



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH

Katowice, dnia 2 lipca 2013 r.

RKT-61-02/13/BP

DECYZJA Nr RKT -18/2013

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 § 2 pkt 4 i § 5 pkt 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Iwonie Kuryjańskiej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Koala Iwona Kuryjańska w Warszawie,

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:

1. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl oraz w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl postanowień o treści:

- „*Towar podlega zwrotowi pod warunkiem, że znajduje się w (...) nienaruszonym opakowaniu, (...). Towary zabezpieczone fabrycznie przed otwarciem nie mogą być zwrócone po zdjęciu opakowania (np. folii) lub plomby zabezpieczającej*”,

- „*Zwrot jest możliwy, gdy towar (...) nie został w żaden sposób (...) otworzony*”,

co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „*Zwrot pieniędzy wpłaconych przez kupującego nastąpi (...) w terminie 14 dni od dnia nadejścia zwróconego przez kupującego produktu*”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

3. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl oraz w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl postanowień o treści:

- „*Zwrotowi na rzecz Użytkownika (z tytułu odstąpienia od umowy – przyp. UOKiK) nie podlegają opłaty należne za dostarczenie zamówionych towarów*”,

- „*W przypadku gdy klient odstąpi od umowy zakupu, zobowiązany będzie każdorazowo do zwrotu kosztów poniesionych przez Sprzedającego tj. m.in. kosztów przesyłki. W przypadku gdy koszt wysyłki przy zakupie był GRATIS i następuje odstąpienie od umowy klient zobowiązany jest do zwrotu kosztów wysyłki. Jednocześnie Klient wyraża zgodę na potrącenie z kwot podlegających zwrotowi należności wobec sprzedającego z tytułu poniesionych kosztów tj. między innymi kosztów przesyłki*”,

- „*Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...)*”,

- „Jeżeli w trakcie zawierania transakcji klient otrzymuje dodatkowe oferty w postaci rabatu lub gratisu, to w przypadku rezygnacji z transakcji i zwrotu towaru, koszty poniesione przez sklep Wymarzonaposciel.pl, a związane z udzielonym rabatem lub gratisem pomniejszą kwotę o której mowa pkt. 4 (należna kwota równa cenie towaru – przyp. UOKiK)”,

co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

4. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „Samo pokwitowanie odbioru przesyłki zamyka drogę postępowania reklamacyjnego przeciwko firmie przewozowej (...)”, co jest niezgodne z art. z art. 74 ust. 3 ustawy z dnia 15 listopada 1984 r. prawo przewozowe (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1173 ze zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

5. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „4. Samo pokwitowanie odbioru przesyłki zamyka drogę postępowania reklamacyjnego przeciwko firmie przewozowej (...)” przez co „5. Postępując w ten sposób klient nieświadomie sam zrzeka się przysługującego mu ustawowego prawa do odstąpienia od umowy. (...) Klient chcąc skorzystać z prawa zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty zakupu obowiązany jest do zwrotu towaru w stanie jakim go otrzymał. Skoro nabywca potwierdził odbiór towaru w dobrym stanie w takim też stanie musi go zwrócić”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

6. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl postanowienia o treści: „Jeżeli po otrzymaniu towaru Klient znajdzie w nim wady techniczne lub uszkodzenia, powinien odesłać go przesyłką pocztową na adres: Koala Iwona Kuryjańska, [...] Warszawa. Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...) Towar uszkodzony zostanie wymieniony na inny, pełnowartościowy, a jeśli będzie to już niemożliwe (na przykład z powodu wyczerpania stanów magazynowych), wymarzonaposciel.pl zwróci Klientowi równowartość ceny produktu lub zaoferuje mu inne, dostępne w sklepie towary do wyboru”, co jest niezgodne z art. 8 ust. 2 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

7. stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „Towar otrzymany na podstawie kuponu zniżkowego nie podlega zwrotowi. Odstąpienie od umowy możliwe jest do 10 dni od dnia zakupu kuponu”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 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 z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie stosowania praktyk, o których mowa w punktach I.1.-I.7. powyżej z dniem 8 stycznia 2013 r.

II. 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 sklepu internetowego ekoala.pl w obrocie z konsumentami postanowień o treści:

1. „Wszelkie reklamacje wynikające z nieznanomości bądź z nieprzestrzegania ogólnych warunków sprzedaży nie będą rozpatrywane”,
2. „KOALA nie ponosi odpowiedzialności za długi czas oczekiwania na dostawę realizowaną przez firmę kurierską czy pocztę”, „Koala nie przejmuje odpowiedzialności za opóźnienia w dostawie zamówionych towarów powstałe z winy Operatora Poczтового i Firmy Kurierskiej” oraz „Sprzedawca nie będzie ponosić wobec Użytkownika odpowiedzialności za opóźnienia w

dostarczeniu zamówionych towarów, jeżeli do opóźnienia doszło z przyczyn leżących po stronie podmiotu świadczącego usługi kurierskie lub Poczty Polskiej”,

3. *„Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z umowy sprzedaży zawieranych przez Użytkownika ze Sprzedającym jest sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy”*,

które są postanowieniami wpisanymi do Rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 ze zm.), co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie stosowania tych praktyk dniem 8 stycznia 2013 r.**

III. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na:**

1. nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość (najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy) o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, co jest niezgodne 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 z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość (najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy) o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne 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 z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

i stwierdza się zaniechanie stosowania tych praktyk z dniem 8 stycznia 2013 r.

IV. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na:**

1. niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie i sposobie dostawy towaru, 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 z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. 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 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 z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

3. niepotwierdzaniu 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 z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

i stwierdza się zaniechanie stosowania tych praktyk z dniem 8 stycznia 2013 r.

V. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się na Iwonę Kuryjańską prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Koala Iwona Kuryjańska w Warszawie kary pieniężne** w wysokości:

1. **4778 zł** (czterech tysięcy siedmiuset siedemdziesięciu ośmiu 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. **1092 zł** (jednego tysiąca dziewięćdziesięciu dwóch złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji,
3. **1092 zł** (jednego tysiąca dziewięćdziesięciu dwóch 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,
4. **4096 zł** (czterech tysięcy dziewięćdziesięciu sześciu 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 IV. sentencji niniejszej decyzji.

VI. 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 dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 267), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanawia się obciążyć Iwonę Kuryjańską prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Koala Iwona Kuryjańska w Warszawie **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”), na podstawie zawiadomienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wodzisławiu Śląskim (RKT-60-29/12/BP), przeprowadzono postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RKT-405-35/12/BP w sprawie działalności Iwony Kuryjańskiej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Koala Iwona Kuryjańska w Warszawie (zwanej dalej także „przedsiębiorcą” lub „Iwoną Kuryjańską”). W toku przedmiotowego postępowania powzięto podejrzenie, iż ww. przedsiębiorca może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w sentencji niniejszej decyzji. W tych okolicznościach, *Postanowieniem nr 1* z dnia 31 stycznia 2013 r. (dowód: karty nr 2 – 6) 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 piśmie z dn. 11 lutego 2013 r. (dowód: karta nr 39) oraz w piśmie z dn. 7 maja 2013 r. (dowód: karty nr 44-55).

W piśmie z dn. 11 lutego 2013 r. przedsiębiorca wskazał, „(...) *iz od dnia 04.01.2013 r. została zawieszona działalność gospodarcza pod nazwą Koala Iwona Kuryjańska, ze względu na niemożliwość prowadzenia tej działalności spowodowaną pogarszającym się stanem zdrowia*”. Dodał również, że wskutek zawieszenia działalności gospodarczej została zaniechana sprzedaż poprzez serwis allegro.pl oraz sklep internetowy www.ekoala.pl, który został zamknięty. Przedsiębiorca wyjaśnił, iż sklep internetowy www.wymarzonaposciel.pl został z dniem 4 stycznia 2013 r. przekazany córce prowadzącej działalność pod firmą Infilio K. K. w Warszawie wraz z informacją o konieczności dostosowania regulaminu tego sklepu internetowego do obowiązujących przepisów prawa. W piśmie z dn. 7 maja 2013 r. przedsiębiorca wniósł o merytoryczne rozstrzygnięcie postępowania. Pani Iwona Kuryjańska wskazała także, iż jest po [...] oraz że nie jest w stanie dalej sama prowadzić działalności gospodarczej. Dodała, iż nie prowadzi już sprzedaży przez żaden sklep internetowy oraz portal aukcyjny, a zawieszona działalność gospodarcza zostanie w tym roku całkowicie zamknięta.

Pismem z dn. 24 maja 2013 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karty nr 59-60). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Iwona Kuryjańska prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Koala Iwona Kuryjańska w Warszawie. Jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 11). W rubryce „Przeważająca działalność gospodarcza” wypisu z ww. ewidencji wpisano – 47.91.Z Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet.

Ustalono również, iż przedsiębiorca prowadził m.in. działalność gospodarczą za pośrednictwem sklepu internetowego ekoala.pl oraz wymarzonaposciel.pl, a także za pośrednictwem konta aukcyjnego allegro.pl o nazwie „euroudanezakupy”.

Zasady na jakich były zawierane z konsumentami umowy sprzedaży na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego ekoala.pl określał jego regulamin obowiązujący od dnia 21 sierpnia 2011 r. (dowód: karta nr 32). Ustalono, iż w przedmiotowym regulaminie przedsiębiorca zamieścił postanowienia o następującej treści:

- ✓ „Towar podlega zwrotowi pod warunkiem, że znajduje się w (...) nienaruszonym opakowaniu, (...). Towary zabezpieczone fabrycznie przed otwarciem nie mogą być zwrócone po zdjęciu opakowania (np. folii) lub plomby zabezpieczającej” - § 10 ust. 3,
- ✓ „Zwrot pieniędzy wpłaconych przez kupującego nastąpi (...) w terminie 14 dni od dnia nadejścia zwróconego przez kupującego produktu” - § 10 ust. 5 zd. 3,
- ✓ „Zwrotowi na rzecz Użytkownika nie podlegają opłaty należne za dostarczenie zamówionych towarów” - § 10 ust. 5 zd. 4,
- ✓ „W przypadku gdy klient odstąpi od umowy zakupu, zobowiązany będzie każdorazowo do zwrotu kosztów poniesionych przez Sprzedającego tj. m.in. kosztów przesyłki. W przypadku gdy koszt wysyłki przy zakupie był GRATIS i następuje odstąpienie od umowy klient zobowiązany jest do zwrotu kosztów wysyłki. Jednocześnie Klient wyraża zgodę na potrącenie z kwot podlegających zwrotowi należności wobec sprzedającego z tytułu poniesionych kosztów tj. między innymi kosztów przesyłki” - § 10 ust. 6,
- ✓ „Samo pokwitowanie odbioru przesyłki zamyka drogę postępowania reklamacyjnego przeciwko firmie przewozowej (...)” - § 9 ust. 4,
- ✓ „Postępując w ten sposób klient nieświadomie sam zrzeka się przysługującego mu ustawowego prawa do odstąpienia od umowy. (...) Klient chcąc skorzystać z prawa zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty zakupu obowiązany jest do zwrotu towaru w stanie jakim go otrzymał. Skoro nabywca potwierdził odbiór towaru w dobrym stanie w takim też stanie musi go zwrócić” - § 9 ust. 5,
- ✓ „Towar otrzymany na podstawie kuponu zniżkowego nie podlega zwrotowi. Odstąpienie od umowy możliwe jest do 10 dni od dnia zakupu kuponu” - § 10 ust. 4,
- ✓ „Wszelkie reklamacje wynikające z nieznanomości bądź z nieprzestrzegania ogólnych warunków sprzedaży nie będą rozpatrywane” - § 2 ust. 5 oraz § 10 ust. 10,
- ✓ „KOALA nie ponosi odpowiedzialności za długi czas oczekiwania na dostawę realizowaną przez firmę kurierską czy pocztę” - § 6 ust. 3 zd. 3,
- ✓ „Koala nie przejmuje odpowiedzialności za opóźnienia w dostawie zamówionych towarów powstałe z winy Operatora Poczтового i Firmy Kurierskiej” - § 6 ust. 5,
- ✓ „Sprzedawca nie będzie ponosić wobec Użytkownika odpowiedzialności za opóźnienia w dostarczeniu zamówionych towarów, jeżeli do opóźnienia doszło z przyczyn leżących po stronie podmiotu świadczącego usługi kurierskie lub Poczty Polskiej” - § 8 ust. zd. 2,
- ✓ „Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z umowy sprzedaży zawieranych przez Użytkownika ze Sprzedającym jest sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy” - § 11 ust. 2 (dowód: karty nr 17-20).

Zasady na jakich były zawierane z konsumentami umowy sprzedaży na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl określał jego regulamin obowiązujący od dnia 5 sierpnia 2011 r. (dowód: karta nr 33). Ustalono także, że w przedmiotowym regulaminie przedsiębiorca zawarł postanowienia o następującej treści:

- ✓ „Zwrot jest możliwy, gdy towar (...) nie został w żaden sposób (...) otworzony” - § 6 ust. 2,
- ✓ „Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...)” - § 6 ust. 4,
- ✓ „Jeżeli w trakcie zawierania transakcji klient otrzymuje dodatkowe oferty w postaci rabatu lub gratisu, to w przypadku rezygnacji z transakcji i zwrotu towaru, koszty poniesione przez sklep Wymarzonaposciel.pl, a związane z udzielonym rabatem lub gratisem pomniejszą kwotę o której mowa pkt. 4” - § 6 ust. 5,
- ✓ „Jeżeli po otrzymaniu towaru Klient znajdzie w nim wady techniczne lub uszkodzenia, powinien odesłać go przesyłką pocztową na adres: Koala Iwona Kuryjańska, [...] Warszawa. Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...) Towar uszkodzony zostanie wymieniony na inny, pełnowartościowy, a jeśli będzie to już niemożliwe (na przykład z powodu wyczerpania stanów magazynowych), wymarzonaposciel.pl zwróci Klientowi równowartość ceny produktu lub zaoferuje mu inne, dostępne w sklepie towary do wyboru” - § 6 ust. 7 (dowód: karty nr 22-24).

Ustalono ponadto, że w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl brak było informacji odnośnie imienia i nazwiska przedsiębiorcy oraz miejsca i sposobu składania reklamacji. Także w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl przedsiębiorca pominął informacje dotyczące imienia i nazwiska (przedsiębiorcy). Ustalono również, iż w regulaminie konta aukcyjnego „euroudanezakupy” pominięte zostały informacje na temat miejsca i sposobu składania reklamacji. Ponadto ustalono, że w związku z zawieranymi umowami na odległość przedsiębiorca wystawiał konsumentom paragony z kasy fiskalnej oraz na życzenie konsumentów faktury VAT. 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 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 – zwana dalej „ustawą o o.n.p.k.”) jakie przedsiębiorca dostarczał konsumentom w związku z zawieraniem umów na odległość. Prawnie obojętne jest bowiem, w jakim dokumencie (o jakiej nazwie i o jakiej dodatkowej treści) przedsiębiorca zamieszcza 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. Analiza przedstawionych przez przedsiębiorcę dokumentów wykazała jednak, że nie obejmowały one informacji na temat:

- terminu i sposobu dostawy towaru,
- prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

W toku postępowania przedsiębiorca oświadczył, iż z dniem 4 stycznia 2013 r. zawiesił działalność gospodarczą – zaniechał prowadzenia sprzedaży za pośrednictwem sklepów internetowych oraz portali allegro.pl, a wobec tego zaprzestał również korzystać w obrocie konsumenckim z zakwestionowanych postanowień punktów I-IV. sentencji niniejszej decyzji. Ponadto zgodnie z informacjami zawartymi w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej ustalono także, iż z dniem 8 stycznia 2013 r. przedsiębiorca zawiesił prowadzenie działalności gospodarczej (dowód: karta nr 58).

W 2012 r. przedsiębiorca osiągnął przychód z tytułu działalności gospodarczej w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I 1 Załącznika Nr 1). Osiągnięty w 2012 r. przychód przedsiębiorcy ustalono na podstawie zeznania PIT-36 o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) w roku podatkowym 2012 r. (dowód: karty nr 44-55).

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 lub dokonają zakupu poprzez sklep internetowy, prowadzony przez przedsiębiorcę. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone jest w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ jest ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. 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. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.); 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. 22¹ Kodeksu cywilnego 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,
- ✓ zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności,
- ✓ praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

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 2010 r., Nr 220, poz. 1447) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą 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 prowadził działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 11). Fakt zawieszenia prowadzenia działalności gospodarczej z dniem 8 stycznia 2013 r. nie pozbawia strony niniejszego postępowania statusu przedsiębiorcy, a tym samym możliwości prowadzenia postępowania administracyjnego w związku z działalnością jaką prowadził przed zawieszeniem działalności gospodarczej. Zgodnie bowiem z art. 14a ust. 4 pkt 4 usdg w okresie zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorca ma prawo albo obowiązek uczestniczyć w postępowaniach sądowych, postępowaniach podatkowych i administracyjnych związanych z działalnością gospodarczą wykonywaną przed zawieszeniem wykonywania działalności gospodarczej. Zachowanie niniejszego podmiotu podlega zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów 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.

Bezprawność działań

Trzecią przesłanką, jaką należy rozważyć w celu udowodnienia naruszenia zakazu, określonego w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność podejmowanych przez przedsiębiorcę zachowań. 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 przysługują obowiązujące przepisy prawa*”¹.

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 obyczajów². 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 prawem³.

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 faktycznego⁴. 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.

Zgodnie z 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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów wskutek zastosowania określonego postanowienia we wzorcach stosowanych w obrocie z konsumentami, w przypadku zaistnienia określonych okoliczności i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczające jest samo zawarcie we wzorcu niezgodnej z prawem regulacji, nawet jeśli w

¹ 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.

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

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

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

praktyce nie zaistniały przesłanki do jej zastosowania i konsument lub ich większa ilość faktycznie nie została dotknięta negatywnymi skutkami danej regulacji, albo też gdy przedsiębiorca zachował się odmiennie, niż wynikałoby to z niewłaściwej regulacji.

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. 479⁴⁵ § 3 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.) jawność rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone oznacza, że od chwili wpisania do niego określonego postanowienia zakazane jest stosowanie tożsamyh postanowień w obrocie konsumenckim i nikt nie może zasłaniać się nieznanomością 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.pl⁵. Powyższe uzasadnia stwierdzenie, że przedsiębiorca był z mocy prawa zobowiązany do powstrzymania się od stosowania ww. postanowienia, które uznano za tożsame z postanowieniem wpisanym do rejestru.

Równocześnie w punktach III.-IV. sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzut niedopełniania wyszczególnionych w tych punktach obowiązków informacyjnych. Wszystkie te obowiązki wynikają z przepisów ustawy o o.n.p.k., 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. (...) Zasadą jest udzielanie informacji przez przedsiębiorcę w sposób spontaniczny; nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta*”⁶, jak również iż „*Chwila zainicjowania wzajemnych kontaktów (a więc moment, gdy oferta czy reklama skierowane do publiczności przeradzają się w informację odebraną przez zindywidualizowanego kontrahenta in spe) bezpośrednio poprzedzających podjęcie przez konsumenta decyzji o zawarciu umowy – będzie chwilą charakteryzującą się największym natężeniem obowiązku informacji ze strony profesjonalisty wobec konsumenta. Dotyczy to konieczności udzielenia tych informacji, które są niezbędne dla świadomego dokonania wyboru i podjęcia decyzji o wdaniu się w transakcję przez konsumenta*”⁷.

⁵ http://uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php

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

⁷ *Ibidem*.

Przekazanie wymaganych prawem informacji umożliwia więc konsumentowi podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy oraz jego skutkach. Potwierdzenie zaś niezbędnych informacji na piśmie pozwala na ich indywidualizację oraz utrwalenie na wypadek konieczności ponownego zapoznania się z nimi po zawarciu umowy. 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.

Ad I.1.

W zakresie punktu I.1. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl oraz w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl postanowień o treści:

- „*Towar podlega zwrotowi pod warunkiem, że znajduje się w (...) nienaruszonym opakowaniu, (...). Towary zabezpieczone fabrycznie przed otwarciem nie mogą być zwrócone po zdjęciu opakowania (np. folii) lub plomby zabezpieczającej*”;
- „*Zwrot jest możliwy, gdy towar (...) nie został w żaden sposób (...) otworzony*”;

co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienia są sprzeczne z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k. Art. 7 ust. 3 w zdaniu 2 wskazuje, że „*To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu*”. Regulacja ta zmierza do *restitutio ad integrum* co do wzajemnych świadczeń obu stron, przy czym jedyna zmiana dotyczy przedmiotu świadczenia, w granicach działań objętych pojęciem zwykłego zarządu⁸. Za czynności zwykłego zarządu uznaje się zaś wszelkie czynności mające na celu utrzymanie rzeczy w dotychczasowym stanie oraz zarządzanie nią w celu umożliwienia korzystania z niej i pobierania pożytków, a ponadto dokonywanie tych czynności bez nadmiernych kosztów. W tym stanie rzeczy stosowane przez przedsiębiorcę postanowienie należało uznać za zbyt restrykcyjne. W ramach ustawowego uprawnienia konsument ma możliwość sprawdzenia właściwości produktu zakupionego na odległość, tak jak miałby to możliwość uczynić w „*tradycyjnym*” sklepie. Konsument może w ten sposób dokonać sprawdzenia cech towaru, których nie mógł zweryfikować, decydując się na dokonanie zakupu na odległość. Należy stwierdzić, iż w celu sprawdzenia, czy otrzymany produkt, jest tym, który został zamówiony, konsument musi przede wszystkim otworzyć opakowanie, co może wiązać się z koniecznością jego naruszenia (np. rozcięcie opakowania foliowego lub kartonowego). W ocenie Prezesa Urzędu, w efekcie tych ograniczeń konsumentom mogli mieć utrudnioną możliwość odstąpienia od zawartych umów w przypadku ewentualnego naruszenia opakowania, w którym otrzymali zamówioną rzecz. Równocześnie zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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. 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienia regulaminów sklepów internetowych, które są sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wprowadzenie do regulaminów sklepów internetowych przedmiotowych postanowień powodowało pogorszenie sytuacji konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumenci zostali pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w okolicznościach, w których na podstawie ustawy o o.n.p.k. mogliby od umowy odstąpić. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana

⁸ Łętowska E., *Ochrona niektórych praw konsumentów*, C. H. Beck, Warszawa 2001, s. 38.

praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne sklepy internetowe. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało z samej natury regulaminów, jakimi posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Ad I.2.

W zakresie punktu I.2. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „*Zwrot pieniędzy wpłaconych przez kupującego nastąpi (...) w terminie 14 dni od dnia nadejścia zwróconego przez kupującego produktu*”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienie regulaminu sklepu internetowego ekoala.pl pozostawało w sprzeczności z treścią art. 7 ust. 3 ustawy o.n.p.k. Przedmiotowe uregulowanie ustawy wskazuje bowiem, iż zwrot tego co strony sobie świadczyły powinien nastąpić „*niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni*”. Wskazany termin ustawowy należy jednakże liczyć od dnia odstąpienia od umowy przez konsumenta a nie od dnia, w którym nastąpił zwrot zakupionego przez niego towaru. Ustalając termin do zwrotu świadczenia przez przedsiębiorcę należy wziąć pod uwagę przepisy ogólne kodeksu cywilnego dotyczące czynności prawnych, w tym w szczególności art. 61 § 1 k.c. *in principio*, który stanowi, że „*Oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią (...)*”. Z reguły będzie to więc moment, w którym przedsiębiorca odebrał oświadczenie konsumenta o odstąpieniu od umowy. Stosując zaś przedmiotowe uregulowanie przedsiębiorca w sposób nieuzasadniony wydłużył termin w jakim nastąpi zwrot świadczenia konsumenta. Zgodnie zaś z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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. 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie regulaminu sklepu internetowego, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów poprzez nieuzasadnione wydłużenie terminu zwrotu świadczenia konsumenta. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Ad I.3.

W zakresie punktu I.3. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl oraz w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl postanowień o treści:

- „*Zwrotowi na rzecz Użytkownika (z tytułu odstąpienia od umowy – przyp. UOKiK) nie podlegają opłaty należne za dostarczenie zamówionych towarów*”,
- „*W przypadku gdy klient odstąpi od umowy zakupu, zobowiązany będzie każdorazowo do zwrotu kosztów poniesionych przez Sprzedającego tj. m.in. kosztów przesyłki. W przypadku gdy koszt wysyłki przy zakupie był GRATIS i następuje odstąpienie od umowy klient zobowiązany jest do zwrotu kosztów wysyłki. Jednocześnie Klient wyraża zgodę na potrącenie z kwot podlegających*

zwrotowi należności wobec sprzedającego z tytułu poniesionych kosztów tj. między innymi kosztów przesyłki”,

- „Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...)”,

- „Jeżeli w trakcie zawierania transakcji klient otrzymuje dodatkowe oferty w postaci rabatu lub gratisu, to w przypadku rezygnacji z transakcji i zwrotu towaru, koszty poniesione przez sklep Wymarzonaposciel.pl, a związane z udzielonym rabatem lub gratisem pomniejszą kwotę o której mowa pkt. 4 (należna kwota równa cenie towaru – przyp. UOKiK)”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe postanowienia są sprzeczne z art. 7 ust. 3 ustawy o.n.p.k., który w zdaniu 4 wskazuje, że „Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty” – niewątpliwie zaś „do przedpłat dokonanych przez konsumenta na rzecz przedsiębiorcy przed odstąpieniem od umowy zawartej na odległość należy również zaliczyć poniesione koszty wysyłki towaru” (Wioleta Baranowska-Zajac, Glosa do wyroku TS z dnia 15 kwietnia 2010 r., C-511/08, opublikowano LEX/El., 2010). Jednocześnie analiza art. 12 ust. 4 ustawy o o.n.p.k. (*a contrario*) wskazuje, iż koszty zwrotu towaru ponosi konsument. W tym zakresie uregulowanie art. 7 ust. 3 ustawy o.n.p.k. należy również interpretować w związku z art. 6 ust. 1 zd. 2 Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 97/7/WE z dnia 20 maja 1997 r., dotyczącej ochrony konsumentów w umowach zawieranych na odległość (Dziennik Urzędowy Wspólnot Europejskich Nr L144 z 4 czerwca 1997 r.). Zgodnie z tym przepisem „Konsument z tytułu wykonywania swego prawa odstąpienia od umowy nie może ponosić żadnych kosztów poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów.” Powyższe uregulowanie należy również analizować w nawiązaniu do wyroku Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 15 kwietnia 2010 r. (C-511/08), zgodnie z którym, „Artykuł 6 ust. 1 akapit pierwszy zdanie drugie i art. 6 ust. 2 dyrektywy 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość należy interpretować w ten sposób, że stoją one na przeszkodzie stosowaniu uregulowania krajowego, które pozwala dostawcy na obciążenie konsumenta, w umowie zawieranej na odległość, kosztami wysyłki towarów w przypadku wykonania przez tego ostatniego przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy”. W tym stanie rzeczy należy stwierdzić, że w razie odstąpienia od umowy zawartej na odległość konsument zobowiązany jest ponieść bezpośrednie koszty odesłania towaru do przedsiębiorcy, natomiast przedsiębiorca zobowiązany jest zwrócić konsumentowi zapłaconą przez niego kwotę pieniężną, na którą składają się w szczególności cena towaru oraz koszt wysyłki towaru do konsumenta. Należy także dodać, iż skoro przedsiębiorca decyduje się na objęcie produktów wysyłką gratisową to nie można przyjąć, iż na tej podstawie jest uprawniony do pomniejszania zwracanej kwoty o koszty przesyłki. Takie uregulowanie stanowiłoby obejście przepisów zgodnie, z którymi konsument z tytułu wykonywania swego prawa odstąpienia od umowy nie może ponosić żadnych kosztów poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów. Zgodnie zaś z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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. 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie regulaminów sklepów internetowych, które są sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne sklepy internetowe. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i

powszechny, co wynikało z samej natury regulaminów, jakimi posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Ad I.4.

W zakresie punktu I.4. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „*Samo pokwitowanie odbioru przesyłki zamyka drogę postępowania reklamacyjnego przeciwko firmie przewozowej (...)*”, co jest niezgodne z art. 74 ust. 3 ustawy z dnia 15 listopada 1984 r. Prawo przewozowe (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1173 ze zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe postanowienie jest sprzeczne z art. 74 ustawy Prawo przewozowe, który stanowi w ust. 3, że „*Jeżeli po wydaniu przesyłki ujawniono ubytek lub uszkodzenie nie dające się z zewnątrz zauważyć przy odbiorze, przewoźnik ustala stan przesyłki na żądanie uprawnionego zgłoszone niezwłocznie po ujawnieniu szkody, nie później jednak niż w ciągu 7 dni od dnia odbioru przesyłki*”. W tym zakresie postanowienie regulaminu tego sklepu internetowego w sposób bezprawny wprowadzało konsumentów w błąd, iż pokwitowanie przez konsumenta odbioru przesyłki mogło zamykać drogę dochodzenia wobec przewoźnika roszczeń, podczas gdy w odniesieniu do ubytków lub uszkodzeń nie dających się z zewnątrz zauważyć przy odbiorze ustawodawca zastrzegł termin 7-dniowy na sporządzenie stosownego protokołu szkody będącego podstawą przyszłych roszczeń.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie regulaminu sklepu internetowego, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., 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, którzy zostali pozbawieni przysługujących im roszczeń z tytułu wydania przesyłki, w sytuacji w której ubytki lub uszkodzenia niedające się z zewnątrz zauważyć ujawniły się już po jej odbiorze. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Ad I.5.

W zakresie punktu I.5. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „4. Samo pokwitowanie odbioru przesyłki zamyka drogę postępowania reklamacyjnego przeciwko firmie przewozowej (...)” przez co „5. *Postępując w ten sposób klient nieświadomie sam zrzeka się przysługującego mu ustawowego prawa do odstąpienia od umowy. (...) Klient chcąc skorzystać z prawa zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty zakupu obowiązany jest do zwrotu towaru w stanie jakim go otrzymał. Skoro nabywca potwierdził odbiór towaru w dobrym stanie w takim też stanie musi go zwrócić*”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe postanowienia pozostają w sprzeczności z treścią art. 7 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. w zakresie w jakim mogły mieć wpływ na późniejsze roszczenia stron związane z odstąpieniem od umowy. W sytuacji odstąpienia od umowy konsument nie musi podawać przyczyn odstąpienia. Może również odstąpić od umowy niezwłocznie po pokwitowaniu odbioru przesyłki i jej nieotwieraniu. Jednocześnie pokwitowanie odbioru przesyłki nie musi oznaczać, iż towar został dostarczony w dobrym stanie lub że jest to towar, który faktycznie został

zamówiony przez konsumenta. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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. 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienia regulaminu sklepu internetowego, które są sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wprowadzenie do regulaminu przedmiotowego postanowienia mogło powodować pogorszenie sytuacji konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumenci zostali pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w takim zakresie w jakim wynika to z ustawy o o.n.p.k. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Ad I.6.

W zakresie punktu I.6. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl postanowienia o treści: *„Jeżeli po otrzymaniu towaru Klient znajdzie w nim wady techniczne lub uszkodzenia, powinien odesłać go przesyłką pocztową na adres: Koala Iwona Kuryjańska, [...] Warszawa. Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...) Towar uszkodzony zostanie wymieniony na inny, pełnowartościowy, a jeśli będzie to już niemożliwe (na przykład z powodu wyczerpania stanów magazynowych), wymarzonaposciel.pl zwróci Klientowi równowartość ceny produktu lub zaoferuje mu inne, dostępne w sklepie towary do wyboru”*, co niezgodne z art. 8 ust. 2 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analizując przesłankę bezprawności stosowanego przez przedsiębiorcę postanowienia należy stwierdzić, że zgodnie z art. 8 ust. 2 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm) – *„Nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ust. 1 oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia”*. W tym zakresie przedmiotowe postanowienie określając, iż konsument otrzyma w sytuacji wad technicznych lub uszkodzenia towaru wyłącznie zwrot środków stanowiących wartość towaru z pominięciem m.in. kosztów dostarczenia wadliwego towaru jest sprzeczne z dyspozycją traktującą o nieodpłatności naprawy i wymiany

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie regulaminu sklepu internetowego, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i

powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Ad I.7.

W zakresie punktu I.7. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl postanowienia o treści: „*Towar otrzymany na podstawie kuponu zniżkowego nie podlega zwrotowi. Odstąpienie od umowy możliwe jest do 10 dni od dnia zakupu kuponu*”, co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienie pozostaje w sprzeczności z treścią art. 7 ust. 1 ustawy o o.n.p.k., zgodnie z którym 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. Równocześnie zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy o o.n.p.k. termin dziesięciodniowy, w którym konsument może odstąpić od umowy, liczy się od dnia wydania rzeczy. W tym zakresie nie jest w żaden sposób uprawnione skracanie terminu ustawowego tylko do okresu 10 dni od dnia zakupu kuponu. Funkcjonowanie w obrocie tego typu postanowień czyniłoby iluzoryczną ochronę praw konsumentów w związku z zawieraniem umów na odległość – pozbawiałoby w szczególności konsumentów uprawnienia do sprawdzenia dostarczonego towaru. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie regulaminu sklepu internetowego, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż wprowadzenie do regulaminu przedmiotowego postanowienia powodowało pogorszenie sytuacji konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumenci zostali pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w okolicznościach, w których na podstawie ustawy o o.n.p.k. mogliby od umowy odstąpić. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

W toku postępowania, w piśmie z dn. 11 lutego 2013 r. przedsiębiorca podniósł, że od dnia 4 stycznia 2013 r. prowadzona przez niego działalność gospodarcza została zawieszona. Równocześnie dane zamieszczone w wypisie z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej tego przedsiębiorcy pozwalają ustalić datę zawieszenia przez niego prowadzenia działalności gospodarczej na dzień 8 stycznia 2013 r. W związku z tym należało przyjąć, iż z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w punktach I.1.-I.7. 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 punktach I.1.-I.7. sentencji niniejszej decyzji.

Ad II. W punkcie II. sentencji niniejszej decyzji opisano praktyki przedsiębiorcy polegające na stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl, w obrocie z konsumentami

postanowień, które zostały wpisane do Rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego. Tym samym w niniejszej sprawie konieczna jest ocena, czy stosowany przez przedsiębiorcę wzorec zawierał postanowienia, które zostały wpisane do Rejestru.

II.1. W § 2 ust. 5 oraz w § 10 ust. 10 regulaminu sklepu internetowego ekoala.pl przedsiębiorca zawarł postanowienie o treści: *„Wszelkie reklamacje wynikające z nieznanomości bądź z nieprzestrzegania ogólnych warunków sprzedaży nie będą rozpatrywane”*.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienie należy uznać za tożsame z klauzulą wpisaną do Rejestru o treści: *„Korzystanie ze Sklepu internetowego KrainaDziecka.pl jest jednoznaczne z akceptacją niniejszego regulaminu. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu świadczenia usług, wynikające z nieznanomości bądź faktu nieprzestrzegania niniejszego regulaminu, nie będą rozpatrywane”* – wyrok SOKIK z dn. 20 grudnia 2011 r. (sygn. akt XVII AmC 3149/11), wpisaną pod nr 3107 w dn. 8 maja 2012 r. W ocenie Prezesa Urzędu w pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na literalne podobieństwo brzmienia analizowanych postanowień. Należy także wskazać, iż przedmiotowe postanowienia pośrednio wyłączają lub ograniczają odpowiedzialność przedsiębiorcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania. Jako przejaw abuzywności ocenianych klauzul można wskazać sytuacje, w których złożenie przez konsumenta reklamacji nie zostanie rozpatrzone tylko z tego powodu, że niektóre z uprawnień przysługujących konsumentowi ustawowo mogły zostać wadliwie uregulowane w ogólnych warunkach sprzedaży.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie wzorca umownego uznane za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż stosowane przez niego postanowienie pogorszyło sytuację prawną konsumentów dotyczącą przysługujących im uprawnień reklamacyjnych w przypadku nieznanomości stosowanego przez przedsiębiorcę regulaminu. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

II.2. W § 6 ust. 3 zd. 3 i ust. 5, § 8 ust. 2 zd. 2 oraz w § 10 ust. 8 zd. 2 regulaminu sklepu internetowego ekoala.pl przedsiębiorca zawarł postanowienia o następującej treści:

- *„KOALA nie ponosi odpowiedzialności za długi czas oczekiwania na dostawę realizowaną przez firmę kurierską czy pocztę”*,
- *„Koala nie przejmuje odpowiedzialności za opóźnienia w dostawie zamówionych towarów powstałe z winy Operatora Poczтового i Firmy Kurierskiej”*,
- *„Sprzedawca nie będzie ponosić wobec Użytkownika odpowiedzialności za opóźnienia w dostarczeniu zamówionych towarów, jeżeli do opóźnienia doszło z przyczyn leżących po stronie podmiotu świadczącego usługi kurierskie lub Poczty Polskiej”*.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienia należy uznać za tożsame z klauzulą wpisaną do Rejestru o treści: *„Opóźnienia wynikające z działania Poczty Polskiej lub innego przewoźnika nie obciążają w żaden sposób sklepu Pop-Galeria”* – wyrok SOKIK z dn. 28.01.2010 r. (sygn. akt XVII AmC 633/09), wpisaną pod nr 1870 w dn. 30 marca 2010 r. Porównywane postanowienia wywołują takie same skutki w zakresie w jakim wyłączają odpowiedzialność sprzedawcy za działania podmiotu dostarczającego przesyłki konsumentom związane z opóźnieniem dostarczanych przesyłek.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienia wzorca umownego uznane za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, a zatem, że jego działania miały **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż na podstawie zakwestionowanego powyżej postanowienia przedsiębiorca wyłączył swą odpowiedzialność za nieterminowe dostarczenie przesyłek przez firmę kurierską lub Poczta Polską. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

II.3. W § 11 ust. 2 regulaminu sklepu internetowego ekoala.pl przedsiębiorca zawarł postanowienie o treści: „*Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z umowy sprzedaży zawieranych przez Użytkownika ze Sprzedającym jest sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy*”.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienie należy uznać za tożsame z klauzulą wpisaną do Rejestru o treści: „*Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z umowy sprzedaży jest Sąd właściwy dla siedziby Sklepu Internetowego*” – wyrok SOKIK z dn. 21 listopada 2009 r. (sygn. akt XVII AmC 518/09), wpisaną pod nr 1879 w dn. 30 marca 2010 r. Porównywane postanowienia wywołują takie same skutki w zakresie w jakim ustalają właściwość sądu zgodną z siedzibą przedsiębiorcy. Wprowadzenie do wzorca umownego postanowienia, iż spory, mogące wynikać na tle realizacji umowy będą rozstrzygane przez konkretnie wskazany sąd, mogło stwarzać konsumentowi jako pozwanemu dolegliwe czasowo i finansowo utrudnienia w procesie związane z przejazdami do sądu siedziby przedsiębiorcy, podczas gdy przy braku zakwestionowanego rozwiązania proces toczyłby się zgodnie z art. 27 §1⁹ k.p.c. w sądzie miejsca zamieszkania konsumenta. Ponadto, zgodnie z art. 34 k.p.c., konsument mógłby wytoczyć powództwo o zawarcie umowy, ustalenie jej treści, o zmianę umowy oraz ustalenie istnienia umowy, o jej wykonanie, rozwiązanie lub unieważnienie, a także o odszkodowanie z powodu niewykonania umowy przed sądem miejsca wykonania tej umowy. Postanowienie stosowane przez przedsiębiorcę z góry wykluczało taką ewentualność. Należy wskazać, iż kwestię właściwości sądu w sprawach cywilnych określają przepisy k.p.c. i zgodnie z art. 385³ pkt 23 k.c. nie mogły być one w tym zakresie wyłączane, ponieważ mogły stanowić dodatkową dolegliwość dla konsumenta, a także ograniczać realizację przysługujących mu praw. Ta właśnie uciążliwość jest istotą klauzuli abuzywnej określonej w art. 385³ pkt 23 k.c.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie wzorca umownego uznane za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, a zatem, że jego działania mają **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż skutek stosowania kwestionowanego konsumentom mogą mieć utrudnioną drogę w dochodzeniu swych ewentualnych roszczeń. 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 zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób

⁹ Art. 27 § 1 k.p.c. stanowi: Powództwo wytacza się przed sąd pierwszej instancji, w którego okręgu pozwany ma miejsce zamieszkania.

powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

W toku postępowania, w piśmie z dn. 11 lutego 2013 r. przedsiębiorca podniósł, że od dnia 4 stycznia 2013 r. prowadzona przez niego działalność gospodarcza została zawieszona. Równocześnie dane zamieszczone w wypisie z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej tego przedsiębiorcy pozwalają ustalić datę zawieszenia przez niego prowadzenia działalności gospodarczej na dzień 8 stycznia 2013 r. W związku z tym należało przyjąć, iż z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w punktach II.1.-II.3. 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 punktach II.1.-II.3. sentencji niniejszej decyzji.

Ad III. W punkcie III. sentencji niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie przedkontraktowym. Analiza regulaminu sklepu internetowego ekoala.pl wykazała, że w dokumencie tym nie wskazano informacji na temat imienia i nazwiska przedsiębiorcy oraz miejsca i sposobu składania reklamacji. Zgodnie z kodeksem cywilnym firmą osoby fizycznej jest jej imię i nazwisko co nie wyklucza włączenia do firmy pseudonimu lub określeń wskazujących na przedmiot działalności przedsiębiorcy, miejsca jej prowadzenia oraz innych określeń dowolnie obranych. Zgodnie z wpisem przedsiębiorcy do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej firma przedsiębiorcy to KOALA Iwona Kuryjańska. W § 1 tego regulaminu przedsiębiorca stosuje wyłącznie określenie: „Sklep internetowy działający pod adresem *www.ekoala.pl* prowadzony jest przez firmę Koala, [...] Warszawa, NIP: 527-221-38-53” – przez co pomija informację odnośnie imienia i nazwiska przedsiębiorcy. W przedmiotowym regulaminie pominięto również informacje dotyczące miejsca i sposobu składania reklamacji. Co prawda w § 10 ust. 5 *in fine* wskazano: „Dział Reklamacji KOALA ul. [...]” jednakże powyższe „miejsce” jest właściwe dla zwrotów towarów w sytuacji odstąpienia od umowy w terminie 10 dni. W ust. 9 tego artykułu wskazano zaś jedynie przypadki reklamacji w przypadku udzielenia „wieczystej gwarancji” na zakupione towary. W żadnym postanowieniu regulaminu nie opisano sposobu składania reklamacji w sytuacji m.in. niezgodności towaru z umową na podstawie ustawy z dn. 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.).

W regulaminie konta aukcyjnego „eurodanezakupy” przedsiębiorca nie wskazał informacji odnośnie miejsca i sposobu składania reklamacji. Informacje zawarte w pkt 1 tego regulaminu ograniczają się bowiem do sytuacji gdy podstawą reklamacji będzie uszkodzenie przesyłki w trakcie przewozu. Regulamin ten pomija w szczególności kwestię reklamacji w sytuacji niezgodności towaru z umową.

W regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl nie wskazano informacji na temat imienia i nazwiska przedsiębiorcy. Podobnie jak w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl przedsiębiorca stosuje wyłącznie w § 1 postanowienie o treści: „Regulamin określa zasady sprzedaży przez sklep Wymarzonaposciel.pl należący do firmy Koala, z siedzibą przy ul. [...] Warszawa” – przez co pomija informację odnośnie imienia i nazwiska przedsiębiorcy.

III.1. W punkcie III.1. sentencji niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość (najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy) o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę bezprawności kwestionowanego zaniechania należy stwierdzić, iż opisane braki mogły znacznie utrudniać między innymi dochodzenie roszczeń przez konsumentów w przypadku korzystania np. z uprawnień związanych z niezgodnością towaru z umową. Imię i nazwisko, to dane, które – w połączeniu z oznaczeniem dodatkowym pod jakim jest prowadzona działalność gospodarcza – pozwalają w sposób najłatwiejszy i najtrafniejszy zidentyfikować przedsiębiorcę. W takim samym zakresie nieodzowne jest wskazanie adresu zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy m.in. wobec konieczności wskazania adresu zamieszkania strony przeciwnej w mogącym powstać sporze sądowym dotyczącym np. nienależytego wykonania zobowiązania. Skoro zatem przedsiębiorca nie dopełniał ww. obowiązku informacyjnego, to swym zachowaniem **godził w zbiorowe interesy konsumentów**. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne sklepy internetowe. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało z samej natury regulaminów jakimi posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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. 1 pkt 1 tej ustawy.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o o.n.p.k. stanowiło działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

III.2. W punkcie III.2. sentencji niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość (najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy) o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę bezprawności kwestionowanego zachowania przedsiębiorcy należy stwierdzić, że zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k. konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, między innymi o miejscu i sposobie składania reklamacji. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie w znaczny sposób mogło utrudnić skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych, dochodzenia roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru lub też jego niezgodności z umową. Skoro zatem przedsiębiorca nie dopełniał ww. obowiązku informacyjnego, to swym zachowaniem **godził w zbiorowe interesy konsumentów**. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy, którzy mogli zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne sklepy internetowe oraz konto aukcyjne allegro.pl. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało z samej natury regulaminów jakimi posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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. 1 pkt 10 tej ustawy.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k. stanowiło działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania, w piśmie z dn. 11 lutego 2013 r. przedsiębiorca podniósł, że od dnia 4 stycznia 2013 r. prowadzona przez niego działalność gospodarcza została zawieszona. Równocześnie dane zamieszczone w wypisie z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej tego przedsiębiorcy pozwalają ustalić datę zawieszenia przez niego prowadzenia działalności gospodarczej na dzień 8 stycznia 2013 r. W związku z tym należało przyjąć, iż z tym

dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w punktach III.1. oraz III.2. 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 punktach III.1. oraz III.2. sentencji niniejszej decyzji.

Ad IV.

W punkcie IV. 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 ustawy o o.n.p.k. 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 z umów sprzedaży odległość przedsiębiorca wystawia konsumentom paragony z kasy fiskalnej oraz na życzenie konsumentów faktury VAT. Przedsiębiorca przedstawił cztery (kompletne) ostatnio wystawione konsumentom paragony z kasy fiskalnej oraz trzy duplikaty faktur VAT, z czego jeden z duplikatów został wystawiony na rzecz przedsiębiorcy. W wyniku analizy tych dokumentów stwierdzono, 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: terminie i sposobie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

IV.1. W punkcie IV.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 terminie i sposobie dostawy towaru, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z 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 5 ustawy o o.n.p.k. statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru. Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie daje podstawy do przyjęcia, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektuje. Powyższe świadczy zatem o tym, że rozważane zachowanie należało zaklasyfikować, jako **bezprawne**. Niniejsza praktyka **godziła w zbiorowe interesy konsumentów**, gdyż byli oni pozbawieni informacji na temat umówionego sposobu i terminu dostawy zamówionego towaru. Uzupelnienie braków na etapie poprzedzającym zawarcie umowy nie sanuje praktyki przedsiębiorcy rozważanej w tym punkcie. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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 ustawy.

IV.2. Kolejna z ocenianych praktyk polegała 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 ustawy o o.n.p.k, 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 ustawy o o.n.p.k. 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 niniejszego obowiązku nie respektuje. Z tego też względu, należało stwierdzić, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k., a więc, że jego zachowanie jest **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 ustawy o o.n.p.k. 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.

IV.3. 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 ustawy o o.n.p.k., 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. Ponadto przedsiębiorca nie realizuje powyższego nakazu również na etapie przedkontraktowym. Z uwagi na możliwość wystąpienia po stronie konsumentów niedogodności związanych z nieznaną przez przedsiębiorcę procedurą reklamacyjną, stwierdzić należało że takie zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy słabszych uczestników rynku**. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. 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 toku postępowania, w piśmie z dn. 11 lutego 2013 r. przedsiębiorca podniósł, że od dnia 4 stycznia 2013 r. prowadzona przez niego działalność gospodarcza została zawieszona. Równocześnie dane zamieszczone w wypisie z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej tego przedsiębiorcy pozwalają ustalić datę zawieszenia przez niego prowadzenia działalności gospodarczej na dzień 8 stycznia 2013 r. W związku z tym należało przyjąć, iż z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w punktach IV.1.-IV.3. 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 punktach IV.1.-IV.3. sentencji niniejszej decyzji.

Ad V.

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. 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.-IV. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2, w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 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 2012 r., który wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I.1. Załącznika Nr 1). W związku z tym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I.2. Załącznika Nr 1).

1. Pierwsza z kar jest wymierzana z tytułu naruszeń stwierdzonych w punktach I.1.-I.7. sentencji niniejszej decyzji polegających na stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl oraz w regulaminie sklepu internetowego wymarzonaposciel.pl w obrocie z konsumentami, postanowień o treści:

- ✓ „Towar podlega zwrotowi pod warunkiem, że znajduje się w (...) nienaruszonym opakowaniu, (...). Towary zabezpieczone fabrycznie przed otwarciem nie mogą być zwrócone po zdjęciu opakowania (np. folii) lub plomby zabezpieczającej”
- ✓ „Zwrot jest możliwy, gdy towar (...) nie został w żaden sposób (...) otworzony”
- ✓ „Zwrot pieniędzy wpłaconych przez kupującego nastąpi (...) w terminie 14 dni od dnia nadejścia zwróconego przez kupującego produktu”
- ✓ „Zwrotowi na rzecz Użytkownika nie podlegają opłaty należne za dostarczenie zamówionych towarów”
- ✓ „W przypadku gdy klient odstąpi od umowy zakupu, zobowiązany będzie każdorazowo do zwrotu kosztów poniesionych przez Sprzedającego tj. m.in. kosztów przesyłki. W przypadku gdy koszt wysyłki przy zakupie był GRATIS i następuje odstąpienie od umowy klient zobowiązany jest do zwrotu kosztów wysyłki. Jednocześnie Klient wyraża zgodę na potrącenie z kwot podlegających zwrotowi należności wobec sprzedającego z tytułu poniesionych kosztów tj. między innymi kosztów przesyłki”
- ✓ „Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...)”
- ✓ „Jeżeli w trakcie zawierania transakcji klient otrzymuje dodatkowe oferty w postaci rabatu lub gratisu, to w przypadku rezygnacji z transakcji i zwrotu towaru, koszty poniesione przez sklep Wymarzonaposciel.pl, a związane z udzielonym rabatem lub gratisem pomniejszą kwotę o której mowa pkt. 4”
- ✓ „Postępując w ten sposób klient nieświadomie sam zrzeka się przysługującego mu ustawowego prawa do odstąpienia od umowy. (...) Klient chcąc skorzystać z prawa zwrotu towaru w ciągu 10

dni od daty zakupu obowiązany jest do zwrotu towaru w stanie jakim go otrzymał. Skoro nabywca potwierdził odbiór towaru w dobrym stanie w takim też stanie musi go zwrócić”,

✓ „Jeżeli po otrzymaniu towaru Klient znajdzie w nim wady techniczne lub uszkodzenia, powinien odesłać go przesyłką pocztową na adres: Koala Iwona Kuryjańska, [...] Warszawa. Zwrot należnej kwoty równej cenie towaru nastąpi w ciągu (...) Towar uszkodzony zostanie wymieniony na inny, pełnowartościowy, a jeśli będzie to już niemożliwe (na przykład z powodu wyczerpania stanów magazynowych), wymarzonaposciel.pl zwróci Klientowi równowartość ceny produktu lub zaoferuje mu inne, dostępne w sklepie towary do wyboru”,

✓ „Towar otrzymany na podstawie kuponu zniżkowego nie podlega zwrotowi. Odstąpienie od umowy możliwe jest do 10 dni od dnia zakupu kuponu”,

które są niezgodne z ustawą o o.n.p.k., z ustawą z dn. 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) oraz z ustawą z dnia 15 listopada 1984 r. Prawo przewozowe (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1173 ze zm.).

Praktyka wymieniona w punktach I.1.-I.7. tej decyzji ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj instytucji jakie zostały przez przedsiębiorcę wadliwie przedstawione – wagę tych naruszeń należało określić jako stosunkowo dużą. Na podstawie zakwestionowanych postanowień w punktach I.1., I.5. i I.7. tej decyzji pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów, ponieważ na ich podstawie konsumenci pozostali pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w okolicznościach, w których na podstawie ustawy o o.n.p.k. mogliby od niej odstąpić. Na podstawie zakwestionowanych postanowień punktów I.2., I.3. i I.6. tej decyzji pogorszeniu mogła ulec sytuacja ekonomiczna konsumentów poprzez niezasadne wydłużenie terminu zwrotu przez przedsiębiorcę świadczenia konsumenta, pominięcia istotnych elementów takiego świadczenia jak m.in. opłacone uprzednio koszty wysyłki towaru oraz nieuwzględnianie przysługujących konsumentom uprawnień z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Na podstawie zakwestionowanego postanowienia punktu I.4. tej decyzji pogorszeniu mogła ulec sytuacja prawna konsumentów, którzy zostali pozbawieni przysługujących im roszczeń z tytułu wydania przesyłki, w sytuacji w której ubytki lub uszkodzenia niedające się z zewnątrz zauważyć ujawniły się już po jej odbiorze. Z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania nie wynika jednak, aby praktyki których dotyczy miarkowana w tym punkcie kara, były stosowane umyślnie. Ocenianą praktykę należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwała ona od sierpnia 2011 r., tj. od ponad roku – a została zaniechana z dniem 8 stycznia 2013 r.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.1.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **6370,98 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszczyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę kwestionowanej praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania przez Prezesa Urzędu, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30%**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, był znaczny zasięg praktyki związany z wykorzystywaniem ogólnodostępnych sklepów internetowych oraz konta aukcyjnego portalu allegro.pl, w związku z czym kwotę bazową należy zwiększyć o **5%**. W związku z powyższym kwotę bazową należy zmniejszyć o **25%**, to jest do poziomu **4778 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 4778 zł, co stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.1.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.1.c. Załącznika Nr 1) 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 **V.1.** sentencji niniejszej decyzji.

2. Druga z kar jest wymierzana z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie II. sentencji decyzji polegającego na stosowaniu w regulaminie sklepu internetowego ekoala.pl, w obrocie z konsumentami postanowień, które zostały wpisane do Rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 ze zm.) o treści:

- a. *„Wszelkie reklamacje wynikające z nieznajomości bądź z nieprzestrzegania ogólnych warunków sprzedaży nie będą rozpatrywane”*,
- b. *„KOALA nie ponosi odpowiedzialności za długi czas oczekiwania na dostawę realizowaną przez firmę kurierską czy pocztę”*, *„Koala nie przejmuje odpowiedzialności za opóźnienia w dostawie zamówionych towarów powstałe z winy Operatora Poczтового i Firmy Kurierskiej” oraz „Sprzedawca nie będzie ponosić wobec Użytkownika odpowiedzialności za opóźnienia w dostarczeniu zamówionych towarów, jeżeli do opóźnienia doszło z przyczyn leżących po stronie podmiotu świadczącego usługi kurierskie lub Poczty Polskiej”*,
- c. *„Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z umowy sprzedaży zawieranych przez Użytkownika ze Sprzedającym jest sąd właściwy dla siedziby Sprzedawcy”*,

co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, że naruszenie przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów polegało na stosowaniu niedozwolonych postanowień umownych wpisanych do powszechnie dostępnego Rejestru niedozwolonych postanowień umownych prowadzonego przez Prezesa Urzędu. Oceniając wagę tych naruszeń Prezes Urzędu miał na względzie, iż zakwestionowana praktyka wymierzona była we wszystkich konsumentów korzystających ze sklepu internetowego przedsiębiorcy, a zatem miała charakter powszechny. Postanowienie punktu II.1. sentencji niniejszej mogło pogorszyć sytuację prawną konsumentów w zakresie przysługujących im uprawnień reklamacyjnych w przypadku nieznajomości stosowanego przez przedsiębiorcę regulaminu. Równocześnie na podstawie postanowienia punktu II.2. sentencji niniejszej decyzji pogorszeniu mogła ulec sytuacja prawna konsumentów poprzez wyłączenie odpowiedzialności przedsiębiorcy za nieterminowe dostarczenie przesyłek przez firmę kurierską lub Poczta Polska. Ponadto na podstawie postanowienia punktu II.3. sentencji niniejszej decyzji konsumenci mogli mieć utrudnioną drogę w dochodzeniu swych ewentualnych roszczeń. Jednocześnie z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania nie wynika jednak, aby praktyki, których dotyczy miarkowana w tym punkcie kara, były stosowane umyślnie. Ocenianą praktykę należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwała ona od sierpnia 2011 r., tj. od ponad roku – została zaniechana z dniem 8 stycznia 2013 r.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.2.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **1446,22 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 kwestionowanej praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania przez Prezesa Urzędu, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30%**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, był znaczny zasięg praktyki związany z wykorzystywaniem ogólnodostępnych sklepów internetowych oraz konta aukcyjnego portalu allegro.pl, w związku z czym kwotę bazową należy zwiększyć o **5%**. W związku z powyższym kwotę bazową należy zmniejszyć o **25%**, to jest do poziomu **1092 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 1092 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.2.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.2.c. Załącznika Nr 1) 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 **V.2.** sentencji niniejszej decyzji.

3. Trzecia 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 zakresie nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o:

- a. imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.,
- b. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.

Praktyka wymieniona w punkcie III. tej decyzji ujawniała się na etapie przedkontraktowym, tj. na etapie przedstawiania konsumentowi przez przedsiębiorcę oferty, propozycji zawarcia umowy. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj danych, jakie zostały pominięte, wagę tej praktyki określono, jako stosunkowo dużą. Z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania nie wynika jednak, aby praktyki, których dotyczy miarkowana w tym punkcie kara, były stosowane umyślnie. Ocenianą praktykę w zakresie sklepu internetowego ekola.pl oraz wymarzonapocisciel.pl należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwała ona od ponad roku, tj. od sierpnia 2011 r. – została zaniechana z dniem 8 stycznia 2013 r. Równocześnie oceniana praktyka w zakresie konta aukcyjnego allegro.pl miała charakter krótkotrwały, gdyż była stosowana od czerwca 2012 r. do dn. 8 stycznia 2013 r.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.3.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **1446,22 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 kwestionowanej praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania przez Prezesa Urzędu, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30%**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, był znaczny zasięg praktyki związany z wykorzystywaniem ogólnodostępnych sklepów internetowych oraz konta aukcyjnego portalu allegro.pl, w związku z czym kwotę bazową należy zwiększyć o **5%**. W związku z powyższym kwotę bazową należy zmniejszyć o **25%**, to jest do poziomu **1092 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 1092 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.3.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.3.c. Załącznika Nr 1) 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 **V.3.** sentencji niniejszej decyzji.

4. Czwarta kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie IV. sentencji niniejszej decyzji, polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o:

- a. terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.,
- b. 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 ustawy o o.n.p.k.,
- c. 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 o o.n.p.k.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku do potwierdzenia zawarcia umowy 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 stosunkowo dużą. Miarkując niniejszą karę zwrócono również 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. Z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania nie wynika jednak, aby praktyki, których dotyczy miarkowana w tym punkcie kara, były stosowane umyślnie. Ocenianą praktykę w zakresie sklepu internetowego ekola.pl oraz wymarzonaposciel.pl należy uznać za długotrwałą, gdyż ustalono, iż trwała ona od ponad roku, tj. od sierpnia 2011 r. – została zaniechana z dniem 8 stycznia 2013 r. Równocześnie oceniana praktyka w zakresie konta aukcyjnego allegro.pl miała charakter krótkotrwały, gdyż była stosowana od czerwca 2012 r. do dn. 8 stycznia 2013 r.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.4.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **5640,84 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 kwestionowanej praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania przez Prezesa Urzędu, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30%**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, był znaczny zasięg praktyki związany z wykorzystywaniem ogólnodostępnych sklepów internetowych oraz konta aukcyjnego portalu allegro.pl, w związku z czym kwotę bazową należy zwiększyć o **5%**. W związku z powyższym kwotę bazową należy zmniejszyć o **25%**, to jest do poziomu **4096 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 IV. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 4096 zł, co stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.4.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.4.c. Załącznika Nr 1) 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 V.4. 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 VI.

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 Kodeksu postępowania administracyjnego 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 Kodeksu postępowania administracyjnego 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.-IV. 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 (trzydzieści złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 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. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeksu postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964 r., Nr 43, poz. 296, ze zm.) – 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 VI. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego 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