

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 16. 04. 2007r.

RKT – 61 – 78/06/AD

DECYZJA Nr RKT - 11/2007

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080, Dz. U. z 2006r. Nr 157, poz. 1119, Dz. U. Nr 170, poz. 1217, Nr 249, poz. 1834) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.),

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko „Skateshop.pl” Sp. z o.o. w Poznaniu, ul. Szkolna 17/6, która zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu w sklepie działającym pod adresem <http://skateshop.pl>:

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** stosowaną przez „Skateshop.pl” Sp. z o.o. praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o prawie konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** stosowaną przez „Skateshop.pl” Sp. z o.o. praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o kosztach, terminie i sposobie dostawy towaru oraz o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 uonpk, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 5 i 6 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

III. Na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** stosowaną przez „Skateshop.pl” Sp. z o.o. praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość,

rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o organie rejestrowym spółki oraz o numerze, pod jakim wpisano ją do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 14. 10. 2006r.**

IV. Na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** stosowaną przez „Skateshop.pl” Sp. z o.o. praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 14. 10. 2006r.**

V. Na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** stosowaną przez „Skateshop.pl” Sp. z o.o. praktykę polegającą na nieudzielaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o:

- organie rejestrowym spółki i numerze, pod jakim figuruje ona w Krajowym Rejestrze Sądowym,
- sposobie zapłaty za zamówiony towar,
- miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 1, 4 i 10 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 28. 09. 2006r.**

VI. Na podstawie art. 23 d w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **stwierdza się, że praktyka** „Skateshop.pl” Sp. z o.o. polegająca na zastrzeżeniu, że zakupiony towar nie może być używany, aby było możliwe odstąpienie konsumenta od umowy zawartej na odległość, nie narusza art. 7 ust. 3 w związku z art. 10 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), a tym samym nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

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

VIII. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się „Skateshop.pl” Sp. z o.o. w Poznaniu kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 57 zł (słownie: pięćdziesięciu siedmiu złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także Prezesem Urzędu) przeprowadzono postępowanie wyjaśniające (sygn. akt RKT-61-26/06/AD), w toku którego ustalono, że „Skateshop.pl” Sp. z o.o. (zwana dalej także spółką lub przedsiębiorcą) zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu w ramach prowadzonego przez nią sklepu działającego pod adresem <http://skateshop.pl>. W toku przedmiotowego postępowania wyjaśniającego ustalono, iż spółka może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów wymienione w sentencji niniejszej decyzji. W związku z tym, w imieniu Prezesa Urzędu, dnia 14. 09. 2006r. postanowieniem nr 1 (karty nr 1-2) wszczęto przeciwko „Skateshop.pl” Sp. z o.o. postępowanie w tej sprawie. Postanowieniem nr 2 (karta nr 4) zaliczono w poczet dowodów dokumenty zgromadzone w ramach ww. postępowania wyjaśniającego.

W pismach kierowanych do Prezesa Urzędu (karty nr 16 i 31) przedsiębiorca ustosunkował się do stawianych mu zarzutów, oświadczył, że nie podejmował rozmyślnie działań zmierzających do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz wskazał, że wszelkie niezgodności są analizowane i poprawiane na bieżąco. Przedsiębiorca przekazał dokumenty rejestrowe (karty nr 18 – 23). Na dowód wprowadzenia zmian spółka przesłała zmienione potwierdzenia wystawiane konsumentom (karty nr 25 - 27) oraz wydruki strony internetowej sklepu (karta nr 32).

Pismem z dnia 12. 12. 2006r. (karta nr 38) zawiadomiono przedsiębiorcę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. W wyznaczonym terminie nie skorzystał on jednak z możliwości zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny.

„Skateshop.pl” Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000243551 (karta nr 20). W ramach działalności gospodarczej spółka prowadzi pod adresem <http://skateshop.pl> sklep internetowy, w którym są zawierane umowy sprzedaży z konsumentami.

W badanym sklepie jest oferowany szeroki asortyment towarów. Przedsiębiorca sprzedaje odzież, buty, plecaki, akcesoria sportowe, książki, a także płyty z nagraniami (karta nr 15). Przy zawieraniu umów z konsumentami przedsiębiorca stosował „Warunki handlowe” (karty nr 9 i 10), które zastąpiono następnie „Regulaminem Skateshopl.pl” (karta nr 32). Na stronie internetowej sklepu zamieszczono też dodatkowe informacje na temat spółki i zasad sprzedaży, które stanowią powtórzenie regulacji zawartych w regulaminie (karta nr 15).

Na stronie internetowej, za pośrednictwem której działa sklep, nie zamieszczano informacji na temat organu, który zarejestrował działalność spółki oraz numeru, pod jakim tego dokonano.

„Warunki handlowe” zawierały informację o zasadach, na jakich konsument może odstąpić od umowy zawartej na odległość. W dokumencie tym zamieszczono następujące postanowienie: *„Udzielamy państwu gwarancji zwrotu zamówionego, lecz nieużywanego towaru w terminie 14 dni. Gdyby dostarczony towar nie odpowiadał państwu z jakichkolwiek powodów, prosimy o przesłanie go, w powyższym terminie na własny koszt, wraz z informacją czego oczekują Państwo w zamian (gotówka, inny towar). My ze swej strony prześlemy Państwu przekazem pocztowym kwotę w wysokości zwróconego towaru”* (karta nr 9).

Przedsiębiorca nie wskazuje ustawowo określonych sytuacji, gdy prawo do odstąpienia od umów zawartych na odległość nie przysługuje.

Przedsiębiorca nie informował o terminie związania ofertą lub informacją o cenie (karty nr 9-10 i 15).

Spółka potwierdza zawarcie umów wystawiając paragony oraz faktury. Analiza zgromadzonych dokumentów wykazała, że brak w nich było danych dotyczących organu rejestrowego spółki i numeru wpisu do KRS, sposobu zapłaty, prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość wraz z ustawowymi wyjątkami od tego prawa, zasad składania reklamacji oraz terminu dostawy. Tylko jeden (karta nr 12) spośród trzech przekazanych dokumentów (karty nr 12 – 14) zawierał informację na temat kosztu i sposobu dostawy zamówionego towaru, a pozostałe informacji takich nie obejmowały.

W piśmie z dnia 28. 09. 2006r. spółka oświadczyła, że nie podejmowała rozmyślnie działań zmierzających do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Zgodnie z przesłaną informacją przystąpiła ona też do usunięcia wskazanych jej niezgodności (karta nr 16).

W zamieszczonym na stronie internetowej sklepu regulaminie spółka zamieściła dane na temat jej organu rejestrowego i numeru, pod jakim figuruje w KRS (karta nr 32). W przedmiotowym regulaminie unormowano także kwestie możliwości odstąpienia konsumenta od umowy zawartej na odległość, jak również wskazano termin związania informacją o cenie. Ze złożonych przez spółkę wyjaśnień wynika, że zmiana ta została wprowadzona dnia 14. 10. 2006r. (karta nr 31).

W załączeniu do ww. pisma spółka przesłała paragony fiskalne wraz z potwierdzeniami sprzedaży (karty nr 25 – 27). Przedmiotowe potwierdzenia sprzedaży stanowią dodatkowe dokumenty wystawiane konsumentom, w których zamieszczono informacje na temat organu rejestrowego spółki i numeru, pod jakim figuruje ona w KRS, na temat możliwości odstąpienia od umowy na zasadach określonych poniżej, sposobu zapłaty za zamówiony towar, miejsca i sposobu składania reklamacji. W części potwierdzeń sprzedaży zamieszczono informację o koszcie i sposobie dostawy (karty nr 25 – 26), a w żadnym ze zmodyfikowanych potwierdzeń nie zawarto informacji na temat terminu dostawy (karty nr 25 – 27). Spółka oświadczyła, że zmienione potwierdzenia są stosowane od dnia 14. 10. 2006r. (karta nr 31). Z przedłożonych dokumentów wynika jednak, że były one wystawiane już 28. 09. 2006r. (karty nr 25 – 27).

Ostatni z postawionych spółce zarzutów dotyczył ograniczania konsumentom przysługującego im prawa odstąpienia od umów zawieranych na odległość. Obecnie przedsiębiorca unormował rozważaną kwestię w następujący sposób: *„Skateshop.pl – istnieje możliwość odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od dnia otrzymania przesyłki – bez podania przyczyny. Jednak odstąpienie w tym wypadku od umowy oraz zwrot towaru może nastąpić tylko w przypadku, gdy towar był nieużywany, (...), pozostaje w oryginalnym opakowaniu ani nie został w żaden sposób zniszczony. (...)*” (karta nr 32).

W potwierdzeniach wystawianych przez spółkę Skateshop.pl od dnia 28. 09. 2006r. jest zamieszczana następująca informacja: *„Odstąpienie od umowy: Masz prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość dotyczącej zakupionego w naszym sklepie towaru, bez względu na przyczynę w ciągu 14 dni od otrzymania przesyłki. Zwracany towar nie powinien nosić śladów użytkowania, nie powinien posiadać wad (z wyjątkiem stanowiących podstawę do reklamacji)”* (karty nr 25 – 27). Przedłożony przez przedsiębiorcę wzór nie zawiera

zastrzeżenia, zgodnie z którym wyjątek stanowią wady będące podstawą do złożenia reklamacji (karta nr 33).

Prezesa Urzędu zważył, co następuje.

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

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

Z powyższego wynika, że przedsiębiorca i konsument nie mogą jednocześnie pozostawać w tym samym miejscu, a ich kontakt musi następować z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, np. z wykorzystaniem poczty elektronicznej. Aby umowa podlegała regulacji ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny musi zostać zawarta z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, jeśli przedsiębiorca w taki sposób zorganizował swoją działalność, tj. przynajmniej część umów zawiera normalnie w ten sposób. Stronami badanej umowy muszą być konsument i przedsiębiorca. Stosownie do art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.) za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Przedsiębiorcą natomiast jest zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.) m .in. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.

W rozważanej sprawie „Skateshop.pl” Sp. z o.o. zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu. Spółka ta prowadzi sklep działający pod adresem <http://skateshop.pl>. Ww. działalność przedsiębiorcy jest prowadzona w sposób zorganizowany i ciągły. Powyższe przesądza o tym, że do rozważanych w ramach niniejszego postępowania stosunków prawnych pomiędzy spółką „Skateshop.pl”, a konsumentami stosuje się zapisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

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

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

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

Pierwsza przesłanka zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy nie dopełnia on ciężącego na nim obowiązku. Do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może zatem dojść np. w sytuacji niedopełnienia przez przedsiębiorcę ciężących na nim na podstawie art. 9 ust. 1 uonpk albo 9 ust. 3 tej ustawy obowiązków informacyjnych. Druga z przesłanek jest spełniona, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni bowiem interesy ogółu konsumentów, interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się zindywidualizować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

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

I.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość powinni informować swoich kontrahentów, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni. Informacja ta powinna obejmować także zastrzeżenia dotyczące wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 uonpk. W art. 10 ust. 3 uonpk określono, że konsumenci nie mogą odstąpić od umowy zawartej na odległość, w przypadkach:

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

Spółka stosuje w obowiązującym w jej sklepie regulaminie następujące postanowienie: *„Skateshop.pl – istnieje możliwość odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od dnia otrzymania przesyłki – bez podania przyczyny. Jednak odstąpienie w tym wypadku od umowy oraz zwrot towaru może nastąpić tylko w przypadku, gdy towar był nieużywany, (...), pozostaje w oryginalnym opakowaniu ani nie został w żaden sposób zniszczony. (...)”* (karta nr 32). Z powyższego wynika, że spółka nie przytacza wyjątków wyliczonych w art. 10 ust. 3 uonpk, a jedynie wskazuje, że odstąpienie może nastąpić, gdy towar był nieużywany i dodatkowo pozostaje w oryginalnym opakowaniu. Informacje zamieszczone przez przedsiębiorcę na jego stronie internetowej można uznać za nierzetelne i niepełne, gdyż nie obejmują one wskazówek na temat ww. ustawowych wyjątków od prawa odstąpienia od umów zawartych na odległość. Informacje te można uznać za niejednoznaczne, niejasne, a

poprzez to za nierzetelne także z uwagi na to, że przedsiębiorca nie wskazuje precyzyjnie, czy to, że towar powinien być zwracany w oryginalnym opakowaniu oznacza, iż żaden z produktów nie może zostać odpakowany, co byłoby niezgodne z przepisami ww. ustawy, czy też wskazuje jedynie na obowiązek zwrotu w oryginalnym opakowaniu bez zastrzeżenia, że konsument towaru nie może sprawdzić, co byłoby zgodne z obowiązującą w tym zakresie regulacją prawną.

W pkt. VI niniejszej decyzji szczegółowo opisano zakres postanowień dotyczących zasad odstąpienia od umowy zawartej na odległość zamieszczanych w regulaminie obowiązującym w sklepie, jak i w pisemnych potwierdzeniach wystawianych konsumentom. W związku z tym, że w każdym z tych dokumentów spółka posługuje się innym sformułowaniem, tj. raz wskazuje, że nabytej rzeczy nie można używać, a raz, że nie można jej użytkować, oceniany zapis można też uznać za niejasny. W takiej sytuacji konsumenci zostają pozbawieni rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Na ocenę niniejszej praktyki nie wpływa dokonana przez spółkę „Skateshop.pl” zmiana treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej prowadzonego przez nią sklepu. Przedsiębiorca wciąż nie wymienia ustawowych wyjątków od prawa odstąpienia. W tych okolicznościach sprawy niniejsze zachowanie przedsiębiorcy należało uznać za bezprawne. Nie wzbudza wątpliwości też fakt, że przedmiotowa praktyka godzi w interesy konsumentów. Konsumenci otrzymują informację, która jest niepełna, gdyż nie obejmuje wskazań dotyczących ustawowych wyjątków. Konsumenci dotknięci niniejszą praktyką mogą nie mieć świadomości, że w innych sytuacjach uprawnienie do odstąpienia od umowy nie występuje. Z powyższego wynika, że niedopełniając ww. obowiązku informacyjnego przedsiębiorca godzi w interesy ekonomiczne konsumentów. Dla stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest również wykazanie, że przypisane przedsiębiorcy bezprawne zachowanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Sformułowanie zbiorowe interesy konsumentów oznacza interesy dotyczące ogółu, do naruszenia których może dojść, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Spółka zawiera z konsumentami umowy na odległość. Z istoty działalności prowadzonej z wykorzystaniem internetu wynika to, że zasadniczo nie znajduje ona ograniczeń terytorialnych. Jedynym warunkiem uzyskania możliwości zawarcia umowy z przedsiębiorcą tak działającym jest posiadanie dostępu do internetu. Kontrahenci przedsiębiorcy tworzą liczną grupę nieoznaczonych indywidualnie konsumentów, której skład ulega nieustannym zmianom. Potencjalnie każdy z konsumentów może stać się kontrahentem takiego przedsiębiorcy. Dodatkowo zważyć należy, że praktyka opisana w niniejszym punkcie decyzji dotyka nie tylko osoby, które zawarły umowę ze spółką, ale też te osoby, które jedynie zapoznawały się z treścią zapisów zawartych na stronie internetowej sklepu. Z uwagi na charakter działalności przedsiębiorcy, podejmowane przez niego działania lub ewentualny brak wymaganego zachowania, wpływają na zbiorowe interesy konsumentów, na interesy całej zbiorowości konsumentów. Powyższe świadczy o tym, że w rozważanej sprawie oceniana praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze poczynione ustalenia, opierając swoje stanowisko na wyżej przywołanych przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, stosownie do art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 23 a tej ustawy należało stwierdzić, że spółka „Skateshop.pl” stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów opisaną w tym punkcie decyzji. W świetle zaistniałych okoliczności należało również nakazać przedsiębiorcy zaniechanie stosowania zakazanej praktyki. Stąd orzeczono, jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

W tym miejscu dodać trzeba, że odstępstwo od ustawowej zasady, zgodnie z którą odstąpienie od umowy może nastąpić w terminie 10 dni, podczas gdy zgodnie z zasadami obowiązującymi w sklepie w terminie 14 dni, jako korzystne dla konsumentów, nie zostało objęte zakresem niniejszego postępowania.

II.

Stosownie do art. 9 ust. 3 uonpk przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość mają obowiązek potwierdzania na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat kosztu, terminu i sposobu dostawy zamówionego przez konsumenta towaru.

Analiza zgromadzonych w niniejszej sprawie materiałów dowodowych dała podstawę do przyjęcia, że spółka „Skateshop.pl” nie dopełnia ww. obowiązku. Jak wskazano w części zawierającej ustalenia faktyczne, w żadnym z potwierdzeń nie zamieszczono informacji o terminie dostawy zamówionego towaru (karty nr 12 – 14). Nawet po opracowaniu zmienionych potwierdzeń informacja ta nie jest w nich przez spółkę zamieszczana (karty nr 25 – 27). Jeśli chodzi o koszt i sposób dostawy, to tylko niektóre z potwierdzeń zawierają taką informację (karty nr 12 i 25 – 26). W pozostałych potwierdzeniach przekazanych przez przedsiębiorców informacji tych nie wskazano (Karty nr 13 – 14 i 27). Fakt, że część potwierdzeń obejmuje wymagane dane nie stoi na przeszkodzie w stwierdzeniu, że przedsiębiorca stosuje praktykę polegającą na niedopełnieniu spoczywającego na nim obowiązku informacyjnego. Za prawidłowe będzie można uznać zachowanie przedsiębiorcy dopiero wówczas, gdy wszystkie sporządzane przez niego potwierdzenia zostaną uzupełnione o powyżej wskazane dane. Warto też zauważyć, że nawet jeśli w określonym przypadku konsument nie ponosi kosztów dostawy, to wystawiany mu dokument powinien obejmować dane przynajmniej na temat sposobu dostarczenia towaru. Mając na względzie ww. okoliczności należało uznać zachowanie przedsiębiorcy za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 5 uonpk, a w konsekwencji tego za bezprawne.

Podobna sytuacja zachodzi w odniesieniu do informacji o prawie konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Zgodnie z art. 9 uonpk przedsiębiorca powinien poinformować o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 uonpk. Jak Prezes Urzędu ustalił, przedsiębiorca nie podawał ww. informacji w potwierdzeniach w ich pierwotnym brzmieniu (karty nr 12 - 14). Obecnie, tj. od dnia 28. 09. 2006r. spółka zamieszcza w wystawianych przez nią dokumentach (karty nr 25 - 27) informację na temat obowiązującego w sklepie trybu odstąpienia od umowy. W związku z tym wskazuje ona na możliwość odstąpienia w terminie 14 dni od otrzymania przesyłki, jeśli zwracany towar nie nosi śladów użytkowania i nie posiada wad, z wyjątkiem tych, które stanowią podstawę do złożenia reklamacji. Wprawdzie uzupełnione potwierdzenia obejmują informację o możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość, to należy stwierdzić, że nie są to potwierdzenia prawidłowe. Przedsiębiorca przyznaje konsumentom dłuższy niż ustawa termin, w jakim odstąpienie jest możliwe. Okoliczność tą należy uznać za korzystną. Prawo to jest poddane jednak innym ograniczeniom, co szczegółowo opisano w uzasadnieniu do punktu I niniejszej decyzji. W związku z tym, że obowiązujący w sklepie tryb, według którego może nastąpić odstąpienie od umowy, jest niezgodny z prawem, to i prezentowana przez przedsiębiorcę informacja jest niewłaściwa. Wbrew regulacji art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 tej ustawy przedsiębiorca nie informuje bowiem precyzyjnie o prawie do odstąpienia od umowy i wyjątkach od tego przewidzianych w art. 10 ust. 3 uonpk. Z tego względu zachowanie spółki „Skateshop.pl” należało uznać za bezprawne. Przedsiębiorca nie dopełnił też w rozważanym zakresie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Z praktyką taką spotykamy się nie tylko wtedy, gdy określona informacja jest całkowicie pomijana, ale

też wtedy, gdy wskazania przedsiębiorcy są sprzeczne z treścią obowiązujących przepisów prawa. Niedopełniając ww. obowiązków informacyjnych przedsiębiorca uchybił więc również obowiązkowi sformułowanemu w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, z którego płynie nakaz udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Stosując kwestionowaną w tej części decyzji praktykę przedsiębiorca narusza zbiorowe interesy konsumentów. Pozbawia on bowiem swoich kontrahentów informacji na temat sposobu, w jaki umowa miała zostać wykonana, a tym samym możliwości prostej weryfikacji, czy umowa została wykonana w należyty sposób. Brak posiadania przez konsumenta właściwego potwierdzenia utrudnia mu kwestie dowodowe w przypadku zaistnienia ewentualnego sporu wynikłego na tle umowy oraz sposobu jej wykonania. W przypadku informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość spółka „Skateshop.pl” godzi w interesy konsumentów wprowadzając ich w błąd, co do treści obowiązujących przepisów prawa, wskazując na przesłanki odstąpienia, które nie znajdują oparcia we właściwych przepisach prawa.

Z istoty prowadzonej przez spółkę „Skateshop.pl” działalności wynika, że jej zachowanie ma wpływ na szeroką, nieokreśloną grupę konsumentów, której skład ulega ciągłym zmianom. W związku z powyższym należało stwierdzić, że w badanej sprawie doszło do spełnienia wszystkich przesłanek, jakie muszą wystąpić, aby dane zachowanie przedsiębiorcy uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W tych okolicznościach sprawy, stosownie do art. 23 c w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że kwestionowana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów oraz należało nakazać zaniechanie jej stosowania. Stąd orzeczono, jak w punkcie II sentencji decyzji.

III.

Stosownie do art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość powinni informować ich, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy, o organie, który zarejestrował ich działalność gospodarczą oraz o numerze, pod jakim tego dokonano. W toku niniejszego postępowania ustalono, że spółka „Skateshop.pl” nie dopełniała ww. obowiązku. Analiza treści zapisów zawartych na stronie internetowej prowadzonego przez nią sklepu wykazała, że nie uwidaczniano na niej informacji o organie rejestrowym spółki, ani o numerze, pod jakim figuruje ona w KRS. Powyższe zachowanie spółki należało ocenić jako bezprawne, w związku z czym została spełniona pierwsze z przesłanek wymienionych w art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Niedopełniając ww. obowiązku przedsiębiorca uchybił też obowiązkowi udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, który sformułowano w art. 23 a ust. 2 ww. ustawy.

Należy także stwierdzić, że nie wypełniając nakazu płynącego z art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk spółka godziła w interesy konsumentów. Informacja o tym, jaki organ i pod jakim numerem zarejestrował dany podmiot prowadzący działalność gospodarczą umożliwia weryfikację innych informacji o tym przedsiębiorcy, jak adres miejsca prowadzenia działalności, fakt prowadzenia lub zaprzestania prowadzenia działalności gospodarczej itp. Niedopełnienie opisanego obowiązku informacyjnego określonego w tym punkcie decyzji spowodowało, że interesy konsumentów zostały naruszone, gdyż zostali oni pozbawieni możliwości pełnej identyfikacji swojego kontrahenta.

Działaniem tym przedsiębiorca naruszył interesy nieokreślonej grupy konsumentów, którzy zapoznawali się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu. Praktyka ta była więc wymierzona w nieoznaczoną grupę konsumentów,

zarówno tych, którzy zawarli umowy, jak i tych, którzy potencjalnie mogli takie umowy zawrzeć.

Mając na uwadze powyżej przedstawione okoliczności należało stwierdzić, że „Skateshop.pl” Sp. z o.o. dopuściła się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania spółka zawiadomiła o usunięciu zgłoszonych jej braków. Przedsiębiorca oświadczył, że z dniem 14. 10. 2006r. zamieścił na stronie internetowej sklepu informację o jego organie rejestrowym oraz o numerze wpisu do KRS. Okoliczność tę udokumentowano przekazując regulamin zamieszczony w witrynie sklepu w zmienionym brzmieniu (karta nr 32). Powyższe zdecydowało o możliwości stwierdzenia, że spółka „Skateshop.pl” zaniechała stosowania niezgodnej z prawem praktyki opisanej w tym punkcie decyzji. W świetle powyższego należało orzec, jak w punkcie III niniejszej decyzji.

IV.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk, na przedsiębiorcach zawierających z konsumentami umowy na odległość spoczywa obowiązek podawania informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący. Informacja taka powinna być dostępna dla konsumentów najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy. W niniejszym przypadku spółka nie dopełniła przedmiotowego obowiązku. Analiza treści zapisów zamieszczonych na stronie internetowej sklepu prowadzonego przez spółkę „Skateshop.pl” wykazała, że brak było wśród nich postanowienia normującego kwestię terminu związania ofertą lub informacją o cenie. Takie zachowanie przedsiębiorcy należało uznać za sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk, w związku z czym została spełniona określona w art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przesłanka bezprawności. Niedopełniając przedmiotowego obowiązku spółka naruszyła jednocześnie obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Nie wskazując terminu związania złożoną ofertą, informacją o cenie, przedsiębiorca godził w interesy konsumentów. Konsumenti nie wiedzieli bowiem, jak długo pozostaną wiążące warunki, z którymi mogli oni zapoznać się na stronie internetowej sklepu. W niniejszej sprawie należało też stwierdzić, że opisana praktyka godziła w zbiorowe interesy konsumentów. Do praktyki tej należy bowiem w tym zakresie odnieść uzasadnienie zawarte w punkcie I i III niniejszej decyzji. W świetle powyższych okoliczności należało stwierdzić, że spółka „Skateshop.pl” stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na nieinformowaniu konsumentów o terminie związania ofertą, informacją o cenie, zgodnie z wymogami określonymi w art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk.

Jednocześnie należało stwierdzić, że przedsiębiorca zaniechał stosowania przedmiotowej praktyki. Za podjęciem takiego rozstrzygnięcia przemawia fakt, że z dniem 14. 10. 2006r. uzupełnił on stosowany przez niego regulamin w tym zakresie. Stąd należało orzec, jak w punkcie IV sentencji.

V.

Jak wynika z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość mają obowiązek potwierdzania najistotniejszych danych dotyczących umowy, jej stron, przedmiotu i najważniejszych warunków na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia. W toku niniejszego postępowania ustalono, że spółka „Skateshop.pl” nie dopełniała ww. obowiązku w zakresie dotyczącym danych na temat:

- organu rejestrowego spółki i numeru, pod jakim figuruje ona w Krajowym Rejestrze Sądowym,

- sposobu zapłaty za zamówiony towar,
- miejsca i sposobu składania reklamacji (karty nr 12 – 14 i 25 - 27). Zachowanie spółki, jako niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 punkt 1, 4 i 10 uonpk należało uznać za bezprawne. Opisana w niniejszym punkcie praktyka jest podobna do praktyki ocenianej w punkcie II tej decyzji, a różni się jedynie zakresem informacji. Brak potwierdzenia informacji o rejestrze, do którego przedsiębiorcę wpisano, zwłaszcza w sytuacji, gdy dane te nie były uwidaczniane na stronie internetowej sklepu, powodowało, że konsumenci nie wiedzieli, gdzie ewentualnie szukać informacji na temat swojego kontrahenta. To poważnie ograniczało możliwość sprawdzenia przedsiębiorcy, danych na jego temat, co w przypadku umów zawieranych na odległość ma szczególną wagę. Istotne z punktu widzenia konsumenta jest też to, w jaki sposób ma nastąpić zapłata za zamówiony towar, zwłaszcza, gdy w danym sklepie dopuszcza się różne opcje w tym zakresie. Nie można też zbagatelizować wagi informacji o trybie zgłaszania reklamacji, która może okazać się niezbędna w sytuacji wystąpienia określonych nieprawidłowości, jak niezgodność zamówionego towaru z umową. Zamieszczenie wszystkich ww. informacji w jednym dokumencie dotyczącym konkretnej umowy ma zapewnić konsumentowi wiedzę niezbędną do tego, aby nie tylko prawidłowo wykonać jego zobowiązanie, ale też mieć świadomość przysługujących praw i możliwości dochodzenia roszczeń. Ze względu na stwierdzone braki trzeba było uznać, że w niniejszym przypadku przedsiębiorca naruszył interesy konsumentów. Z uwagi na podobieństwo praktyki wymienionej w tym punkcie decyzji z praktyką opisaną w punkcie II, należało stwierdzić, że w niniejszym przypadku w identyczny sposób doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W tym miejscu należy odwołać się więc do uzasadnienia dotyczącego punktu II niniejszej decyzji. W toku przedmiotowego postępowania przedsiębiorca poinformował o zmianach w treści wystawianych przez niego potwierdzeń, a fakt ich modyfikacji udokumentował przekazując przykładowe dokumenty wystawione konsumentom dnia 28. 09. 2006r. (karty nr 25 – 27). Z analizy przedmiotowych potwierdzeń wynika, że zawierają one informację o organie rejestrowym przedsiębiorcy i numerze, pod jakim spółka „Skateshop.pl” figuruje we właściwej ewidencji. Przedsiębiorca określił też w ww. dokumentach sposób płatności. Doręczane konsumentom dokumenty uzupełniono również o informację dotyczącą trybu i miejsca składania reklamacji. W związku z tym, że z dniem 28. 09. 2006r. usunięto braki, które wymieniono w tym punkcie decyzji, należało stwierdzić, że w tym terminie doszło do zaniechania stosowania spornej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymienionej w tym punkcie.

VI.

Stosownie do art. 7 ust. 3 uonpk konsumenci mogą odstąpić od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni. Zgodnie z przywołanym przepisem prawa w razie odstąpienia od umowy jest ona uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Prawo to nie może doznawać ograniczeń poza wyjątkami wymienionymi w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zgodnie z art. 10 uonpk, jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach:

- świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu 10 dni,
- dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu z nich przez konsumenta oryginalnego opakowania,
- umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,

- świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,
- świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,
- dostarczania prasy,
- usług w zakresie gier i zakładów wzajemnych. Ww. przepisy wyznaczają granice uprawnienia konsumentów do odstąpienia od umów zawartych na odległość, a po stronie przedsiębiorcy ramy spoczywającego na nim obowiązku przyjęcia przedmiotu umowy. Zaznaczyć trzeba, że strony nie mogą w drodze umowy ograniczyć możliwości konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, co wynika z art. 17 uonpk, który stanowi, że nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16 e tej ustawy, także w razie wyboru prawa obcego. Strony mogą więc w drodze umowy unormować ww. kwestię odmiennie niż w ustawie jedynie w ten sposób, że przyznają konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy w zakresie szerszym tj., w takim, w jakim wyłącza je ustawa.

W rozważanym przypadku spółka stosowała postanowienie o następującym brzmieniu: *„Udzielamy państwu gwarancji zwrotu zamówionego, lecz nieużywanego towaru w terminie 14 dni. Gdyby dostarczony towar nie odpowiadał państwu z jakichkolwiek powodów, prosimy o przesłanie go, w powyższym terminie na własny koszt, wraz z informacją czego oczekują Państwo w zamian (gotówka, inny towar). My ze swej strony prześlemy Państwu przekazem pocztowym kwotę w wysokości zwróconego towaru”* (karta nr 9). W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca dokonał w niniejszym zakresie zmian. Do zmiany stosowanego przez niego regulaminowego postanowienia doszło z dniem 14. 10. 2006r. (karta nr 31). W jej wyniku kwestionowane postanowienie zastąpiono następującą klauzulą: *„Skateshop.pl – istnieje możliwość odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od dnia otrzymania przesyłki – bez podania przyczyny. Jednak odstąpienie w tym wypadku od umowy oraz zwrot towaru może nastąpić tylko w przypadku, gdy towar był nieużywany, (...), pozostaje w oryginalnym opakowaniu ani nie został w żaden sposób zniszczony. (...)”*. W badanym zakresie oba postanowienia są tożsame i różnią się jedynie w warstwie językowej. Nieco odmienne brzmienie otrzymała klauzula zamieszczana w pisemnych potwierdzeniach przesyłanych konsumentom, gdyż w dokumentach tych zamieszcza się obecnie następującą informację: *„Odstąpienie od umowy: Masz prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość dotyczącej zakupionego w naszym sklepie towaru, bez względu na przyczynę w ciągu 14 dni od otrzymania przesyłki. Zwracany towar nie powinien nosić śladów użytkowania, nie powinien posiadać wad (z wyjątkiem stanowiących podstawę do reklamacji)”* (karty nr 25 – 27).

Analiza wszystkich powyżej zacytowanych postanowień wykazała, że posłużono się w nich niejednorodną terminologią. Podczas gdy w regulaminie przedsiębiorca stwierdza, że zwracany towar nie powinien nosić śladów używania, to w potwierdzeniach, jakie są przesyłane do konsumentów zastrzega, że towar nie powinien nosić śladów użytkowania. Oba pojęcia występują w ustawie z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.) jednakże ich zakres nie jest tożsamy. Użytkowanie obejmuje bowiem używanie rzeczy, jak i pobieranie pożytków, a zatem ma szerszy zasięg. W obu przypadkach jednakowo określono termin odstąpienia, podobnie wskazano, że do odstąpienia może dojść bez względu na przyczynę tego oraz zastrzeżono, że towar nie może być zniszczony, tj. posiadać wad. Zauważyć trzeba, że regulacja ta nie wyłącza praw konsumentów związanych z dochodzeniem roszczeń w przypadku, gdy dostarczony towar jest niezgodny z umową. Zagadnienie to nie podlega ocenie w ramach niniejszego postępowania, w tym jednak miejscu trzeba było okoliczność tę wyraźnie zaznaczyć. Mając na względzie powyższe okoliczności

należało stwierdzić, że przedsiębiorca posłużył się ww. pojęciami w znaczeniu potocznym. W takiej sytuacji słowa „używanie” i „użytkowanie” mogą być stosowane zamiennie. Oznaczają one korzystanie z rzeczy, jej stosowanie, posługiwanie się nią. Zastosowane zastrzeżenie należy uznać za dopuszczalne. W kontekście całej rozważanej sprawy sformułowanie, jakim przedsiębiorca posługuje się w regulaminie może zostać uznane za niejasne i niepełne, a poprzez to za nierzetelne, o czym mowa w pkt. I niniejszej decyzji. Nie ogranicza ono jednak możliwości konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość w trybie określonym w przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Konsument, który nabył określoną rzecz na mocy umowy zawartej na odległość i liczy się z możliwością zwrotu tej rzeczy, nie może bowiem korzystać z niej w sposób nieskrępowany, korzystać ze wszystkich uprawnień, jakie przysługują właścicielowi. Wyłączenie możliwości swobodnego posługiwania się zakupioną rzeczą nie stoi w sprzeczności z celem wprowadzenia do porządku prawnego przepisów przywoływanej ustawy normującej zasady odstępowania od umów zawieranych na odległość. Przyczyną wprowadzenia szczególnych unormowań przyznających konsumentom uprawnienie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość była konieczność zapewnienia konsumentom możliwości zbadania przedmiotu umowy, zapoznania się z jego właściwościami. Konieczność zapewnienia takiej możliwości wynikała z tego, że w przypadku umów zawieranych na odległość konsument nie ma możliwości zbadania przedmiotu umowy przed jej zawarciem. Zgodnie z regulacją obowiązującą w sklepie prowadzonym przez spółkę Sketeshop.pl konsumenci mają możliwość zapoznania się z właściwościami sprzedawanych tam rzeczy po ich otrzymaniu, a także możliwość odstąpienia od zawartych umów. Mając na względzie ww. okoliczności należało stwierdzić, że zachowaniem swym spółka nie naruszyła art. 7 ust. 3 w zw. z art. 10 uunpk. W rozważanej sprawie zachowanie spółki nie nosiło zatem znamion bezprawnego. Jednocześnie działania przedsiębiorcy nie godziły w zbiorowe interesy konsumentów w zakresie objętym tym punktem decyzji. W tych okolicznościach sprawy, stosownie do art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że badane zachowanie spółki nie stanowi praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

VII

Art. 100 e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość, których specyfika polega na tym, że strony nie są jednocześnie obecne w miejscu zawierania umowy, co znacznie ogranicza możliwość bezpośredniego zapoznania się z jej przedmiotem. Konsekwencją powyższego sposobu zawierania umów jest zwiększone ryzyko, że zakupiony towar nie będzie odpowiadał umowie. Interes konsumentów przemawia za tym, aby dysponowali oni potwierdzeniami wszystkich informacji dotyczących przedsiębiorcy oraz postanowień umowy i możliwości odstąpienia od niej, co może ułatwić np. dochodzenie roszczeń powstałych w związku z umową zawartą na odległość. Z uwagi na wyżej opisane zagrożenie interesu konsumentów nadanie punktowi I i II tej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności jest uzasadnione.

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

VIII.

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

Postępowanie w sprawie stosowania przez „Skateshop.pl” Sp. z o.o. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu w punkcie I - V sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu z przedsiębiorcą. W związku z powyższym postanowiono obciążyć ww. przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 57 zł (słownie: pięćdziesięciu siedmiu złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

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

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

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral