



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dn. 11 lipca 2014 r.

RKT-61-01/14/BP

**DECYZJA Nr RKT - 20/2014**

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Pawłowi Sawickiemu prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą DecoKing.pl Paweł Sawicki we Wrocławiu,

**I.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** stosowaniu w regulaminie konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” postanowienia o treści: „W przypadku niezadowolenia z wybranego przedmiotu, można dokonać jego zwrotu lub wymiany, w przeciągu 10 dni od otrzymania paczki (...)”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 3 lutego 2014 r.,**

**II.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za naruszającą **zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** stosowaniu w regulaminie serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” postanowień, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 101) o treści: „Na podstawie ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny art.2 ust.1 istnieje możliwość dokonania zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni zgodnie z art.10 ww ustawy. Jednocześnie informujemy, że w celu dokonania zwrotu należy: a) napisać maila na adres sklep@decoking.pl w którym w treści lub w załączniku zostanie dołączony skan paragonu oraz numer konta na jakie mamy zwrócić kwotę zakupu. b) w odpowiedzi na maila dostaną Państwo formularz zwrotu, który należy wypełnić, podpisać i odesłać wraz z paczką (...) 3. Zwrotom podlegają tylko i wyłącznie towary po okazaniu ważnego paragonu wysłanego drogą mailową. 4. Brak paragonu spowoduje brak rejestracji Państwa paczek w zwrotach (...)” **oraz** „Do zarejestrowania zwrotów lub reklamacji należy napisać maila na adres: sklep@decoking.pl W temacie maila należy wpisać słowo "zwrot" lub "reklamacja". W załączniku koniecznie należy dołączyć skan paragonu oraz zdjęcie wadliwego towaru. W innym wypadku reklamacji i zwroty nie zostaną rozpatrywane”, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 3 lutego 2014 r.,**

**III.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na:**

**1.** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

**2.** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

**3.** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

**4.** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” – w zakresie niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

**i stwierdza się zaniechanie stosowania praktyk, o których mowa w punktach III.1.-III.4. powyżej z dniem 27 lutego 2014 r.,**

**IV.** na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się na Pawła Sawickiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą DecoKing.pl Paweł Sawicki we Wrocławiu kary pieniężne w wysokości:**

**1. 571 zł** (pięciuset siedemdziesięciu jeden złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji

2. **2741 zł** (dwóch tysięcy siedmiuset czterdziestu jeden złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji,

V. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dn. 14 czerwca 1960 r. Kodeksu postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 267), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się obciążyć Pawła Sawickiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą DecoKing.pl Paweł Sawicki we Wrocławiu **kosztami przeprowadzonego postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty **30 zł** (trzydziestu złotych), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

### UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”) przeprowadzono postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RKT-405-22/13/BP w sprawie działalności Pawła Sawickiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą DecoKing.pl Paweł Sawicki we Wrocławiu (zwanego dalej także „przedsiębiorcą”). W toku przedmiotowego postępowania powzięto podejrzenie, iż ww. przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w sentencji niniejszej decyzji. W tych okolicznościach, Postanowieniem nr 1 z dn. 16 stycznia 2014 r. (dowód: karty nr 2 – 4) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne, co uczyniono po uprzednim otrzymaniu upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dowód: karta nr 1).

W toku niniejszego postępowania, w odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca przedstawił swoje stanowisko w sprawie w pismach z dn. 31 stycznia 2014 r. (dowód: karty nr 44-70), z dn. 19 lutego 2014 r. (dowód: karty nr 73-89), z dn. 24 lutego 2014 r. (dowód: karty nr 91-122), z dn. 25 marca 2014 r. (dowód: karty nr 126-132) oraz z dn. 8 kwietnia 2014 r. (dowód: karty nr 135-138).

W pierwszym w kolejności piśmie kierowanym do Prezesa Urzędu z dn. 31 stycznia 2014 r., nadanym w dn. 3 lutego 2014 r., przedsiębiorca wskazał, że z tym dniem zaniechał wszystkich wskazanych w Postanowieniu nr 1 z dn. 16 stycznia 2014 r. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W tym zakresie wniósł o wydanie decyzji w oparciu o art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – uznającej stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie ich stosowania. Wniósł również o nienakładanie kary pieniężnej z uwagi na ratio legis art. 106 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który umożliwia sankcjonowanie najpoważniejszych naruszeń jej przepisów, a co w przedmiotowej sprawie miało nie mieć miejsca oraz na fakt, że nawet wymierzenie kary w wysokości symbolicznej stanowiłoby dla niego znaczącą dolegliwość, pozostającą w rażącej sprzeczności ze stopniem jego winy oraz szkodliwością stwierdzonej praktyki dla interesów konsumentów (dowód: karta nr 44). W piśmie z dn. 31 stycznia 2014 r. przedsiębiorca zobowiązał się także, w terminie do dnia 3 lutego 2014 r., do zamieszczenia na stronie internetowej [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz na koncie aukcyjnym allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” informacji o treści:

„Paweł Sawicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą DecoKing.pl Paweł Sawicki z siedzibą we Wrocławiu, ulica Norberta Barlickiego 10 lok.11, 50-324 Wrocław, Numer NIP: 912-180-69-07, Numer REGON: 021788084, wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), którą prowadzi w systemie

teleinformatycznym minister właściwy do spraw gospodarki, informuje o zmianie Regulaminu ze skutkiem od dnia 02.01.2012r. dla Sklepu DecoKing.pl. Jednocześnie wszystkie osoby, które dokonały zakupów według poprzednich regulaminów i poniosły z tego tytułu jakiegokolwiek szkody, są proszone o kontakt:

a) osobisty w siedzibie przedsiębiorcy: ulica Norberta Barlickiego 10 lok.11, 50-324 Wrocław, lub

b) listowny: Paweł Sawicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą DecoKing.pl Paweł Sawicki ulica Norberta Barlickiego 10 lok.11, 50-324 Wrocław, lub

c) mailowy: sklep@decoking.pl lub

d) telefoniczny: 0048 782156086.

Paweł Sawicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą DecoKing.pl Paweł Sawicki z siedzibą we Wrocławiu zobowiązuje się do poniesienia pełnej odpowiedzialności odszkodowawczej w związku z poprzednio obowiązującą nieprawidłowym tekstem regulaminu naruszającym zbiorowe interesy konsumentów”.

Przedsiębiorca zobowiązał się również powyższą informację wraz ze zmienionym tekstem regulaminu wysłać do wszystkich znanych mu klientów serwisu internetowego DecoKing.pl, tj. na dzień zmiany regulaminu do [...] podmiotów, a w przypadku zaś konta aukcyjnego allegro.pl informacja zostanie przesłana do wszystkich znanych mu klientów, którzy dokonali zakupu przez to konto aukcyjne, tj. na dzień zmiany regulaminu do [...] podmiotów, w terminie do 14 lutego 2014 r. (dowód: karta nr 45).

Przedsiębiorca wskazał również, że w związku z Postanowieniem nr 1 z dn. 16 stycznia 2014 r., niezwłocznie wszczął procedurę mającą na celu zapobieżenie stasowaniu praktyk, którego zostały wymienione w ww. dokumencie. W wyniku podjętych przez niego działań doszło do opracowania nowego regulaminu serwisu internetowego, wprowadzenia istotnych zmian w ramach regulaminu konta aukcyjnego allegro.pl, potwierdzania konsumentom na piśmie najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji przewidzianych prawem.

Odnośnie zarzutu punktu I. Postanowienia nr 1 dn. 16 stycznia 2014 r., w miejsce kwestionowanego postanowienia, które zostało wykreślone, przedsiębiorca wprowadził klauzulę o treści: „1.Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. nr 22, poz. 271) Konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie 10 dni od daty otrzymania rzeczy”.

Odnośnie zarzutu punktu II. Postanowienia nr 1 dn. 16 stycznia 2014 r., w miejsce kwestionowanych postanowień regulaminu konta aukcyjnego allegro.pl oraz serwisu internetowego DecoKing.pl, które zostały wykreślone z tych regulaminów, przedsiębiorca wprowadził klauzulę o treści: „3. Zwracany towar należy odesłać niezwłocznie tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu na adres:

DecoKing.pl Paweł Sawicki

ul. Kleczkowska 52 mag. 6

50-227 Wrocław.

w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu” – pisownia oryginalna.

Odnośnie kolejnego zarzutu Postanowienia nr 1 dn. 16 stycznia 2014 r., przedsiębiorca wskazał, że braki informacyjne wskazane w punktach III.1.-III.4. zostały uzupełnione poprzez zamieszczenie wymaganych prawem informacji w potwierdzeniu zamówienia.

Powyższe pozwoliło przedsiębiorcy na stwierdzenie, iż nie tylko zaniechał stosowania praktyk naruszających zbiorowe ale i dąży wszelkimi możliwymi środkami do wyeliminowania ich skutków. Przedsiębiorca wskazał, iż jest to jego pierwsza działalność

gospodarcza, która została rozpoczęta 2 stycznia 2012 r. Powołując się również na swój wiek wskazał, iż nie sposób od niego wymagać sprawności i doświadczenia w poruszaniu się w przepisach prawa. Podejmowane przez niego działania nie były działaniami w złej wierze, a ponadto nie można w jego działalności dopatrywać się znamion umyślności. Pozytywne opinie klientów mają świadczyć o tym, iż zawsze starał się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom konsumentów. Na dzień 31 stycznia 2014 r. przedsiębiorca prowadził wyłącznie jeden spór z konsumentem, a który wynikał wyłącznie z odesłania przez konsumenta towaru na niewłaściwy adres i który zakończył się ugodą z konsumentem. Przedsiębiorca dodał, że wszelkie wątpliwości związane z realizacją obowiązków stron umowy były zawsze interpretowane na korzyść konsumentów, a błędne zapisy regulaminów nie miały rzeczywistego wpływu na relacje z konsumentami i na możliwość korzystania przez nich z praw w związku z zawarciem umowy sprzedaży. Postanowienia działające na niekorzyść konsumenta były bowiem traktowane jako klauzule przydatne wyłącznie na wypadek sporu sądowego i nie były przez niego egzekwowane. Żaden z konsumentów nie został pozbawiony, ani też nie ograniczono mu możliwości realizacji praw konsumenckich. Przedsiębiorca wskazał, iż w istocie nie zdawał sobie sprawy, że niektóre z postanowień jego regulaminów mogą naruszać zbiorowe interesy konsumentów i że mogą być sprzeczne z prawem. Podniósł, że niezwłocznie po otrzymaniu zawiadomienia o wszczęciu przedmiotowego postępowania podjął działania mające na celu ich zaniechanie i usunięcie skutków wskazanych naruszeń. W tym celu doprowadził do poprawienia regulaminów, zlecił profesjonalistom nadzorowanie działań faktycznych oraz podjął przygotowania techniczne do przesłania koniecznych informacji mających na celu usunięcie naruszeń do kilkunastu tysięcy osób.

Przedsiębiorca wskazał również, że nakładanie kar pieniężnych na podstawie art. 106 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – analogicznie jak w przypadku innych kar pieniężnych stosowanych na podstawie ustawy – odbywa się na zasadzie fakultatywności. Równocześnie poza zasadami określonymi w art. 109 ww. ustawy, nie wskazuje ona jakie okoliczności należy brać pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o nałożeniu albo powstrzymaniu się od nałożenia kary. Przedsiębiorca wskazał, iż w orzecznictwie i piśmiennictwie prawniczym podkreśla się wagę takich czynników jak stopień zagrożenia interesu publicznoprawnego, umyślność albo nieumyślność, czas trwania naruszenia, rozmiar korzyści finansowych odniesionych z naruszenia, zaniechanie naruszenia oraz ponowne dopuszczenie się naruszenia. Przedsiębiorca wskazał, iż należy wziąć pod uwagę również inne okoliczności łagodzące, które wystąpiły w niniejszej sprawie tj. aktywne współdziałanie w postępowaniu wyjaśniającym przed Prezesem Urzędu. Wskazano, iż przedsiębiorca pomimo braku świadomości istnienia i wagi naruszeń odpowiedział pisemnie na wszystkie pisemne wezwania Prezesa Urzędu i na bieżąco starał się uwzględniać wytyczne Prezesa w toku prowadzonej działalności. Ewentualne nadal istniejące uchybienia wynikały tylko i wyłącznie z braku wystarczającej wiedzy i świadomości prawnej po stronie przedsiębiorcy. Przedsiębiorca podkreślił, iż bezsprzecznie wykazał się pozytywną reakcją na fakt wszczęcia przez Prezesa Urzędu przedmiotowego postępowania, jak również podjął działania mające na celu zrekompensowanie konsumentom wszelkich szkód wynikających z obowiązywania nieprawidłowych regulaminów, polegające na zamieszczeniu w miejscu sprzedaży internetowej informacji o możliwości kierowania przeciwko niemu roszczeń w związku z poprzednio obowiązującym nieprawidłowym tekstem regulaminu naruszającym zbiorowe interesy konsumentów. Przedsiębiorca wskazał, iż nie występuje po jego stronie żadna okoliczność obciążająca, mogąca mieć wpływ na wymiar kary, jak umyślność, uprzednie stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów czy też znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Przedsiębiorca wskazał, iż prowadzi działalność wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz że nie osiągnął żadnych korzyści majątkowych w związku ze stosowaniem kwestionowanych praktyk. Zważywszy na zakres prowadzonej działalności oraz dochód osiągnięty przez niego w 2012 r. wskazał, że nawet najniższa

nałożona na niego kara finansowa będzie miała charakter nader restrykcyjny. Podniósł, iż sam fakt wszczęcia przeciwko niemu przedmiotowego postępowania i konieczność podjęcia znacznych nakładów finansowych w celu usunięcia naruszeń i ich skutków stanowi o spełnieniu celu niniejszego postępowania. W przypadku gdyby jednak Prezes Urzędu doszedł do przekonania o konieczności zastosowania kary finansowej, wniósł o nałożenie kary w szczególnie niskiej wysokości, ponieważ w sprawie wystąpić miały wszelkie okoliczności, które w świetle wyjaśnień Prezesa Urzędu z maja 2013 r. w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zapewniają, iż kara w niższej wysokości spełni swoje cele (dowód: karty nr 45-47).

W piśmie z dn. 19 lutego 2014 r. przedsiębiorca przedstawił dowody poinformowania klientów o zmianie regulaminu sklepu internetowego DecoKing.pl oraz konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” w formie zrzutów z ekranu z programów obsługujących kontakt elektroniczny z klientami. Przedstawił ponadto dowody zmiany regulaminu na koncie aukcyjnym o nazwie „DecoKing\_pl” w formie zrzutów z ekranu (dowód: karty nr 73-89).

W piśmie z dn. 24 lutego 2014 r. przedsiębiorca wyjaśnił, że dokłada wszelkich starań, aby jego działania wypełniały literę prawa i czyniły zadość prawom konsumentów. Zwrócił uwagę na niewielki staż prowadzonej działalności oraz na fakt że doświadczenia dotyczące prowadzenia własnej działalności gospodarczej czerpie z kontaktów z innymi przedsiębiorcami. Wskazał, że samo prawo konsumenckie w sposób jasny i czytelny nie reguluje obowiązków przedsiębiorcy w ich ujęciu praktycznym. Przedsiębiorca powołał się również na komentarz do ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225 – zwanej dalej także „uonpk”), w którym znajdują się między innymi twierdzenia, zgodnie z którymi „(...) istotnym zagadnieniem jest forma oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Wymagane jest złożenie oświadczenia na piśmie, jednak ustawa nie przewiduje skutku niezachowania tej formy w postaci nieważności oświadczenia. Choć prawodawca nie zastrzega żadnej szczególnej formy w jakiej konsument powinien złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy, to przedstawiciele nauki wskazują tu na art. 77 § 2 k.c., który stanowi, że jeżeli umowę zawarto w formie pisemnej, odstąpienie od niej za zgodą obu stron powinno zostać stwierdzone pismem. Forma pisemna jest jednak zastrzeżona tylko dla celów dowodowych, a więc skutkiem jej niezastosowania nie będzie bezskuteczność oświadczenia. Konsument ma więc prawo do złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy w dowolnej postaci i nie będzie przy tym obciążony żadnymi negatywnymi następstwami. Oświadczenie może być złożone zarówno pisemnie, jak i za pomocą środków ułatwiających porozumienie na odległość, np. poczty elektronicznej, telefonu, faksu, może także być przekazane ustnie właściwej osobie pracującej w banku (Rutkowska-Tomaszewska E., Pojęcie i istota szczególnych uprawnień konsumenta [w:] Ochrona prawna klienta na rynku usług bankowych)”. W tym zakresie przedsiębiorca podniósł, iż skoro doktryna dopuszcza złożenie przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu w każdej formie, mimo postanowienia art. 7 uonpk, to i przedsiębiorca ma prawo wykonać swoje obowiązki informacyjne za pomocą środka porozumiewania się na odległość. Wskazał, iż nie można zapominać, że umowa zawierana na odległość jest jedną z umów cywilnoprawnych, których istotą jest m.in. równość stron zawieranej umowy. Oczywiście jest, że w przypadku umów zawieranych z konsumentem, to równość ta zostaje przez ustawodawcę nieco zachwiana, ponieważ konsument jako słabsza strona stosunku prawnego posiada większą ochronę prawną niż przedsiębiorca. Niemniej jednak tej zwiększonej ochrony prawnej nie można interpretować rozszerzająco. W przeciwnym razie doprowadzi ona do rażącej dysproporcji między pozycją konsumenta a przedsiębiorcy, na niekorzyść tego ostatniego. Wskazał również, że skoro ustawodawca zarówno w odniesieniu do konsumenta, jak i przedsiębiorcy zastosował to samo sformułowanie – „na piśmie” – to znaczy, że celem ustawodawcy było zastosowanie

jednolitych wymogów i dla konsumenta, i dla przedsiębiorcy. Podkreślił, iż przemawia za tym również § 10 Rozporządzenia Rady Ministrów z dn. 20 czerwca 2002 r. w sprawie zasad techniki prawodawczej (Dz. U. Nr 100, poz. 908). Wyrażona w tym paragrafie zasada konsekwencji terminologicznej służy realizacji tak ważnych zasad, jak zasada komunikatywności, zasada precyzji, czy zasada adekwatności przepisów prawnych. Ponadto zgodnie z art. 9 ust. 3 uonpk forma poinformowania konsumenta przez przedsiębiorcę została zastrzeżona w tym przepisie tylko dla celów dowodowych (tak jak w art. 7 ust. 1 tej ustawy). W świetle art. 74 ust. 1 k.c. czynność dokonana bez zachowania formy pisemnej zastrzeżonej dla celów dowodowych jest ważna i wiąże strony, jedynie gdy w razie sporu istnieją istotne ograniczenia dowodowe. Surowość ograniczeń dowodowych przewidzianych w komentowanym przepisie jest jednak łagodzona przez wprowadzenie w ust. 2 wyjątków od wyżej wskazanej zasady. Przeprowadzenie wyżej wskazanych dowodów jest więc dopuszczalne w następujących sytuacjach: a. obie strony wyrażą zgodę na przeprowadzenie wspomnianych dowodów, b. przeprowadzenia dowodu żąda konsument w sporze z przedsiębiorcą, c. fakt dokonania czynności jest uprawdopodobniony za pomocą pisma. Niezachowanie więc formy pisemnej zastrzeżonej dla celów dowodowych, w ocenie przedsiębiorcy, nie skutkuje dla konsumenta ograniczeniami dowodowymi. Przedsiębiorca wskazał również, że wymaganie istnienia uprawdopodobnienia na piśmie faktu dokonania czynności prawnej jest traktowane w orzecznictwie dosyć liberalnie. Początkiem dowodu na piśmie, czyli dokumentem wykazującym, że czynność została dokonana, może być każdy dokument, którego treść bezpośrednio lub pośrednio wskazuje na fakt dokonania czynności. Może to być dokument prywatny albo urzędowy, list, dowód wpłaty, wycinek prasowy, wydruk komputerowy, telefaksowy, telegram itp. Przedsiębiorca wyjaśnił, że w momencie przyjęcia zamówienia przesyła e-mailowo na adres e-mailowy konsumenta tzw. potwierdzenie zamówienia, które zawiera m.in. informacje dotyczące organu, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, terminu i sposobu dostawy, prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, miejsca i sposobu składania reklamacji. Przedmiotowe potwierdzenie przesyłane jest w formie nieedytowalnej (PDF). W ocenie przedsiębiorcy taka forma uprawdopodobnia za pomocą pisma fakt zawarcia umowy sprzedaży oraz spełnienie obowiązków informacyjnych wynikających z ustawy. Przedsiębiorca wskazał, że zgodnie ze stanowiskiem przyjętym w doktrynie obowiązek z art. 9 ust. 3 uonpk ma na celu uniknięcie niebezpieczeństwa zmiany wcześniej podanych informacji przez sprzedającego oraz ułatwienie konsumentowi, w razie sporu, udowodnienia na jakich warunkach umowa została zawarta. Przedsiębiorca podniósł, iż w związku z wysyłaniem w formie nieedytowalnej Potwierdzenia Zamówienia, obowiązek wynikający z art. 9 ust. 3 uonpk został przez niego faktycznie spełniony (dowód: karty nr 91-92).

Przedsiębiorca zobowiązał się jednak – mając na uwadze dążenie do wyjaśnienia wszelkich wątpliwości i szczególną staranność w stosowaniu prawa konsumenckiego – począwszy od dnia 27 lutego 2014 r., do dołączania do zamówionego towaru wysyłanego do klientów serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl), a także konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” informacji na piśmie odnośnie:

- a. imienia i nazwiska, adresu zamieszkania przedsiębiorcy oraz organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numeru pod którym to nastąpiło,
- b. istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu,
- c. ceny i zasady jej zapłaty,
- d. kosztów, terminu i sposobu dostawy,
- e. prawa odstąpienia od umowy i wyjątków od tego prawa,
- f. miejsca i sposobu składania reklamacji.

Przedsiębiorca zobowiązał się również do zmiany § 8 pkt 3 Regulaminu sklepu internetowego DecoKing.pl oraz art. 6 pkt 2 Regulaminu konta aukcyjnego „DecoKing\_pl” poprzez dodanie



stosownego postanowienia dotyczącego dołączania do każdej przesyłki pisemnej informacji, zgodnie z dyspozycją art. 9 ust. 3 uonpk (dowód: karta nr 92).

W piśmie z dn. 25 marca 2014 r. przedsiębiorca wskazał, iż z dniem 27 lutego 2014 r., faktycznie przystąpił do wysyłania konsumentom, z którymi zawarł umowy na odległość za pośrednictwem konta aukcyjnego allegro.pl oraz serwisu internetowego „Informacji udzielanych przez przedsiębiorcę”, które stanowiły załącznik do pisma z dn. 24 lutego 2014 r. Odnośnie organu, który zarejestrował działalność gospodarczą oraz numeru pod którym to nastąpiło, przedsiębiorca wyjaśnił, że stosując się do literalnego brzmienia wskazał jako organ – Prezydenta Miasta Wrocławia, a jako numer 000011210-2012. Dodał, że w 2013 r. był kontrolowany przez Inspekcję Handlową, która zwróciła mu uwagę na brak informacji o organie, który zarejestrował jego działalność. W związku z tym przedsiębiorca uzupełnił dane o organ oraz numer, pod którym został zarejestrowany i w tym zakresie wprowadzone przez niego zmiany uznano za poprawne. Dążąc jednak do jak najszybszego zakończenia toczącego się postępowania przedsiębiorca przedstawił zmodyfikowane informacje dotyczące organu, który zarejestrował jego działalność (dowód: karta nr 126).

W piśmie z dn. 8 kwietnia 2014 r. przedsiębiorca przedstawił informacje odnośnie osiągniętego w 2013 r. przychodu z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej oraz odnośnie przychodu uzyskanego w związku z zawieraniem umów na odległość (dowód: karta nr 135).

Pismem z dn. 16 maja 2014 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karty nr 142-143). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

### **Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny**

Paweł Sawicki prowadzi działalność gospodarczą pod firmą DecoKing.pl Paweł Sawicki we Wrocławiu. Jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. W rubryce „Przeważająca działalność gospodarcza” wypisu z ww. ewidencji znajduje się kod PKD – 47.91.Z Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet (dowód: karta nr 141).

W toku przedmiotowego postępowania ustalono, że przedsiębiorca prowadzi sprzedaż na odległość za pośrednictwem serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl”, na których prowadzi sprzedaż akcesoriów wyposażenia wnętrz. Zasady sprzedaży w ww. sklepie internetowym oraz na koncie aukcyjnym określają ich regulaminy (w przypadku konta aukcyjnego jest to zakładka „o mnie”). Ustalono, że aktualny regulamin serwisu obowiązuje od chwili jego założenia tj. od 2 stycznia 2012 r. (z tą datą też przedsiębiorca rozpoczął wykonywanie działalności gospodarczej). Ustalono również, iż ten sam regulamin obowiązuje w przypadku konta aukcyjnego „DecoKing\_pl”. Przedmiotowe konto aukcyjne zostało założone przez przedsiębiorcę w dn. 11 marca 2012 r. (dowód: karty nr 21-22).

Ustalono, iż w regulaminie serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) przedsiębiorca stosował postanowienie o następującej treści: „Na podstawie ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny art.2 ust.1 istnieje możliwość dokonania zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni zgodnie z art.10 ww ustawy. Jednocześnie informujemy, że w celu dokonania zwrotu należy: a) napisać maila na adres [sklep@decoking.pl](mailto:sklep@decoking.pl) w którym w treści lub w załączniku zostanie dołączony skan paragonu oraz numer konta na jakie mamy zwrócić kwotę zakupu. b) w odpowiedzi na maila dostaną Państwo formularz zwrotu, który należy wypełnić, podpisać i odesłać wraz z paczką (...) 3. Zwrotom podlegają tylko i wyłącznie towary po



okazaniu ważnego paragonu wysłanego drogą mailową. 4. Brak paragonu spowoduje brak rejestracji Państwa paczek w zwrotach (...)” – § 5 regulaminu (dowód: karta nr 15).

Równocześnie w regulaminie konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” przedsiębiorca stosował postanowienia o następującej treści:

- ✓ „W przypadku niezadowolenia z wybranego przedmiotu, można dokonać jego zwrotu lub wymiany, w przeciągu 10 dni od otrzymania paczki (...)” – punkt 10 regulaminu,
- ✓ „Do zarejestrowania zwrotów lub reklamacji należy napisać maila na adres: sklep@decoking.pl W temacie maila należy wpisać słowo "zwrot" lub "reklamacja". W załączniku koniecznie należy dołączyć skan paragonu oraz zdjęcie wadliwego towaru. W innym wypadku reklamacji i zwroty nie zostaną rozpatrywane” – punkt 12 regulaminu (dowód: karta nr 19).

Ustalono równocześnie, że z dniem 3 lutego 2014 r. w miejsce kwestionowanego postanowienia punktu 10 regulaminu konta aukcyjnego allegro.pl, które zostało wykreślone, przedsiębiorca wprowadził klauzulę o treści: „1.Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. nr 22, poz. 271) Konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie 10 dni od daty otrzymania rzeczy” (dowód: karty nr 44 verso, 45).

Ustalono także, iż z dniem 3 lutego 2014 r. postanowienia zakwestionowane w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji zostały wykreślone z regulaminu serwisu internetowego oraz konta aukcyjnego allegro.pl, a w ich miejsce zostały wprowadzone następujące klauzule:

„3. Zwracany towar należy odesłać niezwłocznie tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu na adres:

DecoKing.pl Paweł Sawicki  
ul. Kleczkowska 52 mag. 6  
50-227 Wrocław.

w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu” (dowód: karta nr 45 verso).

Równocześnie postępowanie reklamacyjne – w przypadku serwisu internetowego oraz konta aukcyjnego allegro.pl – zostało uregulowane w następujący sposób:

„1. W przypadku, kiedy towar jest niezgodny z umową należy zgłosić reklamację w ramach gwarancji bezpośrednio w serwisie producenta (jeżeli towar posiada kartę gwarancyjną) lub zgłosić reklamację u Sprzedawcy.

2. Wykaz autoryzowanych serwisów znajduje się na karcie gwarancyjnej lub stronie internetowej producenta.

3. Podstawą rozpatrzenia reklamacji Kupującego zgłoszonych do Sprzedawcy są obowiązujące przepisy prawa, a w szczególności przepisy Kodeksu Cywilnego, ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. nr 141, poz. 1176 z późn. zm.) i ustawy z dnia 2 lipca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r., nr 22, poz. 271 z późn. zm.).

4. Sprzedawca w celu rozpatrzenia reklamacji Kupującego dotyczących wymiany lub naprawy towaru może korzystać z opinii specjalistów, autoryzowanych serwisów lub opinii gwaranta. Sprzedawca zwraca koszty przesyłki towaru w ramach uprawnień reklamacyjnych konsumenta.

5. Do złożenia reklamacji wystarczy przedstawić jakikolwiek dowód zawarcia transakcji np. wyciąg z konta bankowego, potwierdzenie płatności kartą, paragon, faktura, inne.

6. Reklamację można złożyć osobiście w siedzibie Sprzedającego, pisemnie lub za pomocą poczty elektronicznej, przesyłając informację na adres mailowy: [sklep@decoking.pl](mailto:sklep@decoking.pl)
7. W treści zgłoszenia prosimy o podanie przede wszystkim danych Kupującego, wskazania reklamowanego towaru, opisu wady, wskazania terminu ujawnienia się wady, sprecyzowania żądania.
8. Sprzedawca ustosunkuje się do zgłoszonej reklamacji najpóźniej w terminie do 14 dni od dnia otrzymania zgłoszenia.
9. Reklamowany towar prosimy przesłać na adres:  
DecoKing.pl Paweł Sawicki  
ul. Kleczkowska 52 mag. 6  
50-227 Wrocław” – pisownia oryginalna (dowód: karty nr 45-46, 52, 58-59, 67-69).

W odpowiedzi na wezwanie dotyczące przesłania trzech ostatnio wystawionych konsumentom dokumentów każdego rodzaju, które to dokumenty konsumenci otrzymywali na potwierdzenie zawarcia umów na odległość poprzez serwis internetowy DecoKing.pl oraz konto aukcyjne allegro.pl przedsiębiorca przedstawił wyłącznie kopie trzech paragonów z kasy fiskalnej. Ustalono równocześnie, że były to jedyne dokumenty spełniające wymóg formy pisemnej, o której mowa w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk jakie przedsiębiorca dostarczał konsumentom w związku z zawieraniem umów na odległość. Analiza przedstawionych przez przedsiębiorcę dokumentów wykazała jednak, że nie obejmowały one informacji na temat:

- organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy
- terminu i sposobu dostawy towaru,
- prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni,
- miejsca i sposobu składania reklamacji (dowód: karta nr 23).

Ustalono równocześnie, że z dniem 27 lutego 2014 r. przedsiębiorca przystąpił do wysyłania konsumentom na piśmie dokumentu „Informacje udzielane przez przedsiębiorcę”, które zostały wkomponowane w dowód zakupu (dowód: karty nr 92, 94-95, 126-132). Przedmiotowy dokument zawiera informacje o następującej treści:

1. „Dane przedsiębiorcy: Paweł Sawicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą DecoKing.pl Paweł Sawicki z siedzibą we Wrocławiu, ulica Norberta Barlickiego 10 lok.11, 50-324 Wrocław, Numer NIP: 912-180-69-07, Numer REGON: 021788084, wpisany do Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Wrocławia pod numerem 000011210-2012” (dowód: karta nr 94).

Od dnia 27 marca 2014 r. przedsiębiorca stosuje zaś informację o treści: „Dane przedsiębiorcy Paweł Sawicki prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą DecoKing.pl Paweł Sawicki z siedzibą we Wrocławiu, ulica Norberta Barlickiego 10 lok.11, 50-324 Wrocław, Numer NIP: 912-180-69-07, Numer REGON: 021788084, wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), którą prowadzi w systemie teleinformatycznym minister właściwy do spraw gospodarki” (dowód: karty nr 126, 130).

2. Termin dostawy ... .. (np. 18.02.2014 r.),

Sposób dostawy – firma kurierska Siódemka (dowód: karta nr 94).

3. Prawie odstąpienia od umowy i wyjątkach od tego prawa.

a. Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. nr 22, poz. 271) Konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie 10 dni od daty otrzymania rzeczy.

b. Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w przypadkach dotyczących świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą.

- c. Zwracany towar należy odesłać niezwłocznie tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu na adres: DecoKing.pl Paweł Sawicki ul. Kleczkowska 52 mag. 6 50-227 Wrocław.  
w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.
- d. Pieniądze zostaną zwrócone niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 14 dni przelewem bankowym na konto wskazane przez Kupującego lub w inny sposób wskazany przez Kupującego w oświadczeniu o odstąpieniu od umowy.
- e. Koszt odesłania towaru do Sprzedającego w sytuacji odstąpienia od umowy zawartej na odległość ponosi konsument (dowód: karty nr 94-95).
- 4. Miejsce i sposób składania reklamacji
  - a. W przypadku, kiedy towar jest niezgodny z umową należy zgłosić reklamację w ramach gwarancji bezpośrednio w serwisie producenta (jeżeli towar posiada kartę gwarancyjną) lub zgłosić reklamację u Sprzedawcy.
  - b. Do złożenia reklamacji wystarczy przedstawić jakikolwiek dowód zawarcia transakcji np. wyciąg z konta bankowego, potwierdzenie płatności kartą, paragon, faktura, inne.
  - c. Reklamację można złożyć osobiście w siedzibie Sprzedającego, pisemnie lub za pomocą poczty elektronicznej, przesyłając informację na adres mailowy: [sklep@decoking.pl](mailto:sklep@decoking.pl)
  - d. W treści zgłoszenia prosimy o podanie przede wszystkim danych Kupującego, wskazania reklamowanego towaru, opisu wady, wskazania terminu ujawnienia się wady, sprecyzowania żądania.
  - e. Sprzedawca ustosunkuje się do zgłoszonej reklamacji najpóźniej w terminie do 14 dni od dnia otrzymania zgłoszenia.
  - f. Reklamowany towar prosimy przesłać na adres: DecoKing.pl Paweł Sawicki ul. Kleczkowska 52 mag. 6 50-227 Wrocław (dowód: karta nr 95).

W 2013 r. przedsiębiorca osiągnął przychód z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej w wysokości [...] zł (słownie: [...]). Osiągnięty w 2013 r. przychód przedsiębiorcy ustalono na podstawie zeznania PIT-36L o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) w roku podatkowym 2013 r. (dowód: karty nr 71-76).

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje**

W pierwszej kolejności konieczne jest ustalenie, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy doszło do naruszenia **interesu publicznoprawnego**. Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, celem regulacji w niej przyjętej jest zapewnienie rozwoju i ochrony konkurencji, a także podejmowana w interesie publicznym ochrona przedsiębiorców narażonych na stosowanie praktyk ograniczających konkurencję i ochrona interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zatem charakter publicznoprawny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego; w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane jedynie wówczas, gdy na skutek działań sprzecznych z przepisami prawa naruszony został interes publiczny. Ma to miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dn. 24 października 1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90).

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy dokonali zakupu poprzez serwis internetowy [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz kontro aukcyjne allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” prowadzone przez przedsiębiorcę. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone było w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ było ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy zawierających z nim umowy na

odległość. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających **zbiorowe interesy konsumentów**. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 – zwanej dalej także „k.p.c.”); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22<sup>1</sup> ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 – zwanej dalej także „k.c.”) w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Uznanie określonego działania przedsiębiorcy za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

- ✓ oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- ✓ praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów
- ✓ zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności.

### **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 672 – zwanej dalej także „usdg”) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną nie będącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). „Działalnością gospodarczą” jest zgodnie z przepisem art. 2 tej ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż prowadzi działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 141). Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że Paweł Sawicki prowadzący działalność gospodarczą pod firmą DecoKing.pl Paweł Sawicki we Wrocławiu **jest przedsiębiorcą** w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

## Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Drugą przesłanką, jaką należy wziąć pod uwagę w niniejszej sprawie jest to, iż kwestionowane zachowania przedsiębiorcy godzą w interesy konsumentów oraz, że zagrożone są zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie objaśnia znaczenia pojęć „godzenia w interesy konsumentów” oraz „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 ustawy jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.

Wskazówki co do tego, jak należy pojmować zbiorowy interes konsumentów zawarte są natomiast w art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07, LEX nr 469180, OSNP 2009/13-14/188) Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów 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. W ww. wyroku Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie: „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów” należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem 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, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Zgodnie z powołanym wyrokiem Sądu Najwyższego przez interes zbiorowy należy rozumieć zatem interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów konieczne jest, żeby działanie przedsiębiorcy było skierowane nie do konkretnej osoby, lecz do grupy adresatów wyodrębnionych za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Działanie o takim charakterze jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa nie tylko w odniesieniu do konkretnych konsumentów, lecz wobec każdego z członków danej zbiorowości. Przy tym zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały rzeczywiście naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Istotne jest to, że przedmiotowe działanie może zagrozić, przynajmniej potencjalnie, interesom pewnego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku. W rozważanym przypadku oceniane zachowania przedsiębiorcy mogły oddziaływać na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutów opisanych w punktach I.-III. sentencji niniejszej decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie spełnione. Oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczyły szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczyły one wszystkich tych osób, które zawarły z przedsiębiorcą umowy na odległość, jak i zagrażały interesom wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, osób do których przedsiębiorca skierował swoją ofertę. Tym samym nie ulega wątpliwości, że rozważane działania godziły lub mogły godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

## Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi zostać spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność rozważanego zachowania. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być takie zachowanie przedsiębiorcy, które jako sprzeczne z ustawą szczególnie można zaklasyfikować, jako niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i jedno z zachowań przykładowo wymienionych w art. 24 ust. 2 pkt 1 – 3 ww. ustawy.

Dodać należy, że stosownie do art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka jest niezgodna z art. 24 ww. ustawy wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów na przykład wskutek niedopełnienia określonego obowiązku informacyjnego względem konsumentów i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczy już samo zaniechanie udzielenia przez przedsiębiorcę istotnych informacji, nawet jeśli w praktyce nie zaistniały przesłanki wykorzystania tej informacji, na przykład określającej miejsce i sposób składania reklamacji. Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przyznają obowiązujące przepisy prawa”<sup>1</sup>.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów<sup>2</sup>. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem<sup>3</sup>.

Podkreślenia wymaga także, że bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego<sup>4</sup>. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a zatem okoliczność czy sprawca (przedsiębiorca) dopuścił się naruszenia umyślnie czy też nieumyślnie, a także świadomość naruszenia norm prawnych.

W niniejszej sprawie w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzut stosowania postanowienia sprzecznego z uregulowaniami zawartymi w uonpk. Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa

<sup>1</sup> Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

<sup>2</sup> Wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

<sup>3</sup> Por. wyrok SOKiK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

<sup>4</sup> Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001).



gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.

W zakresie punktu II. sentencji niniejszej decyzji należy wskazać, że Prezes Urzędu może także stwierdzić stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na posługiwaniu się postanowieniem wzorca umownego, które zostało wpisane do rejestru, bez względu na to, czy wpis dotyczy tego przedsiębiorcy, przeciwko któremu jest prowadzone postępowanie, czy też nie (tak Sąd Najwyższy w uchwale z dn. 19 grudnia 2003 r. w sprawie o sygn. akt III CZP 95/03, Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dn. 29 września 2005 r. w sprawie o sygn. akt VI ACa 381/05, Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dn. 02 grudnia 2005 r. w sprawie o sygn. akt VI ACa 760/05). Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyrażonym w wyroku z dn. 25 maja 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 46/04), dla uznania, iż określona klauzula jest niedozwolonym postanowieniem umownym wpisanym do rejestru klauzul niedozwolonych wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie dwóch klauzul powinien być zatem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane postanowienie. Jeśli cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną, oba zapisy można uznać za tożsame. Trafność wyżej opisanego stanowiska potwierdził Sąd Najwyższy w uchwale z dn. 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06, opubl. OSNP 2007/1-2/35).

Wynikająca z art. 479<sup>45</sup> § 3 k.p.c. jawność rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone oznacza, że od chwili wpisania do niego określonego postanowienia zakazane jest stosowanie tożsamych postanowień w obrocie konsumenckim i nikt nie może zasłaniać się nieznaną dokonanych wpisów. Rejestr postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone jest prowadzony przez Prezesa Urzędu. Rejestr ten jest powszechnie dostępny w wersji elektronicznej na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)<sup>5</sup>. Powyższe uzasadnia stwierdzenie, że przedsiębiorca był z mocy prawa zobowiązany do powstrzymania się od stosowania ww. postanowienia, które uznano za tożsame z postanowieniami wpisanymi do rejestru.

Wreszcie w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzuty niedopełniania wyszczególnionych tam obowiązków informacyjnych. Wszystkie te obowiązki wynikają z przepisów uonpk, która w rozdziale 2 normuje zasady zawierania umów na odległość. W związku z tym, że w rozważanej sprawie mamy do czynienia z umowami zawieranymi w ten sposób, podlegają one pod reżim wspomnianej ustawy.

Ww. ustawa przewiduje obowiązek przekazywania konsumentom określonych informacji zarówno na etapie prezentacji oferty, tj. przed zawarciem umowy, jak i po zawarciu umowy. W literaturze wskazuje się, że „Szeroko ujęty obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. (...) Zasada jest udzielanie informacji przez przedsiębiorcę w sposób spontaniczny; nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta”<sup>6</sup>. Przekazanie wymaganych prawem informacji umożliwi konsumentowi podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy oraz jej skutkach. Potwierdzenie zaś niezbędnych informacji na piśmie pozwala na ich indywidualizację oraz utrwalenie na wypadek konieczności ponownego zapoznania się z nimi po zawarciu umowy.

<sup>5</sup> [http://uokik.gov.pl/rejestr\\_klauzul\\_niedozwolonych2.php](http://uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php)

<sup>6</sup> Łętowska E., *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H. Beck 2002, 2. wydanie, s. 285, nb 24.

Niezależnie od etapu, na jakim jest wymagane podanie w określonej formie pewnych informacji, ich niedostatek prowadzi do osłabienia pozycji konsumenta względem przedsiębiorcy. Jest to szczególnie dotkliwe w przypadku umów zawieranych na odległość, gdyż kontakt z przedsiębiorcą jest ograniczony, a możliwość zbadania przedmiotu umowy przed zawarciem umowy nie istnieje.

Praktyki opisane w punkcie III.1-4. dotyczą zaniechań na etapie realizacji umowy. Informacje przekazywane w potwierdzeniu wystawianym po zawarciu umowy, przy przystąpieniu przez przedsiębiorcę do jej wykonania, powinny dotyczyć konkretnej, zawartej z konsumentem umowy. Potwierdzenia takie mają służyć odzwierciedleniu i utrwaleniu treści zawartej z konsumentem umowy, dzięki czemu możliwa ma być kontrola jej wykonania, a także ułatwione ma być dochodzenie przez konsumenta przysługujących mu na późniejszych etapach uprawnień np. z zakresu niezgodności towaru z umową albo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

W tym miejscu konieczne jest rozważanie spełnienia przesłanki bezprawności w ramach każdego z postawionych przedsiębiorcy zarzutów. Zostanie to uczynione oddzielnie dla każdej z praktyk ocenianych w niniejszej decyzji.

**Ad I.** W zakresie punktu I. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania w regulaminie konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” postanowienia o treści: „W przypadku niezadowolenia z wybranego przedmiotu, można dokonać jego zwrotu lub wymiany, w przeciągu 10 dni od otrzymania paczki (...)”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 uonpk, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 uonpk konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Analizowane postanowienie wbrew uregulowaniu ustawowemu sugeruje zaś, że dla skuteczności odstąpienia od umowy konieczne jest zwrócenie towaru w terminie 10 dni od jego otrzymania. Zgodnie z uonpk dla zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Równocześnie w art. 7 ust. 3 uonpk zawarto uregulowanie, zgodnie z którym w razie odstąpienia od umowy umowa jest 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. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Wskazane uregulowanie ustawy w sposób jednoznaczny przewiduje, iż zwrot tego co strony świadczyły następuje w terminie czternastu dni od dnia odstąpienia od umowy, który dla konsumenta liczony jest od momentu wysłania oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Złożenie oświadczenia nie jest równoznaczne z fizycznym zwróceniem towaru, czyli np. wysłaniem przesyłki do przedsiębiorcy. Oczywiście, konsument może równocześnie z zachowaniem 10-dniowego terminu złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy i jednocześnie zwrócić przedmiot umowy. W ocenie Prezesa Urzędu nie można jednak od konsumenta wymagać, aby obie te czynności mieściły się w terminie 10 dni od dnia zawarcia umowy, skoro ustawodawca w art. 7 ust. 3 uonpk wyraźnie określił termin na wzajemne rozliczenie stron umowy. Stosowane przez przedsiębiorcę postanowienie mogło w sposób skuteczny zniechęcać przeciętnych konsumentów do skorzystania z przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy, a poprzez to naruszać równowagę pomiędzy stronami kontraktu. Z uwagi bowiem na charakter umów zawieranych na odległość, ustawodawca zdecydował się na przyznanie przedmiotowego uprawnienia, stanowiącego wyjątek od zasady pacta sunt servanda, aby chronić słabszych uczestników rynku jakimi są konsumenci. Należy również wskazać, iż nie jest prawdą, że konsument może odstąpić od zawartej umowy tylko wtedy gdy nie jest zadowolony z wybranego przedmiotu. Taką interpretację można by zaś wywieść z treści

zakwestionowanego postanowienia. Zgodnie z uregulowaniem ustawowym konsument może odstąpić od umowy bez podania przyczyn. Może więc odstąpić od umowy zawartej na odległość zarówno wtedy kiedy jest niezadowolony z wybranego produktu ale również wtedy gdy jest ze swojego wyboru zadowolony ale na skutek innych okoliczności, jak np. konieczność poniesienia innych wydatków, takie odstąpienie uzna za wskazane. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 7 ust. 1 i 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie regulaminu konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl”, które jest sprzeczne z przepisami uonpk, a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy konsumentów, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów. Zakwestionowana klauzula znacząco skraca czas, w którym konsument jest uprawniony do zwrotu zakupionego na odległość towaru. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę na odległość za pośrednictwem konta aukcyjnego allegro.pl. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało zresztą z samej natury regulaminu (zakładki „o mnie”), jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

W toku postępowania ustalono, że z dniem **3 lutego 2014 r.** w miejsce kwestionowanego postanowienia, które zostało wykreślone, przedsiębiorca wprowadził klauzulę o treści: „1.Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. nr 22, poz. 271) Konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie 10 dni od daty otrzymania rzeczy”. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, iż z tym dniem doszło do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

**Ad II.** W punkcie II. sentencji niniejszej decyzji opisano praktykę przedsiębiorcy polegającą na stosowaniu w regulaminie serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” postanowień o treści: „Na podstawie ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny art.2 ust.1 istnieje możliwość dokonania zwrotu zakupionego towaru w terminie 10 dni zgodnie z art.10 ww ustawy. Jednocześnie informujemy, że w celu dokonania zwrotu należy: a) napisać maila na adres sklep@decoking.pl w którym w treści lub w załączniku zostanie dołączony skan paragonu oraz numer konta na jakie mamy zwrócić kwotę zakupu. b) w odpowiedzi na maila dostaną Państwo formularz zwrotu, który należy wypełnić, podpisać i odesłać wraz z paczką (...) 3. Zwrotom podlegają tylko i wyłącznie towary po okazaniu ważnego paragonu wysłanego drogą mailową. 4. Brak paragonu spowoduje brak rejestracji Państwa paczek w zwrotach (...)” **oraz** „Do zarejestrowania zwrotów lub reklamacji należy napisać maila na adres: sklep@decoking.pl W temacie maila należy wpisać słowo "zwrot" lub "reklamacja". W

załączniku konieczne należy dołączyć skan paragonu oraz zdjęcie wadliwego towaru. W innym wypadku reklamacji i zwroty nie zostaną rozpatrywane”, które zostały wpisane do Rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> k.p.c. Tym samym w niniejszej sprawie konieczna jest ocena, czy stosowane przez przedsiębiorcę wzorce zawierają postanowienia, które zostały wpisane do przedmiotowego Rejestru.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienia należy uznać za tożsame z następującymi postanowieniami wpisanymi do rejestru:

**i.** „Wszelkie zwroty mogą nastąpić z uwagi na fakt posiadania kasy fiskalnej wyłącznie po zwrocie paragonu fiskalnego”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SOKiK z dnia 12 października 2005 r. (sygn. akt XVII AmC 65/04), wpis nr 585 z dn. 2 grudnia 2005 r.

**ii.** „Do reklamowanego lub zwracanego produktu konieczne jest dołączenie paragonu”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SOKiK z dnia 2 sierpnia 2011 r. (sygn. akt XVII AmC 70/11), wpis nr 2685 z dn. 2 listopada 2011 r.

**iii.** „Warunkiem przyjęcia zwrotu jest poprawne wypełnienie formularza i przesłanie go na wskazany adres e-mail”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SOKiK z dnia 21 września 2011 r. (sygn. akt XVII AmC 3475/10), wpis nr 2949 z dn. 23 marca 2012 r.

**iv.** „Warunkiem przyjęcia zwrotu jest odesłanie towaru na adres sklepu centrum-maszyn w stanie nienaruszonym oraz odesłany w nienaruszonym opakowaniu wraz z dowodem zakupu (faktura, paragon)”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SOKiK z dnia 29 grudnia 2011 r. (sygn. akt XVII AmC 1163/11), wpis nr 2969 z dn. 23 marca 2012 r.

**v.** „Zgłoszenie zwrotu towaru powinno nastąpić drogą e-mailową pod adresem sklep@mwsilver.pl lub telefonicznie (+48 502 104 798). Zwracany towar należy dostarczyć razem z otrzymanym paragonem albo fakturą”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SOKiK z dnia 29 grudnia 2011 r. (sygn. akt XVII AmC 4886/11), wpis nr 3339 z dn. 6 lipca 2012 r.

**vi.** „Aby skorzystać z uprawnień reklamacyjnych należy skontaktować się z działem serwisu sklepu Olimp pod adresem mailowym serwis@olimp.sklep.pl lub pod numerem telefonu podanym na stronie internetowej. Na podstawie numeru zamówienia zostanie nadany numer RMA przesyłki serwisowej, który należy zapisać na opakowaniu przesyłki w widocznym miejscu razem z napisem REKLAMACJA, przesyłki bez numeru RMA nie będą odbierane”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SA w Warszawie VI Wydział Cywilny z dnia 4 lipca 2012 r. (sygn. akt VI ACa 204/12), wpis nr 3968 z dn. 9 listopada 2012 r.

**vii.** „Z towarem należy zwrócić paragon zakupu, jeżeli został wystawiony. Klient przed wysyłką towaru musi powiadomić za pomocą email oraz telefonicznie pracownika BHPEX o fakcie nadania przesyłki. Brak powiadomienia może oznaczać nie odebranie przesyłki”, które zostało uznane za niedozwolone na mocy wyroku SOKiK z dnia 5 listopada 2012 r. (sygn. akt XVII AmC 5984/12), wpis nr 4133 z dn. 20 grudnia 2012 r.

Kwestionowane postanowienia, podobnie jak klauzule wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych nakładają na konsumenta obowiązki nieznanne ustawie z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) oraz uonpk w zakresie procedury dotyczącej emailowego informowania przedsiębiorcy o zamiarze skorzystania z uprawnień reklamacyjnych lub odstąpienia od umowy w terminie 10 dni. W szczególności na uwagę zasługują fragmenty, które uzależniają powodzenie określonych tam czynności od przedstawienia przez konsumenta skanu paragonu, który to dokument nie jest w ogóle

wymagany do skutecznego złożenia reklamacji lub też odstąpienia od umowy. Należy wskazać, iż przedsiębiorca jako profesjonalista musi formułować przekaz dla konsumenta w sposób jednoznaczny i czytelny, w szczególności jeśli dotyczy przyznanych mu przez ustawę uprawnień, w tym wypadku dotyczących reklamacji oraz prawa do odstąpienia od umowy. Należy również zauważyć, iż żaden przepis powszechnie obowiązującego prawa nie stanowi, iż podstawą reklamacji bądź też odstąpienia od umowy jest paragon, który konsument otrzymuje od przedsiębiorcy. Jeżeli takiego uregulowania nie ma, to a contrario każda niepełna informacja w zakresie dopuszczalnych środków dowodowych przy korzystaniu przez konsumenta z prawa do żądania doprowadzenia towaru do stanu zgodności z umową lub odstąpienia od umowy, może być odczytywana jako próba ograniczenia ustawowych uprawnień konsumenta poprzez wprowadzenie dodatkowych elementów warunkujących przedmiotowe uprawnienia. Niewątpliwie paragon fiskalny ułatwia udowodnienie faktu zakupu danej rzeczy u konkretnego przedsiębiorcy, gdyż wskazuje na cenę oraz datę zakupu, co może być pomocne przy uznaniu zasadności roszczeń konsumenta przez przedsiębiorcę. Niemniej przedsiębiorca wskazując, iż podstawą reklamacji lub odstąpienia od umowy jest paragon stwarza u konsumenta fałszywe wyobrażenie na temat przysługujących mu uprawnień. Wobec nierzetelnych oraz niepełnych informacji udzielonych konsumentowi w momencie dokonania zakupu, w przypadku ujawnienia niezgodności towaru z umową lub chęcią odstąpienia od umowy, może on nawet nie podjąć próby złożenia reklamacji lub odstąpienia od umowy, ponieważ paragon mógł ulec zniszczeniu, wyblaknięciu albo mógł zaginąć, a będzie miał świadomość, że tylko na jego podstawie istnieje możliwość skorzystania z przysługujących mu uprawnień.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienia wzorców umownych uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> k.p.c., a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy konsumentów, gdyż wprowadzenie do regulaminu serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” przedmiotowych postanowień powodowało pogorszenie sytuacji prawnej konsumentów, poprzez utrudnienie im skorzystania z uprawnień dotyczących niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową oraz odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne konto aukcyjnego allegro.pl oraz serwis internetowy [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl). Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminów serwisu internetowego oraz konta aukcyjnego allegro.pl (zakładka „o mnie”), jakimi posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

W toku postępowania ustalono, że z dniem 3 lutego 2014 r. kwestionowane w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji postanowienia zostały wykreślone z regulaminu serwisu internetowego oraz konta aukcyjnego allegro.pl. Nowowprowadzone uregulowania w zakresie ocenianej praktyki zostały zaprezentowane na s. 9 i 10 sentencji niniejszej decyzji. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, iż z dniem **3 lutego 2014 r.** doszło do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie

jej stosowania. Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

**Ad III.** Wreszcie w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie po zawarciu umowy. W tym miejscu należy wskazać, że w art. 9 ust. 3 uonpk sformułowano wymóg, aby potwierdzenie takie zostało sporządzone na piśmie. Z takiego punktu widzenia prawnie obojętne jest, w jakim dokumencie (o jakiej nazwie i o jakiej dodatkowej treści) zostaną zamieszczone wymagane prawem informacje. Wymagane jedynie jest, aby po pierwsze stosowne dane były konsumentom przekazywane oraz aby było to czynione w odpowiedniej, a zatem pisemnej formie najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia. W toku przedmiotowego postępowania ustalono, iż na potwierdzenie zawarcia umów sprzedaży odległość przedsiębiorca przedstawiał konsumentom na piśmie wyłącznie paragony z kasy fiskalnej. Analiza tych dokumentów wykazała, że przedsiębiorca narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o: organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, terminie i sposobie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz miejscu i sposobie składania reklamacji.

**III.1.** W punkcie III.1. sentencji niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 i art. 17 uonpk, a poprzez za naruszające art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektuje, bowiem żaden z dokumentów wystawianych przez niego konsumentom po zawarciu umowy nie obejmuje swym zakresem takich informacji. Powyższe świadczy zatem o tym, że rozważane zachowanie należy zaklasyfikować, jako bezprawne. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie może spowodować, że konsument nie będzie dysponować pełną wiedzą o drugiej stronie umowy, pomimo że profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego powinien udostępnić takie informacje. Obowiązek przekazania ww. informacji na piśmie służy zapewnieniu możliwości łatwej identyfikacji przedsiębiorcy będącego stroną umowy oraz weryfikacji dotyczących go danych, co może być niezbędne w sytuacji, gdyby konsument chciał np. wystąpić na drogę sądową przeciwko sprzedawcy. Niedopełnienie opisywanego w tym punkcie decyzji obowiązku prowadzi do osłabienia pozycji konsumentów, stworzenia po ich stronie dodatkowych utrudnień, pomimo iż przepisy prawa nakazują wypełnienie przez przedsiębiorcę szczególnych obowiązków informacyjnych. Brak danych identyfikujących przedsiębiorcę i umożliwiających jego weryfikację bezsprzecznie mógł godzić w interesy konsumentów, gdyż pozostali oni pozbawieni łatwego dostępu do kluczowych informacji odnośnie działalności przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 tej ustawy.

**III.2.** W punkcie III.2. sentencji niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania



świadczenia, informacji o terminie i sposobie dostawy towaru, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 i art. 17 uonpk, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analizując przesłankę bezprawności kwestionowanego zachowania przedsiębiorcy należy stwierdzić, że jak ustalono w toku postępowania przedsiębiorca potwierdzał fakt zawarcia umów na odległość wystawiając konsumentom wyłącznie paragony z kasy fiskalnej. Były to jedyne dokumenty spełniające wymóg formy pisemnej, o której mowa w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 ustawy uonpk jakie przedsiębiorca dostarczał konsumentom w związku z zawieraniem umów na odległość za pośrednictwem konta aukcyjnego allegro.pl oraz serwisu internetowego. Analiza tych dokumentów wykazała, że nie obejmowały one informacji o terminie i sposobie dostawy towaru, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 i art. 17 uonpk.

Odnosnie terminu dostawy, w wyroku z dn. 27 lutego 2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (sygn. akt XVII AmA 194/10) stwierdził, iż z treści art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk „(...) wynika wprost, że informacja o terminie dostawy musi być potwierdzona konsumentowi na piśmie, a więc odpowiadać wymaganiom określonym w art. 78 § 1 k.c. tj. mieć formę podpisanego dokumentu. Powołany przepis wyraźnie odróżnia formę pisemną od elektronicznej, co prowadzi do wniosku, że taka forma nie czyni zadość wymaganiom wynikającym z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za produkt niebezpieczny”. Zgodnie zaś z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 tej ustawy. Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 i art. 17 uonpk stanowi działanie bezprawne, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**III.3.** Kolejna z ocenianych praktyk polega na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 i art. 17 uonpk, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk wynika obowiązek podawania konsumentom na piśmie informacji o przysługującym im uprawnieniu do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, w tym przypadku, liczonego od dnia odebrania przez konsumenta zamówionego towaru. Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie daje podstawy do przyjęcia, że przedsiębiorca również i tego obowiązku nie respektował. Z tego też względu, należało stwierdzić, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 i art. 17 uonpk, a więc, że jego zachowanie było bezprawne.

Uprawnienie do odstąpienia od umowy, które może być realizowane przez konsumenta, jest instytucją charakterystyczną dla prawa konsumenckiego i nieznaną w klasycznym prawie cywilnym. W związku więc z tym, że uprawnienie to ma charakter wyjątkowy, a ponadto jest w wyszczególnionych w ustawie okolicznościach obwarowane warunkami, pod którymi można z niego skorzystać, szczególnie istotne jest, aby konsumenci otrzymali na jego temat wyczerpującą informację. Istotne jest także to, aby informacja na ten temat została utrwalona w ten sposób, aby po odebraniu przesyłki konsument mógł się ponownie z nią zapoznać. Zaniechanie w tym zakresie mogło udaremnić skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia od umowy, co z oczywistych względów osłabiło pozycję konsumentów i godziło w ich interesy. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw

konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 tej ustawy.

**III.4.** W toku niniejszego postępowania postawiono przedsiębiorcy także zarzut niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 i art. 17 uonpk, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowe zaniechanie mogło znacząco utrudniać skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych, dochodzenie roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru lub też jego niezgodności z umową. Z uwagi na możliwość wystąpienia po stronie konsumentów niedogodności związanych z nieznaną przyjętej przez przedsiębiorcę procedury reklamacyjnej, stwierdzić należało, że takie zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy słabszych uczestników rynku. Zgodnie z art. 17 uonpk nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 tej ustawy.

W zakresie wątpliwości poczynionych przez przedsiębiorcę, a przedstawionych na s. 6 i 7 niniejszej decyzji, należy wskazać, że obowiązek przekazania na piśmie określonych informacji dotyczących złożonego zamówienia służy utwaleniu treści zawartej przez strony umowy. Samo zamieszczenie informacji odnoszących się do realizacji ewentualnego zamówienia przy konkretnym produkcie na stronie internetowej sklepu lub konta aukcyjnego nie służy temu celowi ze względu na to, że informacja taka może zostać zmieniona przez przedsiębiorcę po zawarciu umowy przez strony. Utwalenie stosownych danych na piśmie umożliwi konsumentom weryfikację, czy poszczególne elementy umowy zostały należycie wykonane, natomiast niedopełnienie ww. obowiązku może utrudniać konsumentom dokonanie takiej oceny, a w sytuacji, gdy wystąpią ewentualne nieprawidłowości dotyczące realizacji zamówienia, udokumentowanie faktycznej treści kontraktu. Potwierdzenie treści umowy powinno być sporządzone najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia, a więc może do tego dojść przy zawieraniu umowy lub też na etapie późniejszym, jednak nie odleglejszym niż moment rozpoczęcia wykonywania umowy. Należy również wskazać, iż nawet przesyłanie przez przedsiębiorcę pocztą elektroniczną wiadomości, zawierających wszystkie informacje, określone w art. 9 ust. 1 uonpk nie doprowadziło do zaniechania stosowania rozważanych praktyk z uwagi na brak informacji w tym zakresie na paragonach będących jedynymi potwierdzeniami pisemnymi. W tym miejscu można jednak wspomnieć, iż możliwe byłoby potwierdzenie przez przedsiębiorcę konsumentowi informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 uonpk za pomocą dokumentu elektronicznego podpisanego bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym z użyciem ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Posłużenie się taką formą nie naruszałoby interesów konsumenta, gdyż zapewnia identyfikację składającego oświadczenie woli i zapewnia integralność treści oświadczenia woli<sup>7</sup>.

Po wszczęciu niniejszego postępowania przedsiębiorca wprowadził do stosowania w obrocie konsumenckim pisemne informacje, zawierające dane, których brak zakwestionowano w punktach III.1.-III.4. sentencji niniejsze decyzji, a które szczegółowo przedstawiono na s. 10 i 11 niniejszej decyzji. Ww. informacje stosowane są przez przedsiębiorcę od dnia **27 lutego 2014 r.** Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem doszło do zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w tych punktach.

---

<sup>7</sup> Popłonyk D., *Zawieranie przez konsumentów umów przez Internet*, PPIA 2004.61.55, teza nr 1.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. W związku z powyższym orzeczono jak w punktach III.1-III.4. sentencji niniejszej decyzji.

**Ad IV.** Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Okoliczność ta jest jednak czynnikiem relewantnym przy miarkowaniu wysokości nakładanej kary pieniężnej<sup>8</sup>. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ustalając wysokość kary pieniężnej w decyzjach stwierdzających naruszenie zakazów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, należy zatem uwzględnić wagę tego naruszenia, rozmiar skutków stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jak również zaistniałe okoliczności obciążające i łagodzące.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować bezprawnych postanowień, ani w żaden inny sposób godzić w interesy konsumentów. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania za naruszenie przez niego zbiorowych interesów konsumentów. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W punktach I. oraz III.1-4. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2 oraz w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Powyższe daje podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2013 r., który wyniósł [...] zł (słownie: [...]). W związku z tym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [...] złotych (słownie: [...]).

Ustalenie wymiaru kar pieniężnych w przedmiotowej sprawie ma charakter wieloetapowy, co spowodowane jest zaistnieniem okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiary kar pieniężnych za naruszenia stwierdzone punktach I. oraz III.1-4. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokona oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustali kwotę bazową, stanowiącą podstawę dla dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokona gradacji ustalonej kwoty bazowej.

**1. Pierwsza z kar** jest wymierzana z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji polegającego na stosowaniu w regulaminie konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” postanowienia o treści: „W przypadku niezadowolenia

---

<sup>8</sup> Kohutek K., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008 r., s. 1027.

z wybranego przedmiotu, można dokonać jego zwrotu lub wymiany, w przeciągu 10 dni od otrzymania paczki (...)", co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 uonpk.

Praktyka wymieniona powyżej ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutuje lub też może rzutować na etap jego wykonywania. Oceniając wagę naruszenia Prezes Urzędu miał na względzie, iż zakwestionowana praktyka wymierzona była we wszystkich konsumentów korzystających z konta aukcyjnego przedsiębiorcy, a zatem miała charakter powszechny, jednakże skierowana była wyłącznie w tych konsumentów, którzy korzystali bądź chcieli skorzystać z prawa do odstąpienia od umowy, z tego też względu uciążliwość wprowadzonego postanowienia była umiarkowana. Równocześnie ocenianą praktykę należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwała ona prawie dwa lata – od dn. 11 marca 2012 r., a została zaniechana z dniem 3 lutego 2014 r.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista formułując treść postanowień regulaminu konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby nie zostały naruszone powszechnie obowiązujące przepisy prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem I. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie II. sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód, uwzględniając wagę omawianego naruszenia – ustaloną przez pryzmat jego szkodliwości, a także okres trwania tego naruszenia ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **761,26 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki niezwłocznie po wszczęciu przez Prezesa Urzędu przedmiotowego postępowania, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30 %**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego konta aukcyjnego allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o **5 %**. W związku z powyższym kwotę bazową należy łącznie zmniejszyć o **25 %**, to jest do poziomu **571 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 571 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **IV.1.** sentencji niniejszej decyzji.

**2. Druga kara** wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji, polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem serwisu internetowego [www.DecoKing.pl](http://www.DecoKing.pl) oraz konta aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „DecoKing\_pl” – w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o:

- a. organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 uonpk,
- b. terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 17 uonpk,
- c. prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 17 uonpk,
- d. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 uonpk.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku do potwierdzenia wymaganych informacji dochodzi faktycznie po jej zawarciu, a więc praktyka ujawnia się na etapie wykonywania kontraktu. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj pominiętych danych, wagę tej praktyki określono jako dużą. Miarkując niniejszą karę zwrócono jednak uwagę na to, że rozważane zaniechanie nie powodowało wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy nałożenia na nich nowych obowiązków. Wprawdzie powodowało ono niedoinformowanie konsumentów, co mogło skutkować utrudnieniami np. w dochodzeniu roszczeń, jednakże nie niweczyło ono w definitywny sposób przewidzianych prawem możliwości. Ponadto ustalenia dokonane w toku niniejszego postępowania dają podstawy do przyjęcia, iż kwestionowana praktyka była stosowana w sposób długotrwały, tj. od początków 2012 r. (odpowiednio od stycznia i marca 2012 r.), a została zaniechana z dniem 27 lutego 2014 r. Przedsiębiorca nie stosował bowiem w toku swej działalności innych dokumentów aniżeli paragony z kasy fiskalne, które to dokumenty miałyby na celu utrwalenie więzi łączącego strony stosunku prawnego w formie pisemnej.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślne. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy na odległość powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem III. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie III. sentencji decyzji nieumyślne. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód, uwzględniając wagę omawianych naruszeń – ustaloną przez pryzmat ich szkodliwości, a także okres trwania tych naruszeń ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **3.654,03 zł.**

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki niezwłocznie po wszczęciu przez Prezesa Urzędu przedmiotowego postępowania, w związku z czym wymiar kary pieniężnej należy zmniejszyć o **30 %**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego sklepu internetowego oraz konta aukcyjnego allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o **5 %**. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej należy w sumie zmniejszyć o **25 %**, to jest do poziomu **2741 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 2741 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **IV.2.** sentencji niniejszej decyzji.

**Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 Nr 51101010100078782231000000.**

**Ad V.** Zgodnie z art. 80 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. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 k.p.a. do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Na podstawie 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.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I.-III. sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **30 zł** (trzydziestu złotych).

**Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 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 Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie V. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 k.p.c. i art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, można wnieść 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 niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY  
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI  
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH  
Maciej Fragsztajn