

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 06. 03. 2007r.

RKT – 61 – 74/06/AD

DECYZJA Nr RKT - 05/2007

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

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Ziemowitowi P., prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Generator w Izabelinie, (...), który zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu w ramach sklepu prowadzonego pod adresem www.generator.pl:

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez niepotwierdzanie na piśmie konsumentom, z którymi zawarto umowy na odległość, informacji o terminie dostawy zamówionego towaru, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 23 e ust. 2 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o imieniu i nazwisku, adresie oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i o numerze, pod jakim tego dokonano, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17. 09. 2006r.**

III. Na podstawie art. 23 e ust. 2 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o terminie, w jakim nastąpi dostawa towaru, wbrew obowiązkowi określonymu w art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów

oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17. 09. 2006r.**

IV. Na podstawie art. 23 e ust. 2 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość wraz ze wskazaniem ustawowych wyjątków od tego prawa, wbrew obowiązkowi określonymu w art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17. 09. 2006r.**

V. Na podstawie art. 23 e ust. 2 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez niepotwierdzenie na piśmie konsumentom, z którymi zawarto umowy na odległość, następujących informacji o:
- organie rejestrowym przedsiębiorcy i o numerze, pod jakim wpisano go właściwego rejestru,
- prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni wraz z ustawowo określonymi wyjątkami,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1, 6, 8 i 10 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 04. 10. 2006r.**

VI. Na podstawie art. 23 e ust. 2 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na ograniczeniu konsumentom, z którymi są zawierane umowy na odległość, możliwości odstąpienia od tych umów, wbrew przepisowi art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17. 09. 2006r.**

VII. Na podstawie art. 23 e ust. 2 o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 23 a ust. 1 tej ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** praktykę stosowaną przez Ziemowita P. polegającą na obciążeniu konsumentów kosztami przesłania przez nich przedsiębiorcy towaru niezgodnego z umową wbrew przepisowi art. 8 ust. 2 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17. 09. 2006r.**

VIII. Na podstawie art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy stwierdza się, że działanie Ziemowita P. nie narusza art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), a tym samym nie stanowi praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji związanych z umowami zawartymi na odległość.

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

X. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Ziemowita P., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Generator w Izabelinie, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 53 zł (słownie: pięćdziesięciu trzech złotych).

Uzasadnienie

Dnia 06. 09. 2006r., Postanowieniem nr 1 (karta nr 1) wszczęto z urzędu w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także Prezesem Urzędu) postępowanie w sprawie stosowania przez Ziemowita P., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Generator (zwanemu dalej także przedsiębiorcą), praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymienionych w sentencji tej decyzji, które mogły być niezgodne z ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwaną dalej także uonpk) i z ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (zwaną dalej także ustawą o sprzedaży konsumenckiej). W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca ustosunkował się do postawionych mu zarzutów oraz poinformował o podjętych przez niego działaniach mających na celu eliminację zaistniałych nieprawidłowości w pismach z dnia 21. 09. 2006r. (karta nr 31) i z dnia 04. 10. 2006r. (karta nr 45). Ziemowit P. wyjaśnił, że wymienione w postanowieniu o wszczęciu postępowania braki nie wynikały ze złej woli, lecz z nieznamośności prawa. Oświadczył on też, że wprowadził poprawki, w wyniku czego na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu znalazły się informacje na temat jego imienia, nazwiska i adresu, organu rejestrowego, który zarejestrował jego działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, informacje na temat możliwości odstąpienia od umów zawieranych na odległość, miejsca i sposobu składania reklamacji. Odnosząc się do zarzutu dotyczącego braku informacji na temat terminu dostarczenia konsumentowi zamówionego przez niego towaru, przedsiębiorca wskazał, że jest on bezprzedmiotowy, gdyż przy każdym towarze widnieje wzmianka na temat dostępności tego towaru oraz o tym, że towar zostanie wysłany w najbliższym tygodniu lub, że na realizację zamówienia będzie trzeba poczekać od dwóch tygodni do sześciu miesięcy (karta nr 31). Także i w tym zakresie przedsiębiorca poczynił jednak zmiany, o czym poinformował w piśmie z dnia 04. 10. 2006r. (karta nr 45). Dodatkowo wskazał on, że prowadzony przez niego sklep powstał na bazie wcześniej działającego fan klubu i w przeważającej mierze bazuje na stałych klientach, a także zapewnił, że wszelkie sprawy sporne, reklamacje oraz prośby o wymianę towaru były załatwiane na korzyść klientów sklepu (karta nr 31). W załączeniu do pisma z dnia 21. 09. 2006r. przedsiębiorca przesłał przykładowe potwierdzenia przesyłane konsumentom za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty nr 32 – 33, 35 – 36, 38 – 39) oraz potwierdzenia przekazywane konsumentom w paczkach (karty nr 34, 37 i 40). Ziemowit P. przesłał także wydruki zrzutów z ekranu, na których uwidoczniono przy oferowanych produktach informacje na temat dostępności danego produktu lub jego braku w magazynie (karty nr 41 – 42). W toku niniejszego postępowania zwrócono się do Ziemowita P. o określenie terminu, w jakim dokonał on wyżej wskazanych zmian oraz o udokumentowanie tego (karta nr 44). W

odpowiedzi na to przedsiębiorca oświadczył w piśmie z dnia 04. 10. 2006r. (karta nr 45), że zmiany dotyczące informacji wskazanych na stronie internetowej sklepu wprowadzono dnia 17. 09. 2006r. Zmiany objęły też informacje na temat terminu dostawy towaru. Jak przedsiębiorca wyjaśnił obok oferowanych przez niego towarów zamieszczono wskazówki na temat ich dostępności bądź braku oraz o terminie, w jakim nastąpi wysyłka. Ponadto modyfikacji uległy pisemne potwierdzenia wystawiane konsumentom po zawarciu z nimi umów na odległość. Obecnie dokument taki stanowi „Zawartość paczki”. Przedmiotowe potwierdzenia, które są każdorazowo podpisywane przez osobę wystawiającą dokument, uległy zmianie z dniem 04. 10. 2006r. (karta nr 45). Na potwierdzenie powyższego przedsiębiorca przesłał przykładowe, ostatnio wystawione konsumentowi potwierdzenie pt. „Zawartość paczki” (karta nr 46) oraz wydruki zmodyfikowanych stron internetowych sklepu (karty nr 58 – 62). Pismem z dnia 23. 11. 2006r. zawiadomiono stronę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w sprawie oraz o możliwości zapoznania się z nim (karta nr 64). W przewidzianym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z przedmiotowego uprawnienia.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny.

Ziemowit P. prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej Wójta Gminy Izabelin pod numerem 2353 (karta nr 9). W ramach niniejszej działalności prowadzi on sklep internetowy działający pod adresem www.generator.pl (karty nr 8 i 29). W sklepie tym są sprzedawane płyty i kasyety z nagraniami muzycznymi. Zasady dotyczące zawierania za pośrednictwem ww. strony internetowej umów i ich wykonywania określono w dokumentach zatytułowanych „Składanie zamówień”, „Wysyłka”, „Ważne”, „Zwroty towaru i reklamacje” oraz „Prywatność” (karty nr 12, 29 – 30), które zamieszczono w zakładce „Zasady zakupu”. W witrynie internetowej sklepu znajduje się także zakładka o nazwie „O nas” (karty nr 11 i 29 - 30).

W toku podjętych wobec Ziemowita P. działań ustalono, że w żadnym z tych dokumentów nie były zamieszczone informacje o jego imieniu, nazwisku i adresie oraz o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą i o numerze, pod jakim tego dokonano. Po wszczęciu niniejszego postępowania Ziemowit P. dokonał modyfikacji zapisów zamieszczonych na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu, co nastąpiło z dniem 17. 09. 2006r. (karty nr 31, 45 i 59). W tym terminie na stronie internetowej sklepu o adresie www.generator.pl zamieszczono informacje o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, jego adresie, a także organie rejestrowym i numerze, pod jakim przedsiębiorcę wpisano do ewidencji działalności gospodarczej (karta nr 59).

W toku prowadzonych działań Prezes Urzędu ustalił, że przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawarciem z nimi umów na odległość o terminie dostawy towaru. W dokumencie pt. „Wysyłka” zawarto postanowienie, w którym przedsiębiorca wskazał konsumentom, aby nie oczekiwali oni ekspresowej realizacji zamówienia, a paczki są nadawane za pośrednictwem Poczty Polskiej zazwyczaj raz w tygodniu. W dalszej części wymieniono cztery dopuszczalne sposoby przesłania paczki. Dodatkowo istnieje też możliwość osobistego odbioru paczki od sprzedawcy (karty nr 12 i 29). W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca zauważył, że zarzut braku należytej informacji na temat terminu dostawy zamawianego towaru jest niesłuszny (karta nr 31). Przy każdym produkcie, po najechaniu na niego myszką, klient jest informowany, czy towar jest aktualnie dostępny, w związku z czym wysyłka nastąpi w najbliższym tygodniu, czy też dany produkt nie jest obecnie dostępny i na jego dostarczenie będzie trzeba poczekać od dwóch tygodni do sześciu

miesiący (karty nr 31, 41 – 42). W piśmie z dnia 04. 10. 2006r. (karta 45) przedsiębiorca oświadczył, że mając na uwadze zarzuty dotyczące braku należytej informacji na temat terminu dostawy zamówionego towaru wprowadził on w tym zakresie zmiany. Obecnie przy poszczególnych towarach widnieje informacja, że towar znajduje się magazynie i jego wysyłka nastąpi w terminie 6 dni od daty potwierdzenia zamówienia lub, że towar nie jest aktualnie dostępny i jego wysyłka nastąpi w terminie 30 dni od daty potwierdzenia zamówienia. Informacje te wyświetlają się obok wizerunku oferowanego towaru bez konieczności najeżdżania na niego myszką. Na dowód wprowadzenia ww. zmian przedłożono Prezesowi Urzędu zrzuty z ekranu zawierające zmodyfikowane dane (karty nr 61 – 62). Jak wynika z wyjaśnień przedsiębiorcy wyżej opisanej modyfikacji dokonano z dniem 17. 09. 2006r.

Dokonując oceny działalności przedsiębiorcy ustalono, że nie tylko nie informował on rzetelnie o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni i o ustawowych wyjątkach od tego prawa, lecz wręcz wprowadzał konsumentów w błędne przekonanie, że odstąpienie takie nie jest dopuszczalne. Ziemowit P. zamieścił bowiem na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu zapis o treści: *„Generalnie nie przyjmujemy zwrotów towaru z innych przyczyn (na przykład: nietrafiiony zakup) ponieważ obawiamy się piractwa. Choć czasem, jeśli stały klient poprosi o wymianę jakiejś płyty to nie będzie problemu...”*. Z dniem 17. 09. 2006r. postanowienie to zostało zastąpione klauzulą o następującej treści: *„Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” klient może zrezygnować z towaru kupionego w naszym sklepie bez podawania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki. Jest to możliwe tylko wtedy, gdy towar nie był używany, kopiowany, ani nie został w żaden sposób zniszczony. Płyty CD, płyty DVD, kasyety MC muszą być zwracane w oryginalnym, nienaruszonym opakowaniu. (...)”* (karta nr 60).

Ziemowit P. informował konsumentów przed zawarciem z nimi umów na odległość o miejscu i sposobie składania reklamacji. W dokumencie o nazwie „Zwroty i reklamacje” (karta nr 12) określił sposób zgłaszania reklamacji oraz tryb postępowania według jakiego konsument powinien postępować. W toku postępowania przedsiębiorca poinformował, że przedmiotowa regulacja także została zmodyfikowana. Przedsiębiorca uzupełnił stosowany przez niego zapis o numer telefonu, pod jakim jest możliwy kontakt oraz o adres, na jaki należy kierować przesyłki (karta nr 60).

Prezes Urzędu ustalił, że Ziemowit P. potwierdzał konsumentom fakt zawarcia z nimi umów na odległość przesyłając im potwierdzenia elektroniczne (karty nr 13 – 14, 16 – 18, 20 – 22, 24 – 26, 32 – 33, 35 – 36, 38 - 39) oraz paragony (karty nr 19, 23, 27). Z uwagi na ustawowe wymogi dotyczące formy potwierdzeń przy dokonywaniu analizy zasadniczo pominięto ww. potwierdzenia elektroniczne. Jednocześnie szczegółowemu badaniu poddano treść paragonów wystawianych przez przedsiębiorcę. Z badania tego wyniknęło, że ww. potwierdzenia nie zawierały informacji na temat:

- organu rejestrowego, który zarejestrował działalność przedsiębiorcy oraz numeru, pod jakim tego dokonano,
- terminu dostawy zamówionego towaru,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni wraz z ustawowo określonymi wyjątkowymi,
- terminu związania ofertą lub informacją o cenie,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

W czasie trwania niniejszego postępowania zmianie uległ sposób potwierdzania zawarcia umów z konsumentami. Oprócz paragonów lub wystawianych na życzenie klientów faktur VAT, przedsiębiorca sporządza dokumenty o nazwie „Zawartość paczki” (karty nr 34, 37, 40, 46). Na odwrocie tych dokumentów jest zamieszczany regulamin, a całość jest opatrzona podpisem sprzedawcy (karty nr 45 i 46). Praktyka taka jest stosowana od dnia 04. 10. 2006r. Analiza nowowprowadzonych dokumentów wykazała, że zawierają one szerszy zakres informacji niż potwierdzenia pierwotnie wystawiane, gdyż obejmują one dane na temat:

- organu, który zarejestrował działalność przedsiębiorcy oraz numeru, pod jakim tego dokonano,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni wraz z ustawowo określonymi wyjątkowymi,
- terminu związania ofertą lub informacją o cenie,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

Ww. potwierdzenia nie obejmują natomiast precyzyjnych informacji na temat terminu dostawy zamówionego towaru. Z unormowania regulaminowego wynika jedynie, że przy poszczególnych towarach zamieszcza się informacje na temat ich dostępności, co odnosi się do informacji zamieszczanych na stronie internetowej sklepu. W przypadku, gdy towar znajduje się w magazynie przedsiębiorcy ma on zostać przesłany najpóźniej w ciągu 6 dni, a gdy go nie ma, termin wysyłki może przedłużyć się do 30 dni (karta nr 46 verte). W potwierdzeniach nie wskazuje się jednak, jaki jest czas dostawy dla poszczególnych, konkretnych towarów zamówionych przez konsumenta. Z otrzymywanych potwierdzeń nie wynika, w jakim czasie przedsiębiorca był zobligowany do nadania paczki z poszczególnymi towarami. W wystawianych przez przedsiębiorcę potwierdzeniach wskazuje się, w jaki sposób paczka miała być przesłana tj. czy miała to być paczka zwykła, ekonomiczna, czy priorytetowa. Z tego można wywieść, że konsument mógł obliczyć, jaki miał być termin dostarczenia paczki od przedsiębiorcy do konsumenta. W związku jednak z brakiem wskazania terminu, w jakim przedsiębiorca był zobligowany do nadania paczki, nie można ustalić całkowitego czasu, w jaki w określonym przypadku miało nastąpić doręczenie przesyłki do konsumenta.

Jak wskazano na stronie 5 niniejszej decyzji przedsiębiorca stosował postanowienie mówiące o tym, że zasadniczo zwrotów nie przyjmuje (karta nr 12). Jako uzasadnienie dla przyjęcia takiego rozwiązania wskazał on obawę przed nieuprawnionym kopiowaniem płyt. W czasie trwania niniejszego postępowania Ziemowit P. dokonał w rozważanym zakresie zmiany, w wyniku czego przyjął on tryb, zgodnie z którym konsumenci mogą odstąpić od umów zawieranych na odległość w terminie 10 dni (karta nr 52), a wyjątki od tego prawa oparto na regulacji przewidzianej w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zmian w tym zakresie dokonano z dniem 17. 09. 2006r.

Prezes Urzędu ustalił również, że w przypadku, gdy w ramach procedury reklamacyjnej konsumenci odsyłali przedmioty niezgodne z umową, przedsiębiorca obciążał ich kosztami takich przesyłek. Na powyższe wskazuje stosowane przez Ziemowita P. postanowienie o treści: „*Koszt wysłania do nas reklamowanego towaru ponosi klient*” (karta nr 12). Z dniem 17. 09. 2006r. (karta nr 45) przedsiębiorca dokonał modyfikacji zasad, na jakich dokonywano zwrotu towaru niezgodnego z umową. Powyżej przywołane postanowienie zastąpiono klauzulą, z której wynika, że koszty związane z odesłaniem reklamowanego towaru sklep zwraca natychmiast po pozytywnym rozpatrzeniu reklamacji (karta nr 52).

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

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

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

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

W rozważanej sprawie Ziemowit P. zawiera z konsumentami umowy na odległość za pośrednictwem internetu. Przedsiębiorca ten prowadzi sklep działający pod adresem www.generator.pl. Ww. działalność jest zatem prowadzona w sposób zorganizowany i ciągły. Powyższe przesądza o tym, że do rozważanych w ramach niniejszego postępowania stosunków prawnych pomiędzy Ziemowitem P., a konsumentami stosuje się zapisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Do umów sprzedaży zawieranych pomiędzy przedsiębiorcami, a konsumentami stosuje się także przepisy ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Przepisy tego aktu prawnego znajdują zastosowanie do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tą rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą. W świetle okoliczności niniejszej sprawy bezsporny jest w fakt, że przedsiębiorca zawiera umowy sprzedaży nośników z nagraniami muzycznymi, a zatem rzeczy ruchomych, a umowy te są zawierane z konsumentami. Wobec powyższego do stosunków prawnych pomiędzy przedsiębiorcą, a konsumentami wynikających z umów sprzedaży zawieranych w ramach sklepu działającego pod adresem www.generator.pl stosuje się także przepisy ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

Art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że „1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów

konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów”.

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

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

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

W przypadku, gdy dochodzi do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu na mocy art. 23 c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy i nakazuje zaniechanie jej stosowania. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. W sytuacji, gdy określone zachowanie przedsiębiorcy nie spełnia przesłanek wymienionych w art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z art. 23 d tej ustawy wydaje się decyzję, w której się stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

I.

Zgodnie z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk przedsiębiorca zawierający z konsumentami umowy na odległość powinien im potwierdzać na piśmie najistotniejsze informacje dotyczące poszczególnych umów. W ramach niniejszego postępowania postawiono Ziemowitowi P. zarzut niedopełnienia ww. obowiązku w zakresie dotyczącym informacji o terminie dostawy zamówionego towaru.

Z poczynionych ustaleń wynika, że Ziemowit P. wystawiał paragony, a następnie dokumenty o nazwie „Zawartość paczki” załączane do paragonów lub faktur VAT. W dokumentach tych nie zamieszcza się należytej informacji na temat terminu dostawy zamówionego towaru. Wprawdzie od dnia 04. 10. 2006r. na odwrocie dokumentu „Zawartości paczki” jest drukowany regulamin obowiązujący w sklepie, to zamiana ta nie doprowadziła do wyeliminowania spornej praktyki. Analiza aktualnie sporządzanych przez przedsiębiorcę dokumentów wykazała, że nie zawierają one informacji na temat terminu dostawy zamówionego towaru. W regulaminie wskazuje się jedynie, że na stronie internetowej sklepu, przy poszczególnych towarach widnieje informacja na temat dostępności wskazanego produktu oraz terminu, w jakim może on zostać wysłany. W zależności od sytuacji jest to aktualnie informacja o tym, że wysyłka może nastąpić w terminie 6 albo 30 dni.

W tym miejscu należy zauważyć, że zakresem niniejszego punktu decyzji jest objęta praktyka polegająca na niewskazywaniu w pisemnych potwierdzeniach informacji o terminie, w jakim

wybrane produkty miały być dostarczone. W dokumentach „Zawartość paczki” przedsiębiorca nie określa czasu, w jakim sprzedawane przez niego produkty miały być doręczone kupującemu. Z dokumentów tych nie wynika więc, w jakim terminie przedsiębiorca miał spełnić swój obowiązek. W potwierdzeniach tych określa się wybrany przez konsumenta sposób dostawy zamówionego towaru, na podstawie czego można określić termin, w jakim Poczta Polska miała doręczyć paczkę od sprzedawcy do kupującego. Te dane są jednak niewystarczające do określenia całkowitego czasu dostawy. Dodatkowo trzeba zauważyć, że informacje o terminie realizacji zamówienia przez sprzedawcę nie są zamieszczane nawet w potwierdzeniach elektronicznych. W tych okolicznościach sprawy należało orzec, że przedsiębiorca stosuje bezprawną praktykę. Stosując praktykę niezgodną z art. 9 ust. 3 uonpk przedsiębiorca nie dopełnił jednocześnie obowiązku informacyjnego wskazanego w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Uzupełnienie treści wystawianych potwierdzeń o zapisy wynikające z regulaminu nie doprowadziło do usunięcia stwierdzonych nieprawidłowości, a w konsekwencji tego do zaniechania stosowania opisywanej praktyki.

Odpowiednie potwierdzenie stanowi dowód zawarcia umowy o określonej treści. Dane, które powinny być w nim wymienione określają najistotniejsze elementy umowy, sposób jej wykonania. Umożliwiają one zatem nie tylko ocenę, czy umowa została należycie wykonana, ale też dochodzenie praw z nią związanych. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość posiadanie odpowiedniego dokumentu umożliwia dochodzenie roszczeń, a w razie skierowania sprawy na drogę sądową ułatwia kwestie dowodowe. Brak stosownych potwierdzeń godzi w interesy konsumentów w ten sposób, że zostają oni pozbawieni niezbędnych informacji i dokumentów, które w razie wystąpienia niezgodności mogłyby ułatwić im dochodzenie przysługujących im praw. Praktyka ta jest wymierzona w najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci.

Dla stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie, że przypisane mu bezprawne zachowanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Sformułowanie zbiorowe interesy konsumentów oznacza interesy dotyczące ogółu, do naruszenia których może dojść, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. W rozważanym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość. Z istoty działalności prowadzonej z wykorzystaniem internetu wynika to, że zasadniczo nie znajduje ona ograniczeń terytorialnych. Jedynym warunkiem uzyskania możliwości zawarcia umowy z przedsiębiorcami tak działającymi jest posiadanie dostępu do internetu. Kontrahenci przedsiębiorcy tworzą więc liczną grupę nieoznaczonych indywidualnie konsumentów, której skład ulega nieustannym zmianom. Potencjalnie każdy z konsumentów może stać się kontrahentem tego przedsiębiorcy. Powyższe świadczy o tym, że w rozważanej sprawie oceniana praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

W świetle wyżej przedstawionych okoliczności należało stwierdzić, że Ziemowit P. stosuje niezgodną z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk i z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Stąd orzeczono, jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

II.

W ramach niniejszego postępowania postawiono przedsiębiorcy zarzut stosowania niezgodnej z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło poprzez nieinformowanie konsumentów, najpóźniej w chwili złożenia im

propozycji zawarcia umowy na odległość, o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, jego adresie, organie, który zarejestrował jego działalność oraz o numerze, pod jakim tego dokonano. Obowiązek taki spoczywa na przedsiębiorcach składających konsumentom propozycje zawarcia umów na odległość z mocy art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk. Z ustaleń poczynionych przez Prezesa Urzędu wynika, że Ziemowit P. nie uwidaczniał ww. danych na stronie internetowej swojego sklepu. Powyższe świadczy o tym, że nie dopełnił on ciężącego na nim obowiązku informacyjnego sformułowanego w przywołanym przepisie prawa. Wskazane zachowanie należało zatem uznać za bezprawne. Ponadto niedopełnienie niniejszego obowiązku doprowadziło do naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji sformułowanego w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Należy także stwierdzić, że nie spełniając powyższego obowiązku przedsiębiorca godził w interesy konsumentów. Imię i nazwisko, to podstawowe dane umożliwiające identyfikację nie tylko przedsiębiorcy, ale każdego uczestnika rynku. Adres wskazuje na to, gdzie ewentualnie będzie możliwy kontakt z przedsiębiorcą. Weryfikację tych, jak i dalszych danych o przedsiębiorcy można przeprowadzić sprawdzając jego wpis we właściwej ewidencji. W tym celu niezbędna jest wiedza na temat tego, który organ zarejestrował przedsiębiorcę oraz pod jakim numerem tego dokonano. W niniejszym przypadku konsumenci zostali pozbawieni wszystkich ww. informacji, z uwagi na co faktycznie nie wiedzieli kto będzie drugą stroną kontraktu w przypadku jego zawarcia. Niedopełnienie opisanego obowiązku informacyjnego określonego w tym punkcie decyzji spowodowało, że interesy konsumentów zostały naruszone, gdyż zostali oni pozbawieni możliwości pełnej identyfikacji swojego kontrahenta. Działaniem tym przedsiębiorca naruszył interesy nieokreślonej grupy konsumentów, którzy zapoznawali się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu. Praktyka ta była więc wymierzona w nieoznaczoną grupę konsumentów, zarówno tych, którzy zawarli umowy, jak i tych, którzy potencjalnie mogli takie umowy zawrzeć. W świetle powyżej przedstawionych okoliczności należało stwierdzić, że Ziemowit P. dopuścił się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca oświadczył, że usunął powyżej wskazane braki z dniem 17. 09. 2006r. Okoliczność ta została udokumentowana w ten sposób, że przekazano Prezesowi Urzędu wydruk aktualnie stosowanego regulaminu, w którym wskazano, że sklep jest prowadzony przez Ziemowita P. z „siedzibą w Izabelinie przy ul. (...)”, który został zarejestrowany w ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Wójta Gminy Izabelin pod numerem 2353 (karta nr 59). W świetle przedstawionych okoliczności należało stwierdzić, że w ww. terminie doszło do zaniechania stosowania niezgodnej z prawem praktyki opisanej w tym miejscu. Stąd należało orzec, jak w punkcie II sentencji decyzji.

III.

Stosownie do art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk przedsiębiorcy składający konsumentom propozycje zawarcia umów na odległość powinni informować ich o terminie, w jakim nastąpi dostawa zamówionego towaru. Stosowna informacja w tym zakresie powinna zostać przekazana najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy. Analiza zgromadzonych dokumentów doprowadziła do wniosku, że przedsiębiorca nie podawał konsumentom wystarczającej informacji w tym zakresie.

W stosowanym przez przedsiębiorcę wcześniej dokumencie pt. „Wysyłka” zawarto postanowienie, z którego wynikało, że nie należy oczekiwać ekspresowego wykonania umowy oraz, że paczki są nadawane zazwyczaj raz w tygodniu. W dokumencie tym wskazano, że towar może być przesłany paczką ekonomiczną lub paczką priorytetową. W obu przypadkach była możliwość zapłaty przelewem lub w chwili odbioru przesyłki. Dodatkowo

istnieje też możliwość osobistego odbioru paczki od przedsiębiorcy (karty nr 12 i 29) w terminie uzgodnionym indywidualnie. Przy poszczególnych towarach była zamieszczana informacja, że towar jest dostępny, w związku z czym wysyłka nastąpi w najbliższym tygodniu lub, że towar aktualnie nie jest dostępny, z uwagi na co na jego dostarczenie trzeba poczekać od dwóch tygodni do sześciu miesięcy (karty nr 31, 41 – 42). Mając na uwadze fakt, że wyżej opisane informacje były zamieszczane na stronie internetowej sklepu, przedsiębiorca zakwestionował zasadność stawiania mu zarzut niedopełnienia obowiązku informacyjnego sformułowanego w art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk. W tym miejscu należy zważyć, że analizowane informacje nie mogły zostać uznane za wystarczające. Wskazanie konsumentom, że wysyłka może nastąpić w najbliższym tygodniu, albo w terminie od dwóch tygodni do sześciu miesięcy, przy jednoczesnym uwzględnieniu zapisu, z którego wynika, że nie należało spodziewać się niezwłocznej realizacji zamówienia dały podstawę do przyjęcia, że informacja przekazywana przez Ziemowita P. była niepełna i nierzetelna. W związku z niespełnieniem obowiązku informacyjnego wymienionego w art. 9 ust. 1 pkt 5 uonpk należało stwierdzić, że zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne. Jednocześnie trzeba zważyć, że powoduje ono konieczność stwierdzenia, że przedsiębiorca nie dopełnił obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podobnie jak w przypadku praktyki wymienionej w punkcie II niniejszej decyzji, zachowaniem swym przedsiębiorca naruszył interesy konsumentów. Skutkiem stosowanej przez niego praktyki było to, że konsumenci nie byli w stanie ocenić, kiedy zamówiony towar powinien do nich dotrzeć. Mając na uwadze charakter działalności prowadzonej przez stronę niniejszego postępowania stwierdzono, że w rozważanym przypadku doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W tych okolicznościach sprawy należało orzec, że stosowana przez przedsiębiorcę praktyka była niezgodna z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca poinformował (karta nr 45), że wprowadził on w rozważanym w tym punkcie decyzji zakresie zmiany. Aktualnie przy poszczególnych towarach widnieje informacja, że towar znajduje się magazynie i jego wysyłka nastąpi w terminie 6 dni od daty potwierdzenia zamówienia albo, że towar nie jest aktualnie dostępny i jego wysyłka nastąpi w terminie 30 dni od daty potwierdzenia zamówienia. Z powyższego wynika, że przedsiębiorca zamieścił na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu precyzyjne informacje na temat terminu wysłania zamówionego towaru. Oczywistym jest, że na termin dostawy składa się termin nadania paczki przez przedsiębiorcę i termin jej doręczenia przez pocztę. Zaznaczyć trzeba, że przedsiębiorca wskazuje, iż paczka może być przesłana jako ekonomiczna lub priorytetowa. Z tego można wywieść, w jakim terminie powinna ona zostać przez Poczta Polską doręczona. Uwzględniając całokształt informacji dotyczących dostawy zamówionego towaru zamieszczanych obecnie na stronie internetowej należało stwierdzić, że zapewniają one konsumentom możliwość obliczenia, w jakim terminie przesyłka powinna do konsumenta dotrzeć. Okoliczność wprowadzenia ww. zmian przedsiębiorca udokumentował przesyłając wydruki zawierające zmodyfikowane dane (karty nr 61 – 62). W tych okolicznościach sprawy Prezes Urzędu stwierdził, że doszło do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w tym punkcie decyzji, co nastąpiło z dniem 17. 09. 2006r.

IV.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość powinni, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy na odległość, udzielać konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni i wskazywać ustawowe wyjątki od tego

prawa. Przedsiębiorcy powinni zatem informować konsumentów o ich uprawnieniu wynikającym z art. 7 uonpk, które doznaje ograniczeń jedynie w zakresie wyznaczonym w art. 10 tej ustawy. W myśl przywołanych przepisów konsumenci zasadniczo mogą odstąpić od umów zawartych na odległość w terminie 10 dni od daty odebrania przesyłki. Do rozważanych w ramach niniejszego postępowania stosunków prawnych pomiędzy Ziemowitem P., a konsumentami ma zastosowanie art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, z którego wynika, że uprawnienie to zostaje wyłączone w przypadku umów dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania. W związku z tym powinien on konsumentów informować o regulacji zawartej w ww. przepisie.

Zapoznając się z treścią informacji zamieszczanych przez Ziemowita P. na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu ustalono, że brak było stosownej informacji w tym zakresie. Przedsiębiorca nie tylko nie wskazywał na ww. uprawnienie konsumentów i jego zakres, ale zaznaczył, że co do zasady zwroty nie są przyjmowane. To pozwoliło na stwierdzenie, że przedsiębiorca nie dopełnił ciężących na nim obowiązków informacyjnych wynikających z art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk i z art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość stanowi fundament ochrony ich interesów przy zawieraniu umów na odległość. Aby uprawnienie to mogło zostać zrealizowane, konsumenci muszą posiadać odpowiednią wiedzę, a tą ma zapewnić informacja przekazywana przez przedsiębiorcę. Ziemowit P. obowiązku tego nie zrealizował, czym godził w zbiorowe interesy konsumentów. Brak świadomości o tym, że istnieje możliwość odstąpienia od umowy powoduje bowiem, że konsument nie skorzysta z przysługującego mu uprawnienia. Nie zapewniając odpowiedniej informacji przedsiębiorca faktycznie ograniczył prawo konsumentów do odstąpienia od umowy. Jednocześnie brak wymaganej wzmianki na temat wyjątków od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość, np. wskazówki, że odstąpienie nie będzie możliwe w przypadku usunięcia z nośnika jego oryginalnego opakowania, prowadzi do tego, że konsument nie mając świadomości konsekwencji, jakie mogą wywołać jego działania, zostanie pozbawiony prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Jak wskazano powyżej z charakteru działalności prowadzonej przez Ziemowita P. wynika, że podejmowane przez niego czynności dotyczą szerokiej grupy nieoznaczonych indywidualnie konsumentów. Zaistniałe nieprawidłowości powodują więc naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca zamieścił na stronie internetowej o adresie www.generator.pl informację o następującej treści: *„Zgodnie z Ustawą z 2 marca 2000 roku „O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny” klient może zrezygnować z towaru kupionego w naszym sklepie bez podawania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki. Jest to możliwe tylko wtedy, gdy towar nie był używany, kopiowany, ani nie został w żaden sposób zniszczony. Płyty CD, płyty DVD, kasety MC muszą być zwracane w oryginalnym, nienaruszonym opakowaniu. (...)”* (karta nr 60). Wprowadzając do regulaminu ww. postanowienie i zamieszczając je na stronie internetowej sklepu przedsiębiorca spełnił ciężący na nim obowiązek informacyjny. Do zaniechania stosowania niedozwolonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów doszło z dniem 17. 09. 2006r. Stąd należało orzec, jak w punkcie IV niniejszej decyzji.

V.

Jak wskazano w uzasadnieniu do punktu I niniejszej decyzji, na przedsiębiorcach zawierających z konsumentami umowy na odległość spoczywa obowiązek wystawiania

pisemnych potwierdzeń obejmujących informacje na temat warunków, na jakich poszczególne umowy zostały zawarte. W ramach niniejszego postępowania postawiono Ziemowitowi P. zarzut niedopełnienia ciążącego na nim obowiązku tego rodzaju w zakresie dotyczącym informacji na temat:

- organu rejestrowego przedsiębiorcy i o numeru, pod jakim wpisano go właściwego rejestru,
- prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni wraz z ustawowo określonymi wyjątkami,
- terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący,
- miejsca i sposobu składania reklamacji.

Jak wykazała analiza przedłożonych przez przedsiębiorcę paragonów nie obejmowały one przedmiotowych danych. Z tego względu zachowanie przedsiębiorcy należało uznać za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1, 6, 8 i 10 uonpk, a w konsekwencji tego za bezprawne. Niedopełniając ww. obowiązku informacyjnego przedsiębiorca naruszył jednocześnie obowiązek informacyjny określony w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając na uwadze zakres informacji, jakie nie były potwierdzane oraz ich wagę, należało stwierdzić, że niedopełniając ciążącej na przedsiębiorcy powinności doprowadził on do naruszenia interesów konsumentów. Dane, które powinny być wymienione w potwierdzeniu określają najistotniejsze elementy umowy, sposób jej wykonania, możliwość odstąpienia od umowy, tryb postępowania reklamacyjnego, a także precyzyjnie określają strony kontraktu. Umożliwiają one zatem nie tylko ocenę, czy umowa została należycie wykonana, ale też dochodzenie praw i identyfikację przedsiębiorcy. Potwierdzenie tych danych ułatwia konsumentom skorzystanie z przysługujących im uprawnień oraz zapewnia wiedzę o drugiej stronie kontraktu i jego warunkach. W przypadku zaistnienia sporu na tle umowy zawartej na odległość posiadanie stosownego dokumentu potwierdzającego okoliczność zawarcia umowy oraz jej warunków ułatwia kwestie dowodowe. Brak informacji o organie rejestrowym i numerach wpisu do właściwego rejestru utrudnia weryfikację innych danych przedsiębiorcy. Podobnie niekorzystną sytuację dla konsumentów stwarza brak informacji na temat terminu związania ofertą, prawa odstąpienia od umowy i granic tego uprawnienia, a także na temat zasad składania reklamacji. W świetle powyższego należało stwierdzić, że wyżej opisana praktyka godziła w interesy konsumentów.

W rozważanym przypadku doszło też do spełnienia przesłanki, zgodnie z którą zachowanie przedsiębiorcy może zostać uznane za niezgodne z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, gdy narusza ono zbiorowe interesy konsumentów. Jak wskazano już we wcześniejszych punktach decyzji charakter działalności prowadzonej przez Ziemowita P. decyduje o tym, że stosowane przez niego praktyki mają wpływ na sytuację szerokiej grupy konsumentów.

Wobec spełnienia wszystkich przesłanek należało stwierdzić, że Ziemowit P. stosował praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów wymienioną w tym punkcie decyzji.

W toku prowadzonego postępowania przedsiębiorca poinformował o dokonanych w ww. zakresie modyfikacjach. Z ustaleń poczynionych przez Prezesa Urzędu na podstawie dokumentów przedłożonych przez przedsiębiorcę wynika, że zmiany te doprowadziły do eliminacji stwierdzonych nieprawidłowości. Badane potwierdzenia wystawiane aktualnie przez Ziemowita Poniatowskiego obejmują wyżej wskazane dane. W związku z powyższym, stosownie do art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że Ziemowit P. stosował praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów wymienioną w tym punkcie decyzji oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania z dniem 04. 10. 2006r.

VI.

W art. 7 ust. 1 uonpk zostało sformułowane uprawnienie konsumentów zawierających z przedsiębiorcami umowy na odległość do odstąpienia od tych umów w terminie dziesięciu dni. Uprawnienie to jest bezwarunkowe, jedyne dopuszczalne odstępstwa od przyznanego konsumentom prawa sformułowane w przepisach ww. ustawy. Zasadniczo, aby można było odstąpić od umowy konsument musi jedynie złożyć w ustalonym terminie stosowne oświadczenie na piśmie. Przedsiębiorca nie może wyłączyć, ani ograniczyć możliwości odstąpienia od umowy, chyba że zachodzą okoliczności wymienione w art. 10 ust. 3 uonpk. W tym miejscu należy zauważyć, że z uwagi na asortyment sklepu prowadzonego pod adresem www.generator.pl do rozważanego przypadku zastosowanie będzie miał art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, z którego wynika, że prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje w przypadku, gdy umowy te dotyczą nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania.

Z akt sprawy wynika, że Ziemowit P. zastrzegł, iż zasadniczo nie przyjmuje zwrotów towarów (karta nr 12). Zachowanie to było sprzeczne z przywołanym art. 7 ust. 1 uonpk, gdyż wbrew regulacji ustawowej odebrano konsumentom ich uprawnienie. Dodać trzeba, że na podstawie art. 17 uonpk praw konsumentów wynikających z tej ustawy nie można ani wyłączyć, ani ograniczyć. Nie budzi wątpliwości też fakt, że wyżej opisane bezprawne zachowanie przedsiębiorcy godziło w ekonomiczne interesy szerokiego kręgu konsumentów. W obliczu tego należało stwierdzić, że Ziemowit P. dopuścił się stosowania niezgodnej z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W czasie trwania przedmiotowego postępowania przedsiębiorca wprowadził w życie regulamin zawierający regulację odmienną niż wyżej opisana. Zgodnie z aktualnie obowiązującymi w sklepie zasadami konsumenci mogą odstępować od zawieranych z Ziemowitem P. umów na zasadach zgodnych z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Przedsiębiorca zastrzegł, że aby można było skorzystać z ww. uprawnienia towaru nie można używać, kopiować, ani niszczyć, a płyty i kasety mają być zwracane w oryginalnym, nienaruszonym opakowaniu. Zauważyć trzeba, że warunek, zgodnie z którym towar nie może być używany nie budzi w niniejszym przypadku żadnych wątpliwości, gdyż mieści się to w wymogach wynikających z art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk. Nowa regulacja obowiązuje w sklepie Ziemowita P. od dnia 17. 09. 2006r., w związku z czym należało stwierdzić, że w tym terminie doszło do zaniechania stosowania praktyki wymienionej w tym punkcie decyzji. Stąd należało orzec, jak w punkcie VI niniejszej decyzji.

VII.

Stosownie do art. 8 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, jeżeli zakupiony towar jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Art. 8 ust. 2 tej ustawy stanowi, że nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ww. art. 8 ust. 1 oznacza, że sprzedawca jest obowiązany do zwrotu poniesionych przez kupującego kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia. Z powyżej przytoczonej regulacji wynika, że w przypadku, gdy konsument przesyła sprzedawcy towar celem doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową, to sprzedawca ma obowiązek zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego kosztów, w tym kosztów przesłania wadliwej rzeczy. Odnosząc przedmiotową regulację do rozważanej sprawy należy stwierdzić, że zachowanie przedsiębiorcy było z nią niezgodne. Wbrew postanowieniu art. 8 ust. 2 ustawy o

sprzedaży konsumenckiej przedsiębiorca nałożył na konsumentów obowiązek poniesienia kosztów przesłania towaru niezgodnego z umową i nie zwracał poniesionych przez konsumentów ciężarów. Okoliczności te spowodowały konieczność stwierdzenia bezprawności działań przedsiębiorcy. Opisanym działaniem Ziemowit P. godził w ekonomiczne interesy konsumentów, nakładając na nich dodatkowe obciążenia finansowe. Jak wykazano w poprzednich punktach charakter działalności prowadzonej przez Ziemowita Poniatowskiego decyduje o tym, że stosując określone działania godzi on w zbiorowe interesy konsumentów. Stosując praktykę niezgodną z art. 8 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca poinformował, że z dniem 17. 09. 2006r. dokonał w ww. zakresie zmian. W miejsce zakwestionowanego postanowienia wprowadził regulację, zgodnie z którą koszty związane z odesłaniem reklamowanego towaru mają zostać konsumentowi zwrócone natychmiast po pozytywnym rozpatrzeniu reklamacji (karty nr 45, 46 verte, 60). W związku z dostosowaniem postanowienia stosowanego przy zawieraniu z konsumentami umów do treści art. 8 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej należało stwierdzić, że z dniem 17. 09. 2006r. doszło do zaniechania stosowania praktyki opisanej w tym punkcie decyzji. Stąd orzeczono, jak w punkcie VII sentencji niniejszej decyzji.

VIII.

W ramach niniejszego postępowania postawiono Ziemowitowi P. zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nieudzielaniu konsumentom, najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy na odległość, rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji związanych z umowami zawartymi na odległość, co mogło być niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 uonpk i z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku prowadzonych czynności ustalono, że przedsiębiorca zamieszczał pod adresem www.generator.pl na stronie internetowej sklepu informacje na temat zasad składania reklamacji (karta nr 29 verte). W związku z tym należało stwierdzić, że w niniejszym zakresie przedsiębiorca nie dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 10 uonpk, a tym samym także i art. 23 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W związku z tym, że działanie przedsiębiorcy nie było bezprawne i nie godziło w zbiorowe interesy konsumentów, na podstawie art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało stwierdzić, że stosowana przez Ziemowita P. praktyka nie naruszała zbiorowych interesów konsumentów.

Podkreślić warto, że przedsiębiorca poczynił w ww. zakresie zmiany. Dnia 17. 09. 2006r. uzupełnił on obowiązującą w sklepie regulację dotyczącą zasad składania reklamacji o swój adres, adres elektroniczny i numer telefonu (karta nr 60). Choć zmiana ta nie miała wpływu na kwalifikację prawną zachowania przedsiębiorcy, to należy uznać ją za korzystną dla konsumentów. Nie muszą oni bowiem poszukiwać informacji na temat adresu, pod jaki należy reklamację kierować w innych częściach witryny internetowej, ani w posiadanych dokumentach. Podobnie sytuacja kształtuje się w przypadku adresu elektronicznego i numeru telefonu.

IX.

Art. 100 e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość, których specyfika polega na tym, że strony nie są jednocześnie obecne w miejscu zawierania umowy, co znacznie ogranicza możliwość bezpośredniego zapoznania się z jej przedmiotem. Konsekwencją powyższego sposobu

zawierania umów jest zwiększone ryzyko, że konkretna umowa nie zostanie wykonana w należyty sposób, zgodnie z warunkami przedstawionymi konsumentowi przed jej zawarciem. Interes konsumentów przemawia za tym, aby dysponowali oni dokumentami potwierdzającymi zawarcie umów na konkretnych warunkach, tak aby w razie zaistnienia niezgodności mogli z łatwością dochodzić swoich praw. Interes konsumentów przemawia też za tym, aby doprowadzić do niezwłocznego wyeliminowania z rynku praktyki ograniczającej im zakres posiadanych informacji i możliwość łatwego dochodzenia praw wynikających z konkretnej umowy. Z uwagi na wyżej opisane zagrożenie interesu konsumentów nadanie punktowi I niniejszej decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności jest uzasadnione.

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

X.

Zgodnie z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 72 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty tego postępowania. Postępowanie w sprawie stosowania przez Ziemowita P. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu w punktach I – VII sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu z przedsiębiorcą. W związku z powyższym postanowiono obciążyć ww. przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 53 zł (słownie: pięćdziesięciu trzech złotych).

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

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

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

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral