1.2 sentencji.

3. Rygor natychmiastowej wykonalności

Zgodnie z art. 103 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nadać decyzji w części lub w całości rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów, a więc istotnym i doniosłym. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

W przypadku zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Spółkę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że *ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcjonistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.*

Podkreślić należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe, których stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 u.p.n.p.r. jest bezwzględnie zakazane. Uregulowanie wskazanego zakazu wiązało się z koniecznością zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku gospodarczego i uzyskania odpowiedniego poziomu ochrony konsumentów. Osiągnięcie takiego rezultatu, w ocenie Prezesa Urzędu, jest możliwe wyłącznie w przypadku skutecznego i niezwłocznego eliminowania tego typu praktyk z obrotu.

W ocenie Prezesa Urzędu obie zakwestionowane decyzja praktyki cechuje wysoka szkodliwość, przy czym godzą one bezpośrednio w interes ekonomiczne konsumentów, którzy odwiedzają serwis Spółki. Należy przy tym pamiętać, że druga z zakwestionowanych praktyk, stanowi praktykę z tak zwanej czarnej listy, zakazanych w każdych okolicznościach.

Zaznaczyć również należy, że skala prowadzonej przez Spółkę działalności jest stosunkowo duża. Z posiadanych danych wynika bowiem, że rocznie za pośrednictwem prowadzonych przez Spółkę portali konsumenci zawierają kilkanaście tysięcy umów. Zwrócić przy tym należy uwagę, że potencjalnie każdy klient zawierający umowę ze Spółką jest narażony na negatywne skutki zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk (model prowadzenia działalności przyjęty przez Spółkę na dzień wydania niniejszej decyzji zakłada zawieranie z konsumentami wyłącznie umów pośrednictwa w sprzedaży; nadto, wszystkie publikowane oferty informują konsumentów o rzekomej uciekającej promocji).

Ze względu na rażące naruszenie przez Spółkę opisanych wyżej interesów konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób zostanie w pełni zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji. Podnieść jednocześnie należy, iż brak nałożenia rygoru natychmiastowej wykonalności może oznaczać skuteczną, z punktu widzenia Spółki, kontynuację ich stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie opisanych praktyk ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na określone w pkt I sentencji naruszenia, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

4. Obowiązki usunięcia trwających skutków naruszeń określone w punkcie III i IV sentencji decyzji

Zgodnie z art. 26 ust. 2 u.o.k.k., Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

Z uwagi na zawarcie i przez Spółkę licznych umów z wprowadzonymi w błąd klientami, Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Przedsiębiorcę obowiązku opublikowania na oficjalnej stronie internetowej Spółki (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa znajdująca się pod adresem www.arkadie.pl), w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, oświadczenia o treści:

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 4/2023 z dnia 1 września 2023 r., uznał za praktyki naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania BAK DROP (dawniej: BIGOTKA) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą

w Poznaniu polegające na:

1. zaniechaniu informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży, co wprowadza konsumentów w błąd i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.),
2. informowaniu konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 7 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.).

Treść decyzji nr RPZ 4/2023 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl;

Nadto, celem dotarcia do szerokiego kręgu odbiorców, Prezes Urzędu nałożył na Spółkę obowiązek zamieszczenia w serwisach Facebook i Instagram, w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, komunikatu o treści:

Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 1 września 2023 r., nr RPZ 4/2023 #BakDrop informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK

#BakDrop otrzymała karę pieniężną za stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych polegających na 1) zaniechaniu informowania w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych bigotka.pl oraz arkadie.pl, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży, 2) informowaniu konsumentów korzystających z serwisu arkadie.pl, że oferty publikowane w ramach tego serwisu objęte są promocją ograniczoną w czasie, poprzez zamieszczenie przy każdej z ofert promocyjnych zegara odliczającego czas do końca promocji, w sytuacji gdy oferty promocyjne na poszczególne produkty są, bezpośrednio po zakończeniu wskazanego okresu, ponawiane na identycznych warunkach.

Szczegółowe informacje na temat praktyki #BakDrop dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr RPZ 4/2023 z dnia 1 września 2023 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl]

Nałożone środki, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwolą zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku działań Spółki. Posiadając taką wiedzę, będą oni mogli podjąć decyzję, co do ewentualnego dochodzenia swoich indywidualnych roszczeń. Ponadto, w przypadku uprawomocnienia się decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia roszczeń przez indywidualnych konsumentów.

Dzięki zamieszczeniu informacji o wydaniu decyzji w mediach społecznościowych, wiedza w tym zakresie zostanie przekazana szerokiemu kręgowi odbiorców. Umożliwi to zapoznanie się z treścią decyzji Prezesa Urzędu wszystkim uczestnikom rynku, zarówno konsumentom

jak i przedsiębiorcom oraz pozwoli na pozyskanie informacji nie tylko o tym, jakie praktyki zostały zakwestionowane, ale także jakie motywy stoją za rozstrzygnięciem Prezesa Urzędu. W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III i IV sentencji decyzji.

5. Kary nakładane na Spółkę

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 u.o.k.k. stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z rachunku zysków i strat przedłożonego przez Spółkę wynika, że w 2022 r. osiągnęła ona obrót w wysokości [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 30 grudnia 2022 r., tj. 4,6899 zł, stanowi po zaokrągleniu [usunięto] euro (stosownie do art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). [usunięto]

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 u.o.k.k., ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz skalę naruszeń, Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest nałożenie na Spółkę kar pieniężnych za ich stosowanie.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 u.o.k.k. te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące

natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszenia, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Przy nakładaniu kar Prezes Urzędu uwzględnił, że obie zarzucone Spółce praktyki mają charakter umyślny.

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, że na portalu bigotka.pl oferty pośrednictwa sprzedaży w zasadzie nie różnią się od ofert sprzedaży. Spółka musiała przy tym zdawać sobie sprawę, z efektu jaki w ten sposób osiąga - musiała sobie zdawać sprawę, że konsumenci nieświadomi rzeczywistego charakteru ofert pośrednictwa w sprzedaży, dużo chętniej będą się z nimi zapoznawać i w dalszej kolejności finalizować transakcje (konsument wprost poinformowany o tym, że w praktyce zleca Spółce dokonanie zakupu w firmie z rynku azjatyckiego, mógłby bardziej krytycznie podchodzić do propozycji zawarcia umowy za pośrednictwem prowadzonych przez spółkę portali).

Powyższą okoliczność potwierdzają napływające do Urzędu skargi konsumentów oraz opinie dotychczas opublikowane na portalu [usunięto]. Zwraca przy tym uwagę fakt, że Spółka pomimo napływających sygnałów z rynku jedynie „przerzuciła” swoją działalność na nowy portal, nie podejmując działań, które pozwoliłyby konsumentowi w sposób niemylący zorientować się w rzeczywistym charakterze ofert prezentowanych na stronach Spółki ofert. Takich działań Spółka nie podjęła również po wszczęciu niniejszego postępowania. Wprowadzone wówczas zmiany uznać bowiem należy za marginalne i nakierowane na uniknięcie jednoznacznego przyznania przed odwiedzającymi serwis arkadie.pl, że Spółka w praktyce nie prowadzi sklepu internetowego, a jedynie świadczy usługi pośrednictwa w sprzedaży towarów.

W ocenie Prezesa Urzędu, umyślny charakter miała również druga z zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk. Przypomnieć należy, że Spółka zawiera informację o promocji przy każdej z ofert i nie zaniechała tej praktyki pomimo wszczęcia niniejszego postępowania. Co istotne, z odpowiedzi na zawiadomienie wynika, że Spółka zdawała sobie sprawę ze stwierdzonych nieprawidłowości i pomimo składanych deklaracji nie podjęła działań mających na celu ich usunięcie.

Podsumowując, należy podkreślić, że zakwestionowane praktyki Spółki są przemyślane. Są one nakierowane na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych klientów i uzyskania jak największego poziomu sprzedaży. Nie jest przy tym możliwe, aby Spółka, nie zdawała sobie sprawy z konsekwencji podejmowanych działań. Mając na uwadze powyższe

okoliczności, nie sposób twierdzić, że Spółka w zakresie opisanych praktyk naruszyła tylko zasady ostrożności w relacjach z konsumentami.

Przy ustaleniu wysokości kar Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

5.1. Punkt V.1 sentencji

Przypisana Spółce w pkt I.1. sentencji decyzji praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd zaniechanie, które polega na nieinformowaniu konsumentów w sposób jednoznaczny w ramach ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach internetowych Spółki, że ich przedmiotem jest świadczenie usługi pośrednictwa w sprzedaży. Praktyka ta ujawnia się zatem na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych klientów do zapoznania się z jej ofertą i zawarcie umowy o świadczenie usług.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że treść i forma prezentowania ofert pośrednictwa w sprzedaży publikowanych na stronach Spółki może wywoływać u przeciętnego konsumenta mylne wyobrażenie co do charakteru zawieranej ze Spółką umowy. Może to mieć przy tym wpływ na podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjęli. Uznać bowiem należy, że konsumenci rzetelnie poinformowani o rzeczywistym charakterze oferty Spółki mogliby zrezygnować z zawarcia z nią umowy pośrednictwa w sprzedaży i skorzystać z oferty innych sklepów internetowych.

Bez wątplenia opisana w pkt I.1. sentencji praktyka mogła również godzić bezpośrednio w interesy ekonomiczne konsumentów, którzy pozostając w błędzie co do charakteru ofert Spółki mogli finalizować poszczególne transakcje, będąc w przekonaniu, że zawierają umowę sprzedaży bezpośrednio ze Spółką. Potwierdzenie tej okoliczności odnaleźć można w napływających do Urzędu skargach, z których wynika, że konsumenci orientują się w sytuacji dopiero w chwili gdy podejmują decyzję o odstąpieniu od umowy sprzedaży, kiedy to okazuje się, że zmuszeni są ponosić koszty zwrotu towaru do jednego z krajów Azji.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie informacji uzyskanych od Spółki uznać należy, że zakwestionowana praktyka stosowana jest przez Spółkę od marca 2022 r., kiedy to na stronie bigotka.pl pojawiła się oferta „PRESALE”, a zatem ma ona charakter długotrwały.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie **[usunięto]** obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r., tj. **[usunięto]** zł.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia oraz jego znaczny zasięg terytorialny. Podkreślenia wymaga, że Spółka kieruje swą ofertą do użytkowników Internetu z całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki jest bardzo duży. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto] (odpowiednio: [usunięto] w związku z umyślnością, [usunięto] w związku ze znacznym zasięgiem terytorialnym). Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [usunięto], do kwoty 50.355,28 zł.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.1. sentencji decyzji Prezes Urzędu, po zaokrągleniu kwoty bazowej, nałożył na Spółkę karę w wysokości 50.355,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

5.2. Punkt V.2 sentencji

W zakresie drugiej z zarzuconych Spółka praktyk, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawnia się ona na etapie przedkontraktowym. Zważyć należy, że Spółka przekazując konsumentom nieprawdziwe informacje co do istnienia promocji na zakup oferowanych usług, ogranicza konsumentom w wysokim stopniu możliwość uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych. Nadto podkreślić należy, że stosowana praktyka należy do kategorii nieuczciwych praktyk rynkowych, których stosowanie zakazane jest w każdych okolicznościach, zatem sam ustawodawca przesądza w tym przypadku o szczególnej konieczności piętnowania tego rodzaju działań.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że stosowanie techniki uciekającej promocji wpływa bezpośrednio na decyzje zakupowe konsumentów, a tym samym stwierdzona praktyka godzi bezpośrednio w interesy ekonomiczne konsumentów.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie zrzutów strony internetowej arkadie.pl zakładać można, że jest ona stosowana co najmniej od marca 2023 r.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzą o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r., tj. [usunięto] zł.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku drugiej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia oraz jego znaczny zasięg terytorialny. Podkreślenia wymaga, że Spółka kieruje swą ofertą do użytkowników Internetu z całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki jest bardzo duży. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto] (odpowiednio: [usunięto] w związku z umyślnością,

[usunięto] w związku ze znacznym zasięgiem terytorialnym). Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [usunięto], do kwoty 50.355,28 zł.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.2. sentencji decyzji Prezes Urzędu, po zaokrągleniu kwoty bazowej, nałożył na Spółkę karę w wysokości 50.355,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstrasżający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

6. Koszty postępowania

Art. 77 ust. 1 u.o.k.k. przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2022r., poz. 2000 ze zm.- dalej: k.p.a.). Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Jednocześnie, zgodnie z art. 263 § 1 i 2 k.p.a., do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., koszty spowodowane oględzinami na miejscu, koszty doręczenia stronom pism urzędowych, a także koszty mediacji. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Spółce, w wysokości 18,40 zł.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

8. Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2021 r., poz. 1805, ze zm. - dalej: Kpc) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 k.p.a., w związku z art. 83 u.o.k.k., jak również stosownie do art. 81 ust. 5 u.o.k.k., w związku z art. 479³² Kpc, zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść 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 Poznaniu, w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V sentencji decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 u.o.k.k. w związku z 479³² § 1 i § 2 Kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2021 r., poz. 2257), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust. 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 102 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie fizycznej, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ich ponieść bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny lub ich poniesienie narazi ją na taki uszczerbek. Do wniosku o zwolnienie od kosztów sądowych powinno być dołączone oświadczenie obejmujące szczegółowe dane o stanie rodzinnym, majątku, dochodach i źródłach utrzymania osoby ubiegającej się o zwolnienie od kosztów.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 2 i § 4 Kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba

fizyczna, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny.

Stosownie do treści art. 117 § 3 i § 4 Kpc, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu
Jarosław Krüger