



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

ul. Piotrkowska 120

90-006 Łódź

tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12

e'mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO 61-16()/14/AK

Łódź, dnia 12 listopada 2014 r.

DECYZJA Nr RŁO 30/2014

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania przez „SOWCAR” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Sieradzu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

wobec uprawdopodobnienia stosowania przez „SOWCAR” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Sieradzu, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- 1) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień dotyczących terminu zwrotu towaru nabytego na podstawie umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowienia, o treści: *„Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r.” O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...)*”, Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...)
- 2) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień dotyczących odstąpienia od umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowień, o treści: *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)*” oraz *„wypełniony druk zwrot towaru”*, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

- 3) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie ich uprawnień dotyczących zwrotu kosztów przesyłki reklamowanego towaru oraz zwrotu kosztów przesyłki zwracanego towaru nabytego na podstawie umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowień, o treści: „Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi” i „Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta”, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

oraz po przyjęciu zobowiązania „SOWCAR” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Sieradzu do **podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, nakłada się** zgodnie ze złożonym zobowiązaniem polegającym na wprowadzenie do obrotu gospodarczego nowego wzorca umowy „Regulamin” dotyczącego sklepu internetowego www.kiasklep.pl, w którym postanowienie o treści: „Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r.” O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...), Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...),” zostało zastąpione postanowieniem o treści: „W przypadku rezygnacji z zakupionego towaru (...) klient złoży w terminie 10 dni od odbioru towaru, oświadczenie o odstąpieniu od umowy, (pobierz: formularz odstąpieni od umowy), a postanowienie o treści: „Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)” oraz „wypełniony druk zwrot towaru” zostało zastąpione postanowieniem o treści: „Klient zwraca towar do Sklepu w terminie 14 dni od złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Zwracany towar powinien być w stanie nienaruszonym, w tym powinien być kompletny, w fabrycznym opakowaniu-które umożliwia identyfikację części, nie może nosić śladów eksploatacji”, natomiast postanowienia o treści: „Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi” i „Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta” zostały wykreślone, na ww. przedsiębiorcę **obowiązek wykonania przyjętego zobowiązania poprzez:**

- wprowadzenie w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszej decyzji do obrotu gospodarczego zmienionego wzorca umowy „Regulaminu” dotyczącego sklepu internetowego www.kiasklep.pl zawierającego ww. zmiany;
- powiadomienie **w terminie 2 miesięcy (dwóch miesięcy) od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji** konsumentów, którzy dokonali zakupów w terminie ostatnich 3 miesięcy, licząc od daty wprowadzenia do obrotu gospodarczego zmienionego „Regulaminu” dotyczącego sklepu internetowego www.kiasklep.pl, o dokonanych zmianach w ww. regulaminie.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, nakłada się** na „SOWCAR” Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w

Sieradzu obowiązek **złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania**, zawierającej:

- 1) kopię strony internetowej zawierającej „Regulamin” sklepu internetowego www.kiasklep.pl” w raz z datą jego zamieszczenia na tej stronie,
- 2) liczbę konsumentów, którzy dokonali zakupów w terminie ostatnich 3 miesięcy, licząc od daty wprowadzenia do obrotu gospodarczego zmienionego „Regulaminu” sklepu internetowego www.kiasklep.pl”, wraz z dowodami wysłania im powiadomienia o zmianach postanowień w stosowanym w tym okresie ww. regulaminie,

w terminie 3 miesięcy (trzech miesięcy) od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W 2014 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadził postępowanie wyjaśniające o sygnaturze akt RŁO-405-23/14. W trakcie ww. postępowania, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej: „Prezesem Urzędu” zbadał między innymi działalność „SOWCAR” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Sieradzu – zwana dalej „SOWCAR” i ustalił, że spółka ta prowadzi działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży detalicznej części i akcesoriów samochodowych za pośrednictwem sklepu internetowego www.kiasklep.pl. SOWCAR posługuje się w obrocie gospodarczym wzorcem umowy pod nazwą „Regulamin” dotyczącym sklepu internetowego www.kiasklep.pl” zawierającym postanowienia, których wykorzystanie może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”.

W związku z powyższym Prezes Urzędu, Postanowieniem Nr 1/61-16/14 wydanym w dniu 29 września 2014 r. wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez „SOWCAR” Spółka z o. o. z siedzibą w Sieradzu, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- 1) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień dotyczących terminu zwrotu towaru nabytego na podstawie umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowienia, o treści: *„Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmiennym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r.” O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...), Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...)*”, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.
- 2) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień dotyczących odstąpienia od umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowień, o treści: *„Zwrócony towar musi*

posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)” oraz „wypełniony druk zwrot towaru”, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

- 3) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie ich uprawnień dotyczących zwrotu kosztów przesyłki reklamowanego towaru oraz zwrotu kosztów przesyłki zwracanego towaru nabytego na podstawie umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowień, o treści: *„Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi” i „Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta”, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,*
o czym zawiadomił SOWCAR.

SOWCAR w piśmie z dnia 6 października 2014 r. stwierdził, iż kwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienie mogą budzić wątpliwości i uznał za zasadne zarówno dokonanie zmiany obowiązującego wzorca umowy, jak i zmiany zawartych umów. Do ww. pisma SOWCAR załączył projekt poprawionego wzorca umowy „Regulamin sklepu internetowego www.kiasklep.pl”, w którym postanowienia o treści:

- *„Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r.” O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...), Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...),” zostało zastąpione postanowieniem o treści: „W przypadku rezygnacji z zakupionego towaru (...) klient złoży w terminie 10 dni od odbioru towaru, oświadczenie o odstąpieniu od umowy, (pobierz: formularz odstąpienia od umowy).*
- *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)”zwracany towar oraz „wypełniony druk zwrot towaru”, zostały zastąpione postanowieniem o treści: „Klient zwraca towar do Sklepu w terminie 14 dni od złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Zwracany towar powinien być w stanie nienaruszonym, w tym powinien być kompletny, w fabrycznym opakowaniu-które umożliwia identyfikację części, nie może nosić śladów eksploatacji”.*

Natomiast postanowienia o treści: *„Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi” i „Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta” zostały wykreślone.*

Tak zmieniony wzorzec SOWCAR zobowiązał się wprowadzić niezwłocznie po otrzymaniu decyzji zobowiązaniowej oraz do powiadomienia w terminie 2 miesięcy od wydania takiej decyzji konsumentów, którzy dokonali zakupów w terminie ostatnich 3 miesięcy, o dokonanych zmianach.

Pismem z dnia 16 października 2014 r. Prezes Urzędu poinformował SOWCAR o zakończeniu zbierania materiału dowodowego.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

„SOWCAR” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Sieradzu jest wpisana do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym pod numerem

0000121951, prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia, XX Wydziału Krajowego Rejestru Sądowego. Zgodnie z aktualnym odpisem z rejestru przedsiębiorców przedmiotem jej działalności jest między innymi sprzedaż detaliczna części i akcesoriów samochodowych, sprzedaż hurtowa pojazdów mechanicznych, itp.

W ramach prowadzonej działalności gospodarczej związanej z sprzedażą detaliczną części i akcesoriów samochodowych SOWCAR prowadzi za pośrednictwem strony internetowej www.kiasklep.pl. sprzedaż tych produktów konsumentom. Zasady i warunki sprzedaży konsumenckiej zostały uregulowane przez SOWCAR w regulaminie zamieszczonym na ww. stronie. W treści regulaminu SOWCAR zamieścił postanowienia o treści:

- 1) *Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r. "O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...)", Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...)",*
- 2) *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)" oraz „wypełniony druk zwrot towaru”,*
- 3) *„Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi” i „Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta”.*

Zgodnie z art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz. U. 2012 poz. 1225) – zwanej dalej „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów” konsument, który zawarł umowę sprzedaży na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Dodatkowo na podstawie art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni (...).

Natomiast jak wynika z treści art. 8 ust. 1 i 2 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.- zwaną dalej: „ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej), jeżeli towar konsumpcyjny 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. Natomiast nieodpłatność naprawy i wymiany oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.

Ponadto na podstawie art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za nieuczciwą, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej

zawierania lub po jej zawarciu (ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

Dodatkowo zgodnie z treścią art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć praw konsumenta, w szczególności obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych, procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części, prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. W decyzji tej, jak wynika z art. 28 ust. 3, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

Przytoczony powyżej przepis jako przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji wskazuje: uprawdopodobnienie, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom.

W niniejszym postępowaniu wymaga zatem rozważenia, czy wskazane warunki zaistniały w odniesieniu do działań i zobowiązań SOWCAR, a ponadto, czy w przypadku ich wystąpienia uzasadnione jest przyjęcie zobowiązania strony postępowania i wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji na podstawie art. 28 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W pierwszej kolejności zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przedmiotowej sprawie niezbędne jest ustalenie, czy doszło do naruszenia interesu publicznoprawnego a następnie uprawdopodobnienie naruszenia przesłanek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zarzucanej SOWCAR, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy.

Naruszenie interesu publicznoprawnego

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na

realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest wobec tego, aby działania przedsiębiorców, którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy. Zatem ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem działania SOWCAR nie były ograniczone do określonych odbiorców lub ich grupy. Dotyczyły wszystkich aktualnych i potencjalnych odbiorców części i akcesoriów samochodowych oferowanych do sprzedaży przez SOWCAR za pośrednictwem strony internetowej.

Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uprawdopodobnienie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił SOWCAR zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- 1) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym polegającej na wprowadzaniu w konsumentów w błąd odnośnie uprawnień dotyczących terminu zwrotu towaru nabytego na podstawie umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowienia, o treści: *„Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmiennym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r. ” O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...)”, Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...)”*, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.
- 2) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie uprawnień dotyczących odstąpienia od umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowień, o treści: *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)” oraz „wypełniony druk zwrot towaru”*, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.
- 3) stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd odnośnie ich uprawnień dotyczących zwrotu kosztów przesyłki reklamowanego towaru oraz zwrotu kosztów przesyłki zwracanego towaru nabytego na podstawie umowy sprzedaży zawieranej na odległość, na skutek umieszczenia we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin” postanowień, o treści: *„Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi”* i

„Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta”, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 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. 1 i ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, którymi między innymi są nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy)

Tym samym dla uprawdopodobnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

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

Ad 1)

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a także: (a) osobę fizyczną, osobę prawną, oraz jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, (b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, (c) osobę fizyczną, która posiada kontrolę, w rozumieniu pkt 4, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 13, (d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2. Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm.) - zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” - przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym.

„SOWCAR” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Sieradzu jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym pod numerem 0000121951. Zgodnie z art. 12 Kodeksu spółek handlowych (t.j. Dz. U. 2013 r. poz. 1030), będąc spółką kapitałową wpisaną do rejestru posiada osobowość prawną. Nie ulega zatem wątpliwości, iż SOWCAR jest przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o swobodzie działalności gospodarczej oraz powołanego wyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez SOWCAR praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad 2)

Dla wykazania, że działania SOWCAR są praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest, aby miały one charakter bezprawny.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest, jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (m.in. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 maja 2002 r., sygn. akt I PKN 267/2001). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Zwrócił na to uwagę Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVII AmA 32/05) wskazując, iż art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, (którego odpowiednikiem w ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów jest art. 24 ust. 2), 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, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem. Jednakże w art. 24 ust. 2 tej ustawy ustawodawca wskazał przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe (tak art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Zgodnie z art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2). Z kolei stosownie do art. 5 ust. 1 tej ustawy, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym procedury reklamacyjnej, a także może dotyczyć praw

konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 tej ustawy).

Dla uprawdopodobnienia, iż SOWCAR stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe koniecznym jest w pierwszej kolejności uznanie, iż zarzucane mu zachowania mieszczą się w pojęciu praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym ma szeroki zakres i obejmuje każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

Działanie SOWCAR polegające na ustalaniu i publikowaniu treści „Regulamin” dla sklepu internetowego www.kiasklep.pl spełnia powyższe kryteria, a zatem działania takie mogą być uznane za praktyki rynkowe w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Dotyczy to tym samym działania polegającego na zawarciu w ww. regulaminie określonych informacji, wprowadzających w błąd co do uprawnień konsumentów.

Dla uprawdopodobnienia faktu istnienia nieuczciwych praktyk rynkowych konieczne jest ponadto uprawdopodobnienie, że dana praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne, stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania¹. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami, istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona i wielokrotnie zinterpretowana w judykaturze. Zgodnie z wypracowanym stanowiskiem judykatury, stwierdzić należy, iż „*istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności*”². W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić przede wszystkim, jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką profesjonalista – SOWCAR powinien

¹ K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., str. 804.

² Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., XVII Ama 118/04.

kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego).

Kolejno należało rozważyć, czy działania SOWCAR w zakresie stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych mogły wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i tym samym mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Działania w postaci rozpowszechniania nieprawdziwych lub niepełnych informacji, w wyniku czego konsument zostaje wprowadzony w błąd, mogą dotyczyć w szczególności obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części, a także praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Wprowadzenie w błąd polega przede wszystkim na pewnym zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą chce się zaangażować. W rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania konsument podejmuje decyzję o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej decyzji, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji by nie podjął, gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy. Owo zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega głównie na podawaniu fałszywych lub mylących informacji dotyczących produktu lub sposobu jego prezentacji albo wprowadzenia na rynek³. Dla prawidłowego zinterpretowania celu tej ustawy należy wskazać, iż przedsiębiorca nie tyle musi faktycznie spowodować, iż przeciętny konsument podejmie decyzję, której przy braku wprowadzenia w błąd by nie podjął, co wystarczy już samo wystąpienie takiej możliwości wprowadzenia w błąd.

Jak wskazano wyżej, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie SOWCAR w zakresie nieuczciwych praktyk rynkowych wymienionych w sentencji niniejszej decyzji powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Zgodnie natomiast z art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy ze względu na szczególne cechy, takie jak m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości UE (zwany dalej: „TSUE”). Stopniowy rozwój orzecznictwa

³ R. Stefanicki, *Interpretacja dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów na rynku wewnętrznym*, Glosa 1/2000, str. 88.

TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru.

W przedmiotowej sprawie informacje zawarte na stronie internetowej nie były skierowane do szczególnej grupy konsumentów. Zakupów przez internet dokonują różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości otaczającej rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcją modelu przeciętnego konsumenta należy przyjąć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Niezależnie od powyższego jednak, przeciętny konsument ma także prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający takie komunikaty – jako profesjonalista – jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie w „Regulaminie” sklepu internetowego www.kiasklep.pl postanowień o treści:

- 1) *Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r. "O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...)", Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...)*,
- 2) *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...)" oraz „wypełniony druk zwrot towaru”*,

wypełnia dyspozycję przepisów w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowiąc nieuczciwą praktykę rynkową polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do przysługujących im na podstawie art. 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów uprawnień w zakresie realizacji prawa odstąpienia od umowy zawieranej na odległość.

Wskazane powyżej zapisy ww. regulaminu, stosowane przez SOWCAR, dotyczą przypadków zwrotu towaru w związku z uprawnieniem do odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Wprowadzają one konsumentów w błąd w zakresie prawa do odstąpienia od umowy, a w konsekwencji prawa zwrotu towaru. Obie te instytucje szczegółowo regulują i rozróżniają przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. I tak, zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów jest możliwość odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość bez podania przyczyny w terminie 10 dni liczonym od dnia wydania mu zamówionej rzeczy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie przez konsumenta pisemnego oświadczenia przed jego upływem. Określając skutki wykonania prawa odstąpienia, ustawodawca wyraźnie postanowił, iż w razie odstąpienia od umowy – umowa jest uważana za niezawartą (art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów), a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.

W związku z powyższym, postanowienia regulaminu o treści: *„Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r. "O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...)"* i *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne,*

nieuszkodzone opakowanie (...)” oraz „*wypełniony druk zwrot towaru*”, wprowadzają konsumentów w błąd co do przysługujących im praw związanych z odstąpieniem od umowy i zwrotem zakupionego towaru.

Ustawodawca w przywołanych wyżej przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nie uzależnił prawa odstąpienia od umowy (oraz co się z tym wiąże – do zwrotu towaru) od okoliczności braku używania zamówionego towaru, czy od nie uszkodzenia opakowania. Prawo do odstąpienia od tak zawartej umowy ma charakter kształtujący. W następstwie złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu stosunek umowny wygasa ze skutkiem od momentu powstania – *ex tunc*⁴. Konsument po odebraniu zamówionego towaru przy zakupie przez środki porozumiewania się na odległość ma prawo korzystania z przedmiotu w ramach zwykłego zarządu i nie spoczywa na nim obowiązek wynagrodzenia przedsiębiorcy za zgodne z przeznaczeniem używanie rzeczy⁵. W polskim prawie nie ma legalnej definicji pojęcia „zwykłego zarządu”, niemniej należy wskazać na cel, jaki przyświecał wprowadzeniu możliwości dokonywania zakupów na odległość oraz uregulowaniu następczego prawa do odstąpienia od umowy. Konsument nie ma możliwości zbadania rzeczy tak jak mógłby to uczynić dokonując zakupu w stacjonarnym sklepie przedsiębiorcy. Zgodnie bowiem z art. 3 ust. 3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej sprzedawca jest obowiązany zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno – organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzanie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów. Tożsame uprawnienie w ramach zwykłego zarządu powinno przysługiwać konsumentom dokonującym zakupu na odległość. Granice zmian w ramach zwykłego zarządu powinny być rozpatrywane każdorazowo w oparciu o konkretny stan faktyczny. W zakresie zwykłego zarządu mieści się zarówno sprawdzenie jakości wyrobu poprzez jego obejrzenie, z czym wiąże się rozpakowanie a więc uszkodzenie opakowania. Takie zachowanie nie powoduje zmiany statusu rzeczy a towar po ponownym zapakowaniu nadaje się do dalszej sprzedaży. Ponadto ustawodawca w ww. przepisach prawa nie sformalizował również treści czy szaty graficznej oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Pozwalając tym samym konsumentowi na dowolność sformułowania treści takiego oświadczenia woli o odstąpieniu od umowy, pod jednym warunkiem, że musi być na piśmie. Należy również podnieść, że po otrzymaniu zamówionego towaru, najpierw biegnie konsumentowi dziesięciodniowy termin na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy, a następnie zarówno konsument, jak i przedsiębiorca mają nie później niż w terminie czternastu dni czas na dokonanie zwrotu tego, co wzajemnie świadczyły. Biorąc pod uwagę wyżej zakwestionowane postanowienia, stwierdzić należy, że takie zachowanie SOWCAR wprowadza konsumentów w błąd a w konsekwencji ogranicza prawa konsumentów do dokonania zwrotu zakupionego towaru w sytuacji jego używania w granicach zwykłego zarządu oraz do skrócenia ustawowego terminu zwrotu zakupionego towaru nawet do czterech dni.

Ponadto, w przedmiotowym postępowaniu zakwestionowano postanowienia ww. regulaminu o treści: „*Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi*” i „*Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta*”. Jak wskazano wyżej,

⁴ W. Kocot, *Nowe zasady zawierania i wykonywania umów z udziałem konsumentów (I)*, Przegląd Prawa Handlowego 2000 nr 11, s. 50;

⁵ M. Jagielska, *Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość*, Monitor Prawniczy 2000 nr 9, s. 563;

zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych prawa konsumentów w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Powyższy przepis stanowi implementację art. 6 ust. 2 zd. 2 i 3 Dyrektywy 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość (Dz. Urz. WE L 144 z 04.06.1997) - dalej: dyrektywa 97/7/WE - w którym to europejski ustawodawca stwierdza, iż „w przypadku gdy konsument wykonuje swoje prawo odstąpienia od umowy na mocy niniejszego artykułu, dostawca jest zobowiązany do zwrotu wpłaconych kwot bez dodatkowych kosztów. Konsument nie może ponosić z tytułu wykonywania swojego prawa odstąpienia od umowy żadnych opłat poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów”. Pomimo, iż w polskiej ustawie nie dokonano bezpośredniej transpozycji zapisów dyrektywy (która wiąże krajowego ustawodawcę jedynie co do rezultatu, ale nie sposobów dokonania implementacji), to przy analizie przepisów krajowych należy brać pod uwagę cel, jakim kierował się europejski ustawodawca. W tym względzie istotne znaczenie mają orzeczenia Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (zwanego dalej: „TSUE”). Zgodnie z orzeczeniem tegoż Trybunału z dnia 15 kwietnia 2010 r. (C-511/08) przedsiębiorcy nie wolno obciążać konsumenta – w przypadku odstąpienia od umowy zawartej na odległość – dodatkowymi kosztami oprócz tych wynikających z bezpośrednich kosztów zwrotu towaru do przedsiębiorcy. Jak słusznie zauważył TSUE, gdyby konsument – odstępując od umowy – miał ponosić koszty wysyłki towaru do niego, to takie obciążenie bez wątplenia mogłoby zniechęcać go do wykonania przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy i co się z tym wiąże byłoby sprzeczne z samym celem art. 6 tejże dyrektywy. Należy również zauważyć, iż ciężar ponoszonych kosztów się równoważy, gdyż konsument ponosi bezpośrednie koszty zwrotu towaru do przedsiębiorcy. Słusznie w doktrynie wskazuje się, iż konstrukcja dyrektywy 97/7/WE zmierzała do stworzenia zrównoważonego podziału ryzyka pomiędzy strony w umowach zawieranych na odległość. (...) Przenoszenie na konsumenta całości kosztów związanych z transportem towarów do i od klienta mogłoby zaburzać tę równowagę, niwecząc bądź przynajmniej osłabiając skuteczność całej regulacji⁶.

Natomiast zgodnie z art. 8 ust. 1 i 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, jeżeli towar konsumpcyjny 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. Nieodpłatność naprawy i wymiany oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia (art. 8 ust. 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej). Z powyższego przepisu wynika, że w przypadku reklamacji konsumenckiej do obowiązków sprzedawcy (w przedmiotowej sprawie do SOWCAR) należy poniesienie kosztów dostarczenia i odbioru reklamowanego towaru. W razie, gdy czynności te zostaną wykonane przez konsumenta bądź na jego rachunek jest on uprawniony do żądania zwrotu od sprzedawcy poniesionych kosztów.

W związku z powyższym można przyjąć, że ww. postanowienia wprowadzają w błąd konsumentów, co do zakresu ich uprawnień związanych zarówno ze złożeniem reklamacji konsumenckiej jak i odstąpieniem od umowy.

⁶ Igor. B. Nestoruk, *Ochrona konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość w świetle przepisów dyrektywy 97/7/WE*, Głosa 1/2011, s.106

Tym samym należy uznać za uprawdopodobnione, że podlegające ocenie w przedmiotowym postępowaniu postanowienia „Regulaminu” sklepu internetowego www.kiasklep.pl” mogą wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i powodować podjęcie przez niego decyzji związanej z umową, której inaczej by nie podjął. Powyższe uprawdopodobnia stosowanie przez SOWCAR nieuczciwej praktyki rynkowej określonej w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez SOWCAR praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

Ad 3)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji zbiorowego interesu konsumentów, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i zagrożeniu im. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W wyroku z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt I CKN 504/01) Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów.*

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów, jako określonej zbiorowości. Dla uprawdopodobnienia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (indywidualizowanych), ale za to dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (M. Szydło, Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów, Monitor Prawniczy 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się indywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych,

potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. Na poparcie powyższego należy zatem przytoczyć stanowisko SOKiK, który w wyroku z dnia 13 stycznia 2009r. wskazał, iż *jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów (sygn. akt: XVII Ama 26/08).*

W niniejszej sprawie uprawdopodobniono, na podstawie okoliczności sprawy, iż mamy do czynienia z naruszeniem interesów potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcia zawarte w niniejszej decyzji nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania SOWCAR odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Działania SOWCAR były podejmowane w stosunku do potencjalnie nieoznaczonego z góry i bardzo licznego kręgu konsumentów, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się ofertą SOWCAR oraz z dostępnym wzorcem „Regulamin sklepu internetowego www.kiasklep.pl” i zawarli, bądź mogli zawrzeć z SOWCAR umowę, zawierającą zakwestionowane postanowienia, za pośrednictwem internetu. W tej sytuacji bezprawne zachowanie SOWCAR nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz dotyczy naruszonych uprawnień określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów SOWCAR.

Interes konsumentów należy rozumieć, jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych czego urzeczywistnieniem jest w ujęciu generalnym prawo konsumentów do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W związku z powyższym należy stwierdzić, iż podlegające ocenie praktyki godzą w zbiorowe interesy konsumentów. Godzenie w interesy niemajątkowe konsumentów przejawia się w tym przypadku w naruszeniu abstrakcyjnie pojmowanego prawa konsumentów do uzyskania pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji. Jedynie konsument posiadający prawdziwe i pełne informacje jest w stanie podejmować świadome i indywidualnie korzystnie decyzje dotyczące zawarcia i wykonania umowy. Powyższe ma również w konsekwencji wpływ na interesy konsumentów w wymiarze majątkowym.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez SOWCAR praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad pkt I sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych

w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 tej ustawy, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Ponadto, stosownie do art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przyjmując zobowiązanie Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań.

Jak Prezes Urzędu wykazał w niniejszej decyzji, okoliczności sprawy uprawdopodobniły, że przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

SOWCAR zobowiązał się do wyeliminowania zarzucanej w niniejszym postępowaniu praktyki poprzez zmianę treści oraz usunięcie zakwestionowanych postanowień. Na dowód złożonego zobowiązania SOWCAR przedstawił projekt poprawionego wzorca umowy „Regulamin” w którym:

- postanowienie o treści: *„Klient będący Konsumentem ma prawo do zwrotu produktów w stanie niezmienionym w terminie do 14 dni od ich otrzymania, zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r. ” O ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności (...), Dz. U. Nr 22, poz. 271. (...),”* zostało zastąpione postanowieniem o treści: *„W przypadku rezygnacji z zakupionego towaru (...) klient złoży w terminie 10 dni od odbioru towaru, oświadczenie o odstąpieniu od umowy, (pobierz: formularz odstąpieni od umowy).*
- postanowienie o treści: *„Zwrócony towar musi posiadać: oryginalne, nieuszkodzone opakowanie (...),”* oraz *„wypełniony druk zwrot towaru”,* zostało zastąpione postanowieniem o treści: *„Klient zwraca towar do Sklepu w terminie 14 dni od złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Zwracany towar powinien być w stanie nienaruszonym, w tym powinien być kompletny, w fabrycznym opakowaniu-które umożliwia identyfikację części, nie może nosić śladów eksploatacji”.*
- a postanowienia o treści: *„Koszt odesłania towaru jak i wysłania nie podlega zwrotowi”* i *„Przesyłka reklamacyjna zwrotna wysyłana jest na koszt klienta”* zostały wykreślone,

oraz zobowiązał się do wprowadzenia tak zmienionego wzorca umowy „Regulamin” dot. sklepu internetowego www.kiasklep.pl, w terminie 7 dni od daty otrzymania decyzji Prezesa Urzędu w przedmiotowej sprawie, oraz do poinformowania drogą elektroniczną (e-mail) konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wprowadzenia do obrotu gospodarczego nowego regulaminu zawarli ze SOWCAR umowę sprzedaży za pośrednictwem internetu o zmianach wprowadzonych w regulaminie, w terminie 2 miesięcy (dwóch miesięcy) od daty wydania niniejszej decyzji

W ocenie Prezesa Urzędu, zaproponowane zmiany w ww. regulaminie, uwzględniając specyfikę sprzedawanych towarów, uwzględniają przepis art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i pozwolą na wyeliminowanie z obrotu postanowień umownych, które wprowadzają konsumentów w błąd, co do zakresu ich uprawnień dotyczących odstąpienia od umowy zawartej na odległość wynikających z przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. Prezesa Urzędu uznał również, że wprowadzenie do ww. regulaminu zaproponowanych zmian spełni w wystarczający w okolicznościach

przedmiotowej sprawy sposób obowiązek przekazywania przez SOWCAR rzetelnych, niewprowadzających w błąd informacji.

Wobec okoliczności, że SOWCAR zobowiązał się jednocześnie do poinformowania drogą elektroniczną konsumentów o zmianie treści „Regulaminu” dot. sklepu internetowego www.kiasklep.pl. Prezes Urzędu uznał złożone zobowiązanie za zupełne, gdyż w równorzędny sposób zabezpiecza interesy prawne konsumentów, którzy zawarli umowy ze SOWCAR i konsumentów, którzy mogą zawrzeć tego typu umowy w przyszłości. Działania, do których podjęcia zobowiązał się SOWCAR, posłużą efektywnie do wyeliminowania ewentualnych trwających skutków zarzucanej praktyki.

Zaproponowany przez SOWCAR termin wykonania zobowiązania w okolicznościach przedmiotowej sprawy jest w ocenie Prezesa Urzędu adekwatny do możliwości SOWCAR oraz stopnia i zakresu uprawdopodobnionego naruszenia interesów konsumentów.

W związku z powyższym, stosownie do przepisu art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nałożył na SOWCAR obowiązek wykonania przyjętego zobowiązania poprzez:

- wprowadzenie w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszej decyzji do obrotu gospodarczego zmienionego wzorca umowy „Regulamin” sklepu internetowego www.kiasklep.pl” zawierającego zaproponowane zmiany;
- powiadomienie **w terminie 2 miesięcy (dwóch miesięcy) od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji** konsumentów, którzy dokonali zakupów w terminie ostatnich 3 miesięcy, licząc od daty wprowadzenia do obrotu gospodarczego zmienionego „Regulaminu” sklepu internetowego www.kiasklep.pl, o dokonanych zmianach w ww. regulaminie.

Wobec spełnienia przesłanek wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.**

Ad pkt II sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania zobowiązania, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Wobec tego Prezes Urzędu nałożył na SOWCAR obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, zawierającej:

- 1) kopię strony internetowej zawierającej „Regulamin” sklepu internetowego www.kiasklep.pl” w raz z datą jego zamieszczenia na tej stronie,
- 2) liczbę konsumentów, którzy dokonali zakupów w terminie ostatnich 3 miesięcy, licząc od daty wprowadzenia do obrotu gospodarczego zmienionego „Regulaminu” sklepu internetowego www.kiasklep.pl”, wraz z dowodami wysłania im powiadomienia o zmianach postanowień w stosowanym w tym okresie w ww. regulaminie,

w terminie 3 miesięcy (trzech miesięcy) od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

W związku z tym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II. sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 1 i 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 101, 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 – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Z-ca Dyrektora Delegatury*

Andrzej Kędzia

Otrzymuje:

„SOWCAR” Spółka z o.o.

ul. Wojska Polskiego 102

98-200 Sieradz