



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

Aleja Piłsudskiego 8
90-051 Łódź, P - 73
Tel. (0-42) 636-36-89, Fax (0-42) 636-07-12
E-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO/61-102/04/-AK-MN-

Łódź, dnia 28 grudnia 2004 r.

DECYZJA Nr RŁO 30/2004

Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (jedn. tekst: Dz. U. z 2003 r., nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. nr 18 poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko „Photoscope.com.” Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Smolna 13, 61-008 Poznań

działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 1 ww. ustawy:

- bezprawne, godzące w interesy konsumentów działanie polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, informacji o kosztach dostawy zamówionego towaru,
- bezprawne, godzące w interesy konsumentów działanie polegające na ograniczeniu ustawowego terminu odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru z umową poprzez umieszczenie w punkcie 10 „Regulaminu sklepu Text Clothing” zamieszczonego na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną postanowienia o treści „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki”

i stwierdza jej zaniechanie z dniem 10 grudnia 2004 r.

Uzasadnienie

W dniu 21 października 2004 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej Prezes Urzędu) wszczął postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy w wyniku działania przedsiębiorców sprzedających odzież za pośrednictwem internetu nie nastąpiło naruszenie przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (jedn. tekst: Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804, ze zm.) - zwana dalej ustawą o okik, uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W toku postępowania ustalono, że „Photoscope.com.” Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Smolna 13, 61-008 Poznań (zwana dalej Spółka) za pośrednictwem strony internetowej www.ascii.pl świadczy usługi drogą elektroniczną oferując do sprzedaży odzież.

Spółka na ww. stronie internetowej w dokumencie „Regulamin sklepu Text Clothing” w punkcie 4 umieściła informację o tym, że koszty przesyłki pokrywa nabywca i są one zależne od rodzaju i wielkości zamówienia. Spółka nie podała informacji o wysokości kosztów przesyłki. Zamieszczenie informacji jedynie w zakresie wskazanym wyżej, stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271, ze zm.) - zwana dalej ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów. Zgodnie z ww. artykułem przedsiębiorca jest zobowiązany do podania wysokości kosztów dostawy zakupionego towaru. Natomiast w punkcie 10 „Regulaminu sklepu Text Clothing” Spółka zamieściła postanowienie o treści „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki”. Zapis ten jest sprzeczny z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002 r. Nr 141, poz. 1176, ze zm.), w którym określono, iż sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru z umową w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru kupującemu. Dodatkowo zgodnie z art. 4 ust. 1 ww. ustawy w przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru domniemywa się, iż istniała ona w chwili wydania. Ponadto zgodnie z art. 9 ust. 1 ww. ustawy kupujący traci uprawnienia przewidziane w ww. ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy.

Prezes Urzędu uznał, że ww. zachowanie Spółki może być bezprawne, naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym Postanowieniem Prezesa Urzędu z dnia 25 listopada 2004 r. zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- bezprawnym, godzącym w interesy konsumentów działaniu polegającym na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną, informacji o kosztach dostawy zamówionego towaru,
- bezprawnym, godzącym w interesy konsumentów działaniu polegającym na ograniczeniu ustawowego terminu odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru z umową poprzez umieszczenie w punkcie 10 „Regulaminu sklepu Text Clothing” zamieszczonego na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której ww. przedsiębiorca świadczy usługi drogą elektroniczną postanowienia o treści „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich

wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki”

co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 1 ustawy o okik.

W odpowiedzi na zawiadomienie z dnia 25 listopada 2004 r. o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w piśmie z dnia 10 grudnia 2004 r. Spółka poinformowała, iż nieprawidłowości wskazane przez Prezesa Urzędu w ww. zawiadomieniu zostały usunięte ze strony sklepu internetowego www.ascii.pl, w dniu 10 grudnia 2004 r. Spółka usunęła kwestionowany przez Prezesa Urzędu zapis w „Regulaminie sklepu Text Clothing” o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki” wprowadzając w to miejsce zapis o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 2 lat od daty otrzymania przesyłki.”. Ponadto w punkcie 4 „Regulaminu sklepu Text Clothing” wprowadziła zapis informujący o wysokości kosztów dostawy towaru o treści: „Koszty przesyłki pokrywa nabywca. W przypadku płatności z góry (przelewem) wynosi ona: 4,30 zł, w przypadku płatności przy odbiorze: 7,30 zł.”. W załączeniu do ww. pisma Spółka nadesłała wydruk ze strony internetowej www.ascii.pl z dnia 10 grudnia 2004 r. zawierający nanesione zmiany.

Prezes Urzędu ustalił co następuje:

„Photoscope.com.” Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000116863 przez Sąd Rejonowy w Poznaniu, XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego. Przedmiotem działalności Spółki jest między innymi: pozostała sprzedaż hurtowa wyspecjalizowana, pozostała sprzedaż detaliczna poza siecią sklepową w tym sprzedaż detaliczna odzieży.

W toku postępowania ustalono, iż Spółka za pośrednictwem strony internetowej www.ascii.pl oferowała do sprzedaży odzież. Na ww. stronie internetowej Spółka prezentowała oferowane przez siebie towary oraz określała warunki i sposób składania zamówienia. Oferta skierowana była zarówno do konsumentów, jak i przedsiębiorców dokonujących zakupu celem dalszej odsprzedaży. Działanie takie interpretować należy jako okazanie zamiaru kontraktowania przez profesjonalistę poprzez propozycję zawarcia umowy skierowaną do użytkownika internetu, który trafił na stronę internetową www.ascii.pl. Warunkiem dokonania zakupu było prawidłowe wypełnienie dostępnego na stronie formularza zamówienia. Wypełniony formularz, przesłany do sprzedawcy za pośrednictwem internetu, był podstawą do rozpoczęcia realizacji złożonego zamówienia tj. przygotowania i wysłania towarów pod wskazany w zamówieniu adres. Towar dostarczany był na teren całego kraju za pośrednictwem Poczty Polskiej. Sposób płatności był ustalany indywidualnie. Cechą charakterystyczną opisanej procedury był brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodziło z chwilą, gdy adresat oferty złożył oferentowi oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Zawieranie umów przez Spółkę wypełniało przesłanki art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271, ze zm.) - zwana dalej ustawą o ochronie niektórych praw

konsumentów, zgodnie z którym umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, są umowami na odległość jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

Zgodnie z art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807) przedsiębiorca jest zobowiązany wykonywać działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słusznym interesów konsumentów. Odwołanie się ustawodawcy do słusznym interesów konsumentów jest wskazaniem na zespół zasad tworzących tzw. prawa konsumenckie. Są to całe ustawy lub pojedyncze przepisy chroniące konsumentów w kontraktach z profesjonalistami świadczącymi usługi i sprzedającymi towary.

Do ustaw stanowiących prawa konsumenckie należą między innymi: ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176, ze zm.) - zwana ustawą o sprzedaży konsumenckiej i cytowana wyżej ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów. Ustawy te stosuje się do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą (towar konsumpcyjny).

Spółka prowadziła sprzedaż odzieży (towaru konsumpcyjnego) między innymi konsumentom na podstawie umowy sprzedaży zawieranej drogą internetową. Tym samym do Spółki mają zastosowanie postanowienia ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

W art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów określono przedkontraktowy obowiązek informacyjny, którego istotą jest udzielenie przez oferenta konsumentowi informacji, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy. Na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 5 ww. ustawy konsument powinien być poinformowany kosztach oraz terminie i sposobie dostawy. Zgodnie ze słownikiem języka polskiego przez koszt należy rozumieć: „sumę pieniędzy wydatkowaną na kupno lub opłacenie czego, nakład pieniędzy na określony cel, wartość, cena” (Mały Słownik Języka Polskiego, Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 1994 r., s. 384). Na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której Spółka świadczy usługi drogą internetową w dokumencie „Regulamin sklepu Text Clothing” w punkcie 4 umieściła informację o tym, że koszty przesyłki pokrywa nabywca i są one zależne od rodzaju i wielkości zamówienia. Spółka nie podała wysokości kosztów (sumy pieniędzy) jakie musi ponieść konsument z tytułu dostawy towaru.

Spółka nie wypełniła obowiązku informacyjnego nałożonego na nią w art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, gdyż nie określiła na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której świadczy usługi drogą elektroniczną kosztów dostawy towaru.

Natomiast ustawa o sprzedaży konsumenckiej w art. 10 ust. 1 nakłada na sprzedawcę ryzyko odpowiedzialności za towar niezgodny z umową w przypadku stwierdzenia tej niezgodności przed upływem 2 lat od wydania towaru konsumentowi. Termin ten biegnie na

nowo w razie wymiany towaru. Skrócenie powyższego terminu do minimum 1 roku, jest dopuszczalne w drodze porozumienia stron, jedynie w przypadku, gdy przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana. Zatem konsument w ciągu dwóch lat od wydania towaru ma prawo do realizacji uprawnień wynikających z niezgodności towaru z umową. Roszczenia konsumenta, przysługujące mu z tego tytułu przedawniają się z upływem roku od stwierdzenia przez kupującego tej niezgodności (art. 10 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej).

Spółka w ww. „Regulaminie sklepu Text Clothing” zamieściła postanowienie o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki”. Postanowienie to ogranicza prawo konsumenta do zgłoszenia niezgodności towaru z umową z 2 lat do 14 dni od daty wydania towaru konsumentowi. Z drugiej strony postanowieniem tym Spółka ograniczyła ryzyko odpowiedzialności za towar niezgodny z umową jedynie do 14 dni od daty wydania towaru.

W dniu 10 grudnia 2004 r. Spółka usunęła ze swojej strony internetowej kwestionowane przez Prezesa Urzędu zapisy o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki” wprowadzając w to miejsce zapis o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 2 lat od daty otrzymania przesyłki.” oraz w punkcie 4 „Regulaminu sklepu Text Clothing” wprowadziła zapis informujący o wysokości kosztów dostawy towaru.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Art. 23a ust. 1 ustawy o okik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Przesłankami zaistnienia zakazanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są:

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

Ad. 1.)

Jak wskazano na wstępie „Photoscope.com.” Spółka z o.o. jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000116863. Spółka prowadzi działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży detalicznej odzieży. Jest więc przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o okik.

Tym samym pierwsza przesłanka została spełniona.

Ad. 2.)

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

Jak ustalił wcześniej organ antymonopolowy, do umów zawieranych przez Spółkę mają zastosowanie postanowienia ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i ustawy o sprzedaży konsumentkiej. Spółka oferowała i sprzedawała odzież konsumentom.

Zachowanie Spółki polegające na nie umieszczeniu na stronie internetowej www.ascii.pl za pośrednictwem której świadczy ona usługi drogą elektroniczną informacji o kosztach dostawy jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a tym samym jest bezprawne.

Prawo do pełnej informacji o cenie oferowanego towaru i związanych z tym kosztach dostawy jest instrumentem ochronnym dla konsumenta zawierającego umowę na odległość. Umożliwia ono uzyskanie przez konsumenta pełnych informacji o kosztach świadczenia jakie będzie musiał ponieść kupując dany towar. Ma to istotne znaczenie w związku z faktem, iż w przypadku umów zawieranych bez jednoczesnej obecności obu stron znacznie ograniczona została możliwość uzyskania informacji, w tym informacji o kosztach przesyłki. Umowa zawierana na odległość wiąże się z występowaniem deficytu informacji, tym samym na sprzedawcy towarów ciąży szczególne obowiązki informacyjne w tym zakresie. Brak informacji o kosztach dostawy ograniczył konsumentowi swobodę decydowania o zakupie. Uniemożliwił rzetelne porównania wartości świadczenia Spółki z ofertami świadczeń jej konkurentów: innych sklepów internetowych lub sklepów z odzieżą w pobliżu miejsca zamieszkania konsumenta.

Szeroko ujęty w art. 9 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. Zasadą jest udzielenie informacji przez przedsiębiorcę spontanicznie, nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta (porównaj: E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, 2. Wydanie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2002 r., s 285).

W związku z powyższym nie umieszczenie na stronie internetowej www.ascii.pl, za pośrednictwem której Spółka świadczy usługi drogą elektroniczną, informacji o wysokości kosztów dostawy towaru jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów a tym samym bezprawne.

Dostarczenie rzeczy wadliwej traktowane jest przez ustawodawcę jako przejaw nienależytego wykonania zobowiązania i powoduje powstanie po stronie kupującego specjalnych uprawnień, których celem jest zapewnienie, aby świadczenie sprzedawcy było odpowiednikiem świadczenia kupującego. Art. 10 ustawy o sprzedaży konsumentkiej

zapewnia możliwość przywrócenia zachwianej ekwiwalentności świadczeń stron umowy, na skutek dostarczenia przez sprzedawcę rzeczy wadliwej. Przyjęty przez ustawodawcę 2 letni termin dochodzenia roszczeń gwarantuje kupującemu, że zakupiony towar będzie odpowiadał przeznaczeniu i cechom o jakich zapewniał sprzedający przez okres uznany przez ustawodawcę za mający wpływ na równowagę świadczenia konsumenta.

Termin określony w art. 10 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej ma charakter zawity. Nie może zatem zostać zmodyfikowany na mocy porozumienia stron, bądź narzuconego przez jedną z nich postanowienia umownego. Spółka wprowadzając w „Regulaminie sklepu Text Clothing” postanowienie o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki” zmodyfikowała termin określony w art. 10 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Modyfikacja ta spowodowała po stronie konsumenta ograniczenie prawa do dochodzenia roszczeń z tytułu wydania wadliwych towarów, a po stronie Spółki ograniczenie ryzyka odpowiedzialności za towar niezgodny z umową. Ograniczeni po stronie spółki stanowi naruszenie art. 471 Kodeksu cywilnego, zgodnie z którym dłużnik jest zobowiązany do naprawienia szkody wynikające z tytułu nienależytego wykonania zobowiązania. Opisane powyżej działanie Spółki jest nie tylko niezgodne z art. 10 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, ale skutkuje również brakiem ekwiwalentności świadczeń po stronie Spółki. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał ww. zachowanie za bezprawne.

Tym samym druga przesłanka została spełniona.

Ad.3)

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

Osobami dokonującymi zakupu odzieży za pośrednictwem witryny internetowej www.ascii.pl byli zarówno konsumenci (zgodnie z art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą), jak i osoby prowadzące działalność gospodarczą.

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

Tym samym trzecia przesłanka została spełniona.

Prezes Urzędu uznał, że działania Spółki nosiły znamiona bezprawności i godziły w zbiorowe interesy konsumentów. Dlatego też należało je uznać za wypełniające przesłanki praktyki opisanej w art. 23 a ust. 1 ustawy o okik.

W piśmie z dnia 10 grudnia 2004 r. Spółka poinformowała, że w dniu 10 grudnia 2004 r. dokonała zmian na stronie internetowej www.ascii.pl. Na dowód tego twierdzenia przedstawiła wydruk ze strony internetowej www.ascii.pl z dnia 10 grudnia 2004 r. zawierający naniesione zmiany. Z przedstawionego dokumentu wynikało, iż kwestionowane postanowienie o treści „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki” zostało zastąpione zapisem o treści: „W przypadku wadliwych towarów lub błędów w zamówieniu, gwarantujemy ich wymianę na towar nieuszkodzony/właściwy, pod warunkiem zgłoszenia w terminie 2 lat od daty otrzymania przesyłki.”. Ponadto w punkcie 4 „Regulaminu sklepu Text Clothing” wprowadziła zapis informujący o wysokości kosztów dostawy towaru. Wprowadzone zmiany nie naruszały wskazanych przez Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu praw konsumentów uregulowanych w art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i art. 10 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumentkiej.

Prezes Urzędu uznał dowody przedstawione przez Spółkę za wiarygodne i przekonywujące i na ich podstawie stwierdził zaniechanie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów od dnia wejścia w życie zmienionego na stronie internetowej www.ascii.pl „Regulaminu sklepu Text Clothing” tj. od dnia 10 grudnia 2004 r.

Wobec stwierdzenia zaistnienia praktyki, o której mowa a art. 23 a ust. 1 ustawy o okik i stwierdzenia jej zaniechania Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji.

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

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Łodzi

Iwona Bielska

Otrzymuje:

„Photoscope.com.” Spółka z o.o. w Poznaniu
ul. Smolna 13
61-008 Poznań

