



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
CEZARY BANASIŃSKI**

Delegatura w Lublinie
20-079 Lublin, ul. Dolna 3-go Maja 5
Tel. (0-81) 532-35-31, 532-54-48,
Fax (0-81) 532-08-26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl

RLU-61-192/04/JS

Lublin, dnia 14 marca 2005 r.

DECYZJA Nr RLU 12/2005

Na podstawie art. 23e ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (jedn. tekst: Dz. U. z 2003 r., Nr 86, poz. 804 ze zm Dz.U.z 2003 r, nr 60 poz. 535 i nr 170 poz. 1625, DZ. U. z 2004 r. nr 93 poz. 891 i nr 96 poz. 959) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18 poz. 172 ze zm DZ. U. z 2003 r nr 6 poz. 68), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Przedsiębiorstwu Państwowemu Wydawnictwa w Warszawie – nazywanej dalej przedsiębiorcą, prowadzącemu działalność gospodarczą między innymi za pomocą strony internetowej

działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 2 ww. ustawy:

- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji polegające na nie umieszczeniu informacji o możliwości odstąpienia przez konsumenta od umowy w dziesięciodniowym terminie na stronie internetowej, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną,
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, informacji o sposobie składania reklamacji oraz o trybie postępowania reklamacyjnego oraz nie określono, który sąd jest właściwy do rozstrzygnięcia sporów,
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi

drogą elektroniczną, informacji o numerze Regon oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą

i stwierdza jej zaniechanie z dniem 29 grudnia 2004 r.

Uzasadnienie

W dniu 19 października 2004 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej Prezes Urzędu) wszczął postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy w wyniku działania przedsiębiorcy sprzedającego książki za pośrednictwem internetu nie nastąpiło naruszenie przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (jedn. tekst : Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804, ze zm.)- zwana dalej ustawą, uzasadniająca wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W toku postępowania ustalono, iż przedsiębiorca za pośrednictwem strony internetowej, świadczy usługi drogą elektroniczną oferując do sprzedaży książki.

Na ww. stronie internetowej przedsiębiorca nie umieścił postanowień o możliwości odstąpienia przez konsumenta od umowy w terminie dziesięciodniowym. Brak tego zapisu jest sprzeczny z art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271, ze zm.)- zwana dalej ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów (...), w którym ustawodawca zagwarantował konsumentom dziesięciodniowy termin odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Zgodnie z art. 10 ust. 1 ww. ustawy termin ten w przypadku świadczenia rzeczowego liczy się od dnia wydania rzeczy. Na ww. stronie internetowej przedsiębiorca nie umieścił także informacji o sposobie składania reklamacji, do czego był zobowiązany na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...). Ponadto przedsiębiorca nie wypełnił obowiązku określonego w art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. z 2002 r. Nr 144, poz. 1204, ze zm.) – zwana dalej ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną, gdyż nie określił na stronie internetowej trybu postępowania reklamacyjnego.

W związku z powyższym Postanowieniem Nr 162/04 Prezesa Urzędu z dnia 22 grudnia 2004r. zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na :

naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieumieszczenie na stronie internetowej, informacji wymaganych na podstawie ustawy z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. nr 22, poz. 271 z późn. zm) oraz ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. nr 141, poz. 1176 z późn. zm). co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 ustawy

co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 ustawy.

W odpowiedzi na postanowienie o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w piśmie z dnia 7 stycznia 2005 r. przedsiębiorca poinformował, iż dokonał zmian na stronie internetowej polegających na umieszczeniu brakujących informacji i usunięciu zarzuconych nieprawidłowości. Zmiany te polegały w szczególności na: umieszczeniu informacji o dziesięciodniowym terminie odstąpienia od umowy, zamieszczeniu procedury postępowania konsumentów w

przypadku składania reklamacji, zamieszczenie informacji o sędzie właściwym do rozstrzygnięcia sporów oraz podaniu na stronie internetowej informacji o numerze Regon i organie, który zarejestrował działalność gospodarczą.

Prezes Urzędu ustalił co następuje:

Wydawnictwa są przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 00. Prowadzi on działalność gospodarczą pod nazwą Wydawnictwa w Warszawie. Przedmiotem działalności przedsiębiorcy, zgodnie z KRS, jest m.in. sprzedaż detaliczna książek.

W toku postępowania ustalono, iż przedsiębiorca za pośrednictwem strony internetowej oferował do sprzedaży książki. Na ww. stronie internetowej prezentował oferowane przez siebie towary oraz określał sposoby, terminy i koszty dostawy zamówionych książek. Oferta skierowana była do konsumentów. Działanie takie interpretować należy jako okazanie zamiaru kontraktowania przez profesjonalistę poprzez propozycję zawarcia umowy skierowaną do użytkownika internetu, który trafił na stronę internetową. Warunkiem dokonania zakupu było prawidłowe wypełnienie dostępnego na stronie formularza zamówienia. Wypełniony formularz, przesłany do sprzedawcy za pośrednictwem internetu, był podstawą do rozpoczęcia realizacji złożonego zamówienia tj. przygotowania i wysłania towarów pod wskazany w zamówieniu adres. Towar dostarczany był za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej, a płatność następowała w momencie odbioru przesyłki z zamówionym towarem lub przelewem bankowym. Cechą charakterystyczną opisanej procedury był brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodziło z chwilą, gdy adresat oferty złożył oferentowi oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty.

Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, są umowami na odległość jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. W nawiązaniu do przytoczonej definicji Prezes Urzędu ustalił, iż umowy zawierane przez przedsiębiorcę z konsumentami, odpowiadającymi na jego propozycję zawarcia umowy umieszczoną na stronie internetowej, są umowami zawieranymi na odległość. W stosunku do takich umów obowiązują regulacje zawarte w rozdziale 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) dotyczące, m.in. kwestii odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość oraz szeroko rozumianego obowiązku informacyjnego, którzy ciąży na przedsiębiorcy występującym do konsumenta z propozycją zawarcia umowy na odległość.

W art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) ustawodawca zagwarantował konsumentom dziesięciodniowy termin odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Zgodnie z art. 10 ust. 1 ww. ustawy termin ten w przypadku zakupu rzeczy liczy się od dnia jej wydania. Na stronie internetowej przedsiębiorca nie umieścił informacji o możliwości odstąpienia od umowy w terminie dziesięciodniowym.

W art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) określono przedkontraktowy obowiązek informacyjny, którego istotą jest udzielenie przez oferenta konsumentowi informacji, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość,

najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy. Na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 10 ww. ustawy konsument powinien być poinformowany o miejscu i sposobie składania reklamacji. Dodatkowo przepis art. 11 ust. 2 ww. ustawy stanowi, iż umowa powinna określać miejsce i sposób składania reklamacji, nie powodujące nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta.

Na stronie internetowej, za pośrednictwem której przedsiębiorca świadczy usługi drogą internetową nie umieszczono informacji o sposobie rozstrzygnięcia reklamacji, terminu odpowiedzi na reklamację oraz nie określono sądu właściwego do rozstrzygnięcia sporów.

Zawarcie umowy przez przedsiębiorcę z konsumentem, jak wyżej opisano, odbywa się przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość jakim jest internet, co oznacza, że mamy do czynienia ze świadczeniem usługi drogą elektroniczną. Pod pojęciem świadczenia usługi drogą elektroniczną zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną rozumie się wykonywanie usługi, która następuje poprzez wysyłanie i odbieranie danych za pomocą systemów teleinformatycznych, na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności obu stron, przy czym dane te są transmitowane za pośrednictwem sieci publicznych w rozumieniu ustawy Prawo Telekomunikacyjne. Do przedsiębiorców świadczących usługi drogą elektroniczną zastosowanie mają przepisy ww. ustawy, która to ustawa określa obowiązki ustawodawcy związane ze świadczeniem usług drogą elektroniczną. Art. 8 ww. ustawy nakłada na usługodawcę obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego udostępnienia tego regulaminu usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Art. 8 ust. 3 pkt. 4 ww. ustawy określa, iż w regulaminie świadczenia usług drogą elektroniczną usługodawca winien określić tryb postępowania reklamacyjnego. Ponadto zgodnie z art. 5 ust. 2 na stronie internetowej powinna być informacja o numerze Regon oraz o organie, który wyraził zgodę na prowadzenie działalności gospodarczej.

Przedsiębiorca nie wypełnił ww. obowiązku gdyż nie określił na stronie internetowej, za pośrednictwem której świadczy usługi drogą elektroniczną wszystkich wymienionych wyżej informacji.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Art. 23a ust. 2 ustawy stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Przesłankami zaistnienia zakazanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są:

- 1) działanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) naruszające zbiorowy interes konsumentów.

Ad. 1.)

Jak wskazano na wstępie Przedsiębiorstwo Państwowe Wydawnictwa jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 00 i prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Wydawnictwa

. Jest ono więc przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy.

Tym samym pierwsza przesłanka została spełniona.

Ad. 2.)

Na mocy art. 23a ustawy zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed bezprawnymi działaniami przedsiębiorcy. Zgodnie z uzasadnieniem projektu rządowego ustawy z dnia 5 lipca 2002 r., nowelizującej ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów „Same przepisy art. 23a – 23d nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, a także zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów” (druk sejmowy nr 366, s. 20). W Małej Encyklopedii Prawa bezprawność została zdefiniowana jako niezgodność z jakimkolwiek obowiązującym przepisem prawa (Mała Encyklopedia Prawa, PWN, Warszawa 1980, s. 46 i 47). Chodzi więc o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym jako całością. Istotnym jest również fakt, iż bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody, czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych.

Jak ustalił wcześniej organ antymonopolowy, do umów zawieranych przez przedsiębiorcę mają zastosowanie regulacje prawne dotyczące umów zawieranych na odległość /rozdział 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...)/ oraz przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Zachowanie przedsiębiorcy polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej za pośrednictwem której świadczy on usługi drogą elektroniczną informacji o prawie odstąpienia od umowy, jest niezgodne z art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), a tym samym narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Prawo odstąpienia od umowy jest głównym instrumentem ochronnym dla konsumenta zawierającego umowę na odległość. Umożliwia ono zwrot zakupionego towaru bez żadnych negatywnych dla niego skutków. Ma to istotne znaczenie w związku z faktem, iż w przypadku umów zawieranych bez jednoczesnej obecności obu stron znacznie ograniczona została możliwość zapoznania się konsumenta z przedmiotem świadczenia. Nie umieszczenie tego zapisu o przysługującym konsumentowi prawie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W razie odstąpienia od umowy, zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) umowa uważana jest za niezawartą, a to co strony świadczyły ulega zwrotowi w stanie niezmienionym. Zwrot ten powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni.

W związku z faktem, iż w opisanej sprawie zasadą działania przedsiębiorcy jest wykorzystanie środków porozumiewania się na odległość (w tym przypadku internetu) na ofercie ciążą określone w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) obowiązki informacyjne wobec konsumenta. Jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość jest szeroko ujęty obowiązek informacyjny, a podstawową zasadą jest udzielenie informacji przez przedsiębiorcę spontanicznie, nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta (E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, 2. Wydanie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2002 r., s 285).

Nie umieszczenie na stronie internetowej, za pośrednictwem której przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, informacji o sposobie składania reklamacji jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), a

tym samym narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Działanie takie pozbawiło konsumenta możliwości uzyskania, zagwarantowanej mu przepisami prawa, informacji o sposobie składania reklamacji towaru zakupionego za pośrednictwem ww. strony internetowej. Ponieważ umowa zawierana na odległość wiąże się z występowaniem deficytu informacji, na oferencie ciąży szczególne obowiązki informacyjne w zakresie poinformowania, m.in. o miejscu i sposobie składania reklamacji. Informacje te mają dla konsumenta istotne znaczenie dla dochodzenia przez niego swoich praw, w kontekście niemożności ich uzyskania np. u sprzedawcy przy dokonywaniu zakupu w „tradycyjny” sposób.

Nie umieszczenie na stronie internetowej, za pośrednictwem której przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną informacji o trybie postępowania reklamacyjnego jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a tym samym narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Działanie takie pozbawiło konsumenta możliwości uzyskania informacji o trybie postępowania reklamacyjnego. Tryb ten winien być określony w regulaminie świadczenia usług drogą elektroniczną, a regulamin nieodpłatnie udostępniony usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Pozbawienie konsumenta informacji o trybie postępowania reklamacyjnego usług świadczonych drogą elektroniczną wywołało deficyt informacyjny. Nie przekazanie wymaganych przepisami prawa informacji powodować mogło utrudnienia w dochodzeniu roszczeń, wobec braku informacji o procedurach reklamacyjnych usług świadczonych drogą elektroniczną, które winny być ustalone i ogłoszone przez usługodawcę.

Nie umieszczenie na stronie informacji o właściwości sądu do rozstrzygnięcia sporów w oparciu o kodeks cywilny jak również możliwości pozasądowego rozstrzygnięcia sporów wynikających z umowy narusza również obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz jest bezprawny, gdyż taki obowiązek wynika z art. 16b ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. Brak tych zapisów ogranicza możliwości dochodzenia swoich praw konsumentowi.

Odrębnym zagadnieniem jest brak na stronie pełnej informacji o przedsiębiorcy tj. brak numeru Regon oraz określenia organu, który wydał zgodę na prowadzenie działalności gospodarczej. Taki obowiązek wynika wprost z art. 5 ust. 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Tym samym druga przesłanka została spełniona.

Ad.3)

Każde działanie bezprawne w ramach danego stosunku prawnego godzi w interesy drugiej strony kontraktu. Przepisy prawa o charakterze bezwzględnie obowiązującym wprowadzono bowiem do porządku prawnego po to, by chronić dobro zasługujące na ochronę.

Osobami dokonującymi zakupu za pośrednictwem strony internetowej mogli być zarówno konsumenci (zgodnie z art. 22¹ Kodeksu Cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą), jak i osoby prowadzące działalność gospodarczą.

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia z takim interesem, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta, czyli są powszechne. W przedmiotowej sprawie za taką zbiorowość należy uznać zarówno konsumentów, którzy dokonali już zakupu za pośrednictwem strony internetowej, jak i wszystkich potencjalnych konsumentów-użytkowników internetu, którzy są lub będą zainteresowani zamówieniem któregośkolwiek z towarów, prezentowanych na ww. stronie internetowej. Powszechny charakter usług świadczonych przez przedsiębiorcę drogą elektroniczną potwierdza fakt, że w niniejszej sprawie mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów, co oznacza naruszenie interesu publicznego.

Tym samym trzecia przesłanka została spełniona.

Prezes Urzędu uznał, że działania przedsiębiorcy nosiły znamiona naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji i godziły w zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 23a ust. 2 wskazanej wyżej ustawy, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności naruszenie przez przedsiębiorcę obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o świadczonych usługach.

Obowiązek informowania partnera o istotnych (z jego punktu widzenia) okolicznościach dotyczących kontraktu, jego przedmiotu i treści, a także powinność czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny - jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania. Kontrahentem konsumenta jest zawsze zawodowiec, profesjonalista. Wprowadzenie w błąd przy udzielaniu informacji oznacza zachowanie prowadzące do wywołania błędu, a więc fałszywego odzwierciedlenia rzeczywistości w świadomości osoby do której jest skierowane, jak również może zostać osiągnięte przez przemilczenie, zaniechanie poinformowania o faktycznym stanie rzeczy. Od znawcy, profesjonalisty wymaga się więcej aniżeli od laika. Znaczący musi być kompetentny tzn. reprezentować odpowiedni poziom wiedzy, aby mógł udzielać informacji, udzielając jej musi zachować się odpowiednio starannie, tak aby poziom informacji udzielonej odpowiadał tej wiedzy, odniesionej do konkretnej sytuacji.

Zdaniem doktryny z chwilą zainicjowania wzajemnych kontraktów pomiędzy profesjonalistą, a konsumentem (moment, gdy oferta, czy reklama dociera do konsumenta bezpośrednio przed podjęciem przez niego decyzji o zawarciu umowy) następuje największe natężenie obowiązków profesjonalisty wobec konsumenta. Dotyczy to konieczności udzielenia tych informacji, które są niezbędne dla świadomego dokonania wyboru i podjęcia decyzji o wdaniu się w transakcję przez konsumenta. Ten właśnie moment jest miarodajny dla oceny, czy kontrahent konsumenta wywiązał się ze swych powinności (co do przedmiotu, treści i adekwatności informacji). – *Ewa Łętowska „Prawo umów konsumenckich”, 2 wydanie, Wydawnictwo C.H. Beck, 2002.*

Źródłem informacji, jakie uzyskuje konsument o towarze są w przypadku sprzedaży za pomocą strony internetowej jest strona internetowa za pomocą której oferowane są konsumentom towary.

Nie ulega wątpliwości, że treść tych informacji powinna być rzetelna, prawdziwa i pełna. Nie odpowiadają tym kryteriom informacje zawarte na stronie.

Dlatego też należało je uznać za wypełniające przesłanki praktyki opisanej w art. 23 a ust. 2 ustawy.

W piśmie z dnia 7 stycznia 2005 r. przedsiębiorca poinformował, iż dokonał zmian na stronie internetowej polegających na umieszczeniu brakujących informacji i usunięciu zarzuconych nieprawidłowości (potwierdzenie uzupełnienia strony internetowej o

brakujące elementy w dniu 29 grudnia 2004 roku otrzymano drogą elektroniczną mail z 9 stycznia 2005 r.). Zmiany te polegały w szczególności na: umieszczeniu informacji o dziesięciodniowym terminie odstąpienia od umowy, zamieszczeniu procedury postępowania konsumentów w przypadku składania reklamacji, zamieszczenie informacji o sądzie właściwym do rozstrzygania sporów oraz podaniu na stronie internetowej informacji o numerze Regon i organie, który zarejestrował działalność gospodarczą.

Prezes Urzędu uznał, iż zamieszczenie ww. informacji jest równoznaczne z wypełnieniem obowiązku określonego w art. 9 ust. 1 pkt 5 i 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) i art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną i świadczy o tym, iż przedsiębiorca zgodził się z postawionymi mu zarzutami.

Ponieważ Prezes Urzędu uznał przedstawione w sprawie dowody za przekonujące i wiarygodne oraz stwierdził zaniechanie stosowania praktyki z dniem 29 grudnia 2004 r., orzekł jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o 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 dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury w Lublinie.

Otrzymuje:
Wydawnictwa

Z upoważnienia

Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Lublinie

Ewa Wiszniowska