



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 20 grudnia 2023 r.

DOZIK-1.610.2.2023.ZG

DECYZJA NR DOZIK - 16/2023

Informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie DUKA International Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie, polegające na dodawaniu przez DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie produktów do koszyka zakupowego, w trakcie procesu składania zamówienia realizowanego w sklepie internetowym pod adresem <https://duka.com/pl>, bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845 ze zm.) i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 27 grudnia 2022 r.**
- II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.) **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie:**
 1. **środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów** polegający na:
 - A. zwrocie przez DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie środków w wysokości 24,99 zł (słownie: dwadzieścia cztery złote dziewięćdziesiąt dziewięć groszy) wszystkim konsumentom, którzy w okresie od 4 stycznia 2022 r. do 27 grudnia 2022 r. złożyli zamówienia w sklepie internetowym dostępnym pod adresem <https://duka.com/pl> i do zamówień których DUKA International Spółka Akcyjna dodała niezamawiane towary, a konsumenci nie zdecydowali się na ich zwrot,w ten sposób, że:

DUKA International Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, w terminie 30 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji, poinformuje konsumentów, o których mowa powyżej o treści decyzji oraz o przysługującym im zwrocie środków pieniężnych, poprzez:

- i. wiadomość e-mail wysłaną na adres e-mail posiadany w bazie danych przedsiębiorcy w dacie uprawomocnienia się decyzji, o treści:

„Dzień dobry,

na podstawie wydanej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr DOZIK 16/2023 (zobacz więcej), przysługuje Pani/Panu zwrot kwoty w wysokości 24,99 zł w związku z poniesieniem przez Państwa kosztów związanych z dodaniem przez DUKA do koszyka zakupowego w trakcie procesu składania zamówienia realizowanego w sklepie internetowym pod adresem <https://duka.com/pl>, produktów (parasolka/kubek) bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta. Produkty, które Pani/Pan posiada pozostają Państwa własnością i nie należy ich zwracać do sklepu.

Aby otrzymać zwrot na konto bankowe lub przekazem pocztowym, skontaktuj się z nami, np. odpowiadając na tę wiadomość e-mail lub dzwoniąc pod numer [podany numer telefonu do kontaktu z konsumentami].

Zwrot środków nastąpi w wybranej przez Pana/Panią w formie w terminie do 14 dni od dnia powiadomienia spółki o sposobie zwrotu środków. W przypadku braku kontaktu w terminie 3 miesięcy od dnia otrzymania niniejszej wiadomości, zwrot środków nie będzie możliwy.

Pozdrawiamy

[podpis używany przez przedsiębiorcę w wiadomościach e-mail kierowanych do konsumentów].”

przy czym hipertączy do komunikatu, o którym mowa w pkt II.2.A decyzji, znajduje się przy sformułowaniu „zobacz więcej”,

oraz

- ii. wiadomość SMS wysłaną na numer telefonu posiadany w bazie danych przedsiębiorcy w dacie uprawomocnienia się decyzji o treści:

„Duka. Przysługuje Pani/Panu zwrot środków w wysokości 24,99 zł. Zapoznaj się z decyzją Prezes UOKiK nr 16/2023. Więcej na stronie [tu podany adres strony internetowej przedsiębiorcy aktualny na dzień wysłania wiadomości SMS] oraz w wysłanej wiadomości e-mail.”

- B. zwrocie przez DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie środków w wysokości 14,50 zł (słownie: czternaście złotych pięćdziesiąt groszy) wszystkim konsumentom, którzy w okresie od 4 stycznia 2022 r. do 27 grudnia 2022 r. złożyli zamówienia w sklepie internetowym dostępnym pod adresem <https://duka.com/pl> i do zamówień których DUKA International Spółka Akcyjna dodała niezamawiane towary, a konsumenci



zdecydowali się na zwrot jedynie tych produktów i ponieśli koszty z nim związane,

w ten sposób, że:

DUKA International Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, w terminie 30 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji, poinformuje konsumentów, o których mowa powyżej o treści decyzji oraz o przysługującym im zwrocie środków pieniężnych, poprzez:

- i. wiadomość e-mail wysłaną na adres e-mail posiadany w bazie danych przedsiębiorcy w dacie uprawomocnienia się decyzji o treści:

„Dzień dobry,

na podstawie wydanej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr DOZIK 16/2023 (zobacz więcej), przysługuje Pani/Panu zwrot środków w wysokości 14,50 zł w związku z poniesieniem przez Panią/Pana kosztów związanych z odesłaniem dodanego do koszyka zakupowego przez DUKA produktu (parasolka/kubek), którego Państwo nie zamawiali.

Aby otrzymać zwrot na konto bankowe lub przekazem pocztowym, skontaktuj się z nami, np. odpowiadając na tę wiadomość e-mail lub dzwoniąc pod numer telefonu [podany numer telefonu do kontaktu z konsumentami].

Zwrot środków nastąpi w wybranej przez Pana/Panią w formie w terminie do 14 dni od dnia powiadomienia spółki o sposobie zwrotu środków. W przypadku braku kontaktu w terminie 3 miesięcy od dnia otrzymania niniejszej wiadomości, zwrot środków nie będzie możliwy.

Pozdrawiamy

[podpis używany przez przedsiębiorcę w wiadomościach e-mail kierowanych do konsumentów].”

przy czym hipertączy do komunikatu, o którym mowa w pkt II.2.A decyzji znajduje się przy sformułowaniu „zobacz więcej”,

oraz

- ii. wiadomość SMS wysłaną na numer telefonu posiadany w bazie danych przedsiębiorcy w dacie uprawomocnienia się decyzji o treści:

„Duka. Przysługuje Pani/Panu zwrot środków w wysokości 14,50 zł. Zapoznaj się z decyzją Prezes UOKiK nr 16/2023. Więcej na stronie [tu podany adres strony internetowej przedsiębiorcy aktualny na dzień wysłania wiadomości SMS] oraz w wysłanej wiadomości e-mail.”;

2. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci opublikowania na swój koszt:

- A. na swojej stronie internetowej, która na dzień wydania decyzji mieści się pod adresem <https://duka.com/pl/>, komunikatu (dalej: „Komunikat”) o treści:



„Konsumencie! Zapoznaj się z treścią decyzji Prezesa UOKiK w sprawie dodawania niezamawianych produktów do koszyka. Konsumentom, którzy pozostawili niezamawiane produkty oraz tym, którzy jako jedyny produkt je odesłali i ponieśli koszty związane ze zwrotem przysługuje zwrot środków. Dowiedz się więcej”

odsyłającego do oświadczenia zawierającego informację o treści decyzji a także hipertączy (link) do decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wersji jawnej (dalej: „Oświadczenie”), o następującej treści:

„UOKiK wydał decyzję stwierdzającą stosowanie przez DUKA International S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (więcej). Bezprawna praktyka polegała na dodawaniu przez DUKA produktów do koszyka zakupowego, w trakcie składania zamówienia w sklepie internetowym duka.com, bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta. W ocenie UOKiK, takie działanie stanowi nieuczciwą praktykę rynkową.

DUKA International S.A. z siedzibą w Warszawie została zobowiązana do:

- 1) zwrotu środków w wysokości 24,99 zł wszystkim konsumentom, którzy w okresie od 4 stycznia 2022 r. do 27 grudnia 2022 r. złożyli zamówienia w sklepie internetowym duka.com, do których DUKA dodała niezamawiane towary, a konsumenci nie zdecydowali się na ich zwrot, w terminie 14 dni od dnia powiadomienia spółki o formie zwrotu środków;*
- 2) zwrotu środków w wysokości 14,50 zł wszystkim konsumentom, którzy w okresie od 4 stycznia 2022 r. do 27 grudnia 2022 r. złożyli zamówienia w sklepie internetowym duka.com, do których DUKA dodała niezamawiane towary, a konsumenci zdecydowali się na zwrot jedynie tych produktów i ponieśli koszty z nim związane.”*

w następujący sposób:

- i. Komunikat i Oświadczenie będą dostępne i utrzymywane na ww. stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od dnia ich zamieszczenia;
- ii. tekst Komunikatu i Oświadczenia będzie wyjustowany oraz sporządzony czcionką w kolorze czarnym (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff);
- iii. Komunikat zostanie zamieszczony w górnej części głównej strony internetowej Spółki (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona <https://duka.com/pl/>), w czarnej ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 1150 px x 350 px tak, aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki (tj. ramka była w całości wypełniona Komunikatem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z zachowaniem marginesu co najmniej 10 px pomiędzy tekstem a ramką);



- iv. hiperłącze do Oświadczenia znajduje się po sformułowaniu „więcej” w treści Komunikatu;
 - v. hiperłącze do wersji jawnej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów znajduje się przy sformułowaniu „decyzję” w treści Oświadczenia;
 - vi. Komunikat powinien być widoczny przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie, bez możliwości jego zamknięcia przez użytkownika (Komunikat nie może mieć formy np. rotacyjnego banera czy slajdera);
 - vii. Oświadczenie zostanie zamieszczone na podstronie strony internetowej Spółki i będzie widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na podstronie, chyba że zostanie zamknięte przez użytkownika (Oświadczenie nie może mieć formy np. rotacyjnego banera czy slajdera);
 - viii. wielkość czcionki użyta w Komunikacie i Oświadczeniu powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, z zastrzeżeniem warunków określonych powyżej w pkt II.2.A.ii);
 - ix. w przypadku zmiany adresu, pod jakim dostępna jest strona internetowa Spółki, Komunikat i Oświadczenie zostaną opublikowane na każdej innej stronie internetowej zastępującej stronę <https://duka.com/pl/>;
 - x. w przypadku zmiany nazwy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Spółki lub jej następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej;
- B. w mediach społecznościowych DUKA International Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie (Facebook, Instagram), w terminie 30 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów komunikatu o treści:
- i. na platformie Facebook komunikat będzie miał następującą treść:
„Konsumencie! Zapoznaj się z decyzją UOKiK w sprawie dodawania niezamawianych produktów do koszyka zakupowego, w trakcie składania zamówienia w sklepie internetowym duka.com, bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta. Konsumentom, którzy pozostawili niezamawiany przez nich produkt oraz tym, którzy jako jedyny go odesłali, przysługuje zwrot środków. Zobacz więcej”;
 - ii. na platformie Instagram komunikat będzie miał następującą treść:
„Konsumencie! Zapoznaj się z decyzją #UOKiK w sprawie dodawania niezamawianych produktów do koszyka zakupowego, w trakcie składania zamówienia w sklepie internetowym duka.com, bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta. Cześćci



konsumantom przysługuje zwrot środków. Zobacz więcej”
z użyciem hashtagów #UOKIK #decyzjaUOKIK #duka

w następujący sposób:

- i. komunikaty w mediach społecznościowych będą zamieszczone jako post na prowadzonych przez DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie profilach w mediach społecznościowych;
 - ii. komunikaty w mediach społecznościowych zostaną sformułowane zgodnie z przyjętą strategią komunikacyjną w zakresie marki DUKA tj. post o decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów będzie opublikowany na tych samych zasadach jak wszystkie inne i z użyciem takiej samej czcionki i wizualizacji jak w przypadku innych postów i wiadomości;
 - iii. hiperłącze do Oświadczenia, o którym mowa w pkt II.2.A decyzji, znajduje się w komunikacie zamieszczonym na platformie Facebook oraz na platformie Instagram przy sformułowaniu „zobacz więcej”;
 - iv. w przypadku zmiany profilu w mediach społecznościowych DUKA International Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie na wymienionych platformach niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do profili funkcjonujących w czasie zamieszczenia przedmiotowych komunikatów w mediach społecznościowych na wszystkich profilach pozostających pod jej kontrolą;
 - v. w przypadku zmiany nazwy DUKA International Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej;
 - vi. komunikaty w mediach społecznościowych będą dostępne na wymienionych wyżej platformach przez okres 3 miesięcy od daty ich publikacji i zostaną opublikowane w tej samej dacie, co Komunikat i Oświadczenie, o których mowa w pkt II.2.A decyzji.
- III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie, płatną do budżetu państwa, karę pieniężną w wysokości 1 578 061,00 zł (słownie: jeden milion pięćset siedemdziesiąt osiem tysięcy sześćdziesiąt jeden złotych)** z tytułu naruszenia zakazu o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punkcie pierwszym rozstrzygnięcia decyzji.
- IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 775 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy



o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża** DUKA International Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę **do zwrotu** Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **kosztów postępowania w kwocie 78,40 zł** (słownie: siedemdziesiąt osiem złotych czterdzieści groszy) w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

I. Przebieg postępowania administracyjnego

- [1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”, „Prezes UOKiK”, „organ ochrony konsumentów”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające prowadzone pod sygn. DOZIK-1.403.36.2022 mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działaniami DUKA International Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie (dalej: „Spółka”, „DUKA”), prowadzącej sklep internetowy pod adresem <https://duka.com/pl/> (dalej: „Sklep internetowy”), dotyczącymi procesu składania przez konsumentów zamówień za pośrednictwem ww. strony, jak również podczas procesu składania reklamacji, nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.; dalej: „uokik”, „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”).

(karty nr 6-9)

- [2] Postępowanie wyjaśniające zostało wszczęte w związku z otrzymanym sygnałem konsumentem, z którego wynikało, że podczas składania zamówienia za pośrednictwem Sklepu internetowego, DUKA może dodawać do koszyka zakupowego konsumenta produkty przez niego niezamówione.

(karty nr 43-47)

- [3] DUKA pismem z dnia 10 stycznia 2023 r. udzieliła stosownych wyjaśnień. Spółka wskazała, że nigdy automatycznie nie dodawała do koszyka zakupowego żadnego produktu bez informowania o tym konsumenta. DUKA przedstawiła żądane przez Prezesa UOKiK dokumenty i informacje, w tym regulamin Sklepu internetowego oraz opis ścieżki zakupowej.

(karty nr 11-42)

- [4] Informacje zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego uzasadniały wszczęcie przez Prezesa UOKiK w dniu 19 maja 2023 r. postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na dodawaniu przez DUKA produktów do koszyka zakupowego, w trakcie procesu składania zamówienia realizowanego w sklepie internetowym pod adresem <https://duka.com/pl/>, bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta.

(karty nr 1-4)



- [5] Pismem z dnia 19 maja 2023 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o wszczęciu ww. postępowania, a także o możliwości ustosunkowania się do postawionego zarzutu.
(karty nr 1-4,48-50)
- [6] W odpowiedzi na zawiadomienie Spółka oświadczyła, że od 27 grudnia 2022 r. nie stosuje praktyki opisanej w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania. Spółka przedstawiła również informację o wysokości obrotu osiągniętego w roku 2022.
(karta nr 51)
- [7] Spółka podtrzymała swoje oświadczenia złożone w toku postępowania wyjaśniającego. Spółka w toku postępowania wyjaśniającego wskazała, że cyt.: „Spółka nigdy nie dodawała do koszyka zakupowego żadnego produktu bez informowania o tym Klienta [konsumenta- przyp. UOKiK] Spółka w okresie od stycznia 2022 r. do 27 grudnia 2022 r. oferowała na etapie koszyka zakupowego możliwość nabycia dodatkowego produktu z rabatem dla każdego Klienta [konsumenta - przyp. UOKiK]. Z oświadczenia Spółki wynika, że oferta polegała na wyświetlaniu się w ramce nad koszykiem informacji o tym, że konsument otrzymał rabat na dany produkt, który pod tą ramką się wyświetlił wraz z informacją o rabacie cenowym. DUKA wyjaśniła dalej, że konsument mógł nie przyjąć rabatu poprzez rezygnację z promocji poprzez cyt.: „wyzerowanie produktu lub naciśnięcie znaku: „x” przy produkcie”. Spółka wskazała również, że informacja o przyznanej cyt.: „rabacie” wyświetlana była w ramce a w podsumowaniu koszyka zakupowego była opatrzona dodatkowym opisem jako cyt.: „Usługa Dodatkowa”.
(karta nr 2)
- [8] Pismem z dnia 26 czerwca 2023 r. Spółka wniosła o wydanie decyzji zobowiązującej.
(karty nr 59-60)
- [9] Prezes Urzędu w zawiadomieniu z dnia 16 października 2023 r. poinformował Spółkę, że w związku z poczynionymi w toku postępowania ustaleniami, wniosek Spółki o wydanie decyzji zobowiązującej nie zostanie uwzględniony. W odpowiedzi na powyższe Spółka pismem z dnia 25 października 2023 r. wyraziła chęć złożenia nowej propozycji zobowiązania. W piśmie z dnia 7 listopada 2023 r. DUKA odniosła się do pisma Prezesa Urzędu z dnia 16 października 2023 r. nie przekazując jednak nowej propozycji zobowiązania. Spółka przekazała jednak zestawienie transakcji, z których wynikać miał okres stosowania zarzucanej Spółce praktyki. Szczegóły dotyczące złożonych przez DUKA wniosków oraz uzasadnienie odmowy ich uwzględnienia zostały przedstawione w dalszej części niniejszej decyzji.
(karty nr 89-90,92, 102-117)
- [10] Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 775 ze zm.; dalej: „kpa”) Spółka została poinformowana o możliwości wypowiedzenia się przed wydaniem decyzji co do zebranych dowodów i materiałów. Pismem z dnia 5 grudnia 2023 r. Prezes Urzędu skierował do Spółki zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości przeglądania akt i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego. Spółka nie skorzystała z przysługującego jej prawa.
(karta nr 162)



II. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

[11] Duka International Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego o numerze 607221. Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców, Spółka została zarejestrowana 18 marca 2016 r. Zgodnie z wpisem Spółki do KRS, przeważającym przedmiotem jej działalności jest sprzedaż detaliczna mebli, sprzętu oświetleniowego i pozostałych artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach (47, 59, Z).

(karty nr 53-54).

[12] Spółka prowadzi sklep internetowy DUKA.COM dostępny na dzień wydania decyzji pod adresem: <https://duka.com/pl>.

[13] Ogólne warunki, zasady oraz sposób sprzedaży prowadzonej przez DUKA z siedzibą w Warszawie za pośrednictwem Sklepu internetowego określa Regulamin w treści obowiązującej od 29 lipca 2021 r.

(karty nr 12, 20-29).

[14] Proces składania zamówienia za pośrednictwem Sklepu internetowego uregulowany został w regulaminie sklepu internetowego duka.com (obowiązującym dla umów zawartych od dnia 29 lipca 2021 r.), dalej „Regulamin”.

[15] Stosownie do pkt 3 Regulaminu:

„Zamówienia mogą być składane w Sklepie wyłącznie przez osoby pełnoletnie, które mają pełną zdolność do czynności prawnych, wg następujących kroków:

- Klient wybiera produkt i dodaje do koszyka*
- Domyślnie jedno kliknięcie produktu oznacza wybór jednej sztuki. Można zwiększyć lub zmniejszyć liczbę sztuk zamawianego produktu w koszyku*
- Klient wybiera formę płatności oraz sposób dostawy*
- Jeśli Klient posiada kod rabatowy może go użyć*
- Przechodząc dalej i zatwierdzając koszyk Klient składa zamówienie i odpowiednio logując się (jeśli posiada konto w Sklepie), rejestruje się (założone zostaje Konto w Sklepie), dokonuje zakupów bez rejestracji (Klient nie ma wtedy dostępu do Konta w Sklepie)*
- Klient podaje swoje dane do wysyłki oraz swoje dane kontaktowe w przypadku zakupów bez rejestracji (jeśli Klient zakłada Konto w Sklepie to dodatkowo podaje e-mail do logowania oraz ustawia hasło do Konta , a jeśli Klient kupuje będąc zalogowanym to nie musi wprowadzać danych o ile nie są inne niż te podane przez Klienta w Koncie Sklepu)*

Klient składa zamówienie w Sklepie i je opłaca. DUKA w terminie do 7 dni przesyła informację o przyjęciu zamówienia do realizacji. Umowa zostaje zawarta i oferta przyjęta z chwilą otrzymania przez Klienta potwierdzenia przyjęcia zamówienia do realizacji. Klient otrzymuje taką informację wraz z informacją o skompletowaniu zamówienia. Następnie Klient otrzymuje informację o wysyłce towaru.



DUKA może nie przyjąć zamówienia do realizacji i w takiej sytuacji nie dochodzi do zawarcia umowy. Wpłacone środki przez Klienta podlegają niezwłocznie zwrotowi.

W szczególnych przypadkach możliwe jest złożenie zamówienia i jego realizacja poza Sklepem za pomocą e-maila lub telefonu. W takim wypadku przed złożeniem zamówienia Klient otrzyma Regulamin na swój adres e-mail i będzie poproszony o akceptację Regulaminu i tym samym potwierdzenie dalszej chęci złożenia zamówienia albo Klient zostanie poproszony o zapoznanie się z nim na stronie Sklepu i potwierdzenie jego warunków (zamówienia telefoniczne).”

(karty nr 21-22)

- [16] W okresie od 4 stycznia do 27 grudnia 2023 r. Spółka dodawała na etapie koszyka zakupowego konsumenta dodatkowe towary, opisując je w koszyku jako cyt.: „Usługi Dodatkowe”.

(karta nr 12, 51, 102)

- [17] Poniżej zrzut ekranu przedstawiający wygląd podsumowania koszyka zakupowego:

The screenshot shows the checkout page for DUKA. At the top, there is a banner for a -30% discount on glassware. Below the banner, there are navigation tabs: '1. TWÓJ KOSZYK', '2. DANE ADRESOWE', and '3. PODSUMOWANIE'. The '1. TWÓJ KOSZYK' tab is active. A notification box at the top left says 'Gratulacje! Otrzymałeś rabat 50% na kubek DUKA SIREN'. The cart items are listed as follows:

Produkt	Cena regularna	Cena z rabatem
Dzbanek z zaparaczem DUKA INGJUTA 1500 ml szkło	125,99 zł	125,99 zł
Dodatkowe usługi: Kubek DUKA SIREN 300 ml pomarańczowy kamionka	49,99 zł	24,99 zł

Summary of costs:

Opis	Wartość
Wartość towarów	229,98 zł
Koszt transportu	19,90 zł
Usługi dodatkowe	0,00 zł
Rabat	-79,00 zł
Razem	170,88 zł

Delivery options:

Sposób dostawy	Cena
Kurier DPD	19,90 zł
Paczkomaty	14,50 zł
Kurier InPost	19,90 zł

[zrzut ekranu nr 1, przekazany w piśmie Spółki z dnia 10 stycznia 2023 r. (karta nr 41)]

- [18] Produkty, jakie Spółka dodawała do koszyka zakupowego konsumenta to:

Produkty	Cena regularna brutto	Cena z rabatem brutto
Kubek DUKA SIREN 300 ml pomarańczowy	49,99 zł	24,99 zł

Parasol przeciwdeszczowy składany DUKA LAGOM 89 cm granatowy	49,99 zł	24,99 zł
Parasol przeciwdeszczowy składany DUKA LAGOM 89 cm granatowy żółty	49,99 zł	24,99 zł

(karta nr 13)

[19] W piśmie z dnia 7 listopada 2023 r. Spółka wskazała, że [xxx].

(karta nr 102)

[20] Ze zgromadzonego materiału dowodowego m.in. print screenu karty przedstawiającej koszyk zakupowy, print screenu otrzymanego przez Prezesa UOKiK przez konsumenta oraz print screenu wykonanego na potrzeby prowadzonego uprzednio postępowania wyjaśniającego, wynika że cena oferowanych produktów (zarówno parasolki jak i kubka) wynosiła 24,99 zł.

(karta nr 2, 46)

[21] Produkty te nie były profilowane ani dodawane losowo, a w okresie trwania praktyki dodawany był tylko jeden produkt w zależności od kalendarza promocji.

(karta nr 65)

[22] W czasie trwania praktyki Spółka dodała dodatkowy produkt do koszyka zakupowego klienta w przypadku [xxx] zamówień. Dodatkowy produkt został zamówiony przez konsumenta w przypadku [xxx] zamówień. Wartość sprzedanych towarów wynosi [xxx] zł. [xxx].

(karty nr 14, 65-66)

[23] W przypadku zwrotu ww. towarów, konsument pokrywał jego koszt, a następnie DUKA zwracała koszty najtańszego sposobu dostawy aktualnie oferowanego wyłącznie w wypadku, gdy konsument poniósł koszt dostawy w pierwotnym zamówieniu (pkt 7 Regulaminu).

(karta nr 23)

[24] Stosowanie do przekazanych przez Spółkę informacji obrót osiągnięty przez DUKA w poprzednim roku obrotowym (tj. 2022 r.) wyniósł [xxx].

(karta nr 57, 72-83, 122-161)



III. Prezes Urzędu zważył, co następuje

III.1 Naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (ad I rozstrzygnięcia decyzji)

III.1.1 Interes publiczny

- [25] Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik ochrona interesów konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- [26] Prezes UOKiK podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym, tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach¹.
- [27] Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu².
- [28] Do naruszenia tego interesu dochodzi zatem, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotycząc potencjalnych podmiotów na danym rynku, a nie jedynie ściśle określonej ich grupy³.
- [29] Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku.
- [30] W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy zostali lub mogli zostać narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę. Praktyka Spółki nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz szerszego kręgu konsumentów (aktualnych i potencjalnych klientów Spółki), którzy byli zainteresowani nabyciem produktów w sklepie internetowym Spółki. Oznacza to, że potencjalnie każdy konsument zainteresowany ofertą Spółki mógł zostać dotknięty stosowaną przez nią praktyką.
- [31] Rozpatrywana sprawa ma zatem charakter publiczny, ponieważ wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy byli lub mogli być narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę.
- [32] W tym stanie rzeczy, Prezes UOKiK uznał, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie interesu publicznego, a więc możliwe jest poddanie kwestionowanej praktyki Spółki

¹ wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt: XVII Ama 26/08

² wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt: XVII Amr 8/90

³ wyrok Sądu Najwyższego z dnia 20 kwietnia 2017r., sygn. akt: III SK 21/16; wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 12 czerwca 2002 r., sygn. akt: XVII AmA 47/2001

dalszej ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

III.1.2 Zakaz stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

- [33] Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.
- [34] Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 uokik).
- [35] Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w wyżej wymienionym przepisie należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:
1. kwestionowane zachowanie jest działaniem przedsiębiorcy;
 2. zachowanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami;
 3. zachowanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

III.1.3 Status przedsiębiorcy

- [36] Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2023 r., poz. 221 ze zm.; dalej: „Prawo przedsiębiorców”). Zgodnie z art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (vide art. 3 ww. ustawy).
- [37] Spółka jest osobą prawną prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000607221. W związku z tym posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej, podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą być oceniane w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

III.1.4 Bezprawność działania przedsiębiorcy

- [38] Bezprawność w rozumieniu art. 24 ust. 1 uokik polega na zachowaniu przedsiębiorcy - w postaci działania, jak również zaniechania - które jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym lub dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym



czynnikiem obiektywnym, a więc niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również świadomości przedsiębiorcy istnienia naruszeń lub wystąpienia szkody.

- [39] Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli przedsiębiorca stosuje nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845 ze zm.; dalej: „upnpr”), która jednocześnie będzie godzić w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

III.1.4.1 Nieuczciwe praktyki rynkowe

- [40] Zgodnie z art. 3 upnpr zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.
- [41] Art. 4 ust. 1 upnpr stanowi, iż praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców 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.
- [42] Art. 2 pkt 3 upnpr stanowi, że przez produkt rozumie się każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków prawnych. Zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. W myśl art. 2 pkt 7 upnpr za decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania.
- [43] Wskazać należy, iż możliwość wprowadzenia w błąd może polegać na zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie 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, wprowadzające w błąd działania lub zaniechania przedsiębiorcy. Ponadto, dla prawidłowego zinterpretowania celu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym 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.



III.1.4.2 Model przeciętnego konsumenta

- [44] Zarzucana Spółce praktyka podlega ocenie z punktu widzenia ustalonego modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnr przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny dokonuje 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 wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest więc stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.
- [45] Dodatkowo przy rozstrzygnięciu, jakimi cechami charakteryzuje się w danej sprawie przeciętny konsument, ustawodawca zwrócił uwagę na konieczność każdorazowego uwzględniania czynników społecznych, kulturowych, językowych. W związku z powyższym, pomimo iż model przeciętnego konsumenta jest modelem normatywnym, nie może być definiowany w oderwaniu od ustalonych - odrębnie dla każdej sprawy - warunków obrotu i realiów życia gospodarczego. Dlatego przy dokonywaniu rekonstrukcji modelu przeciętnego konsumenta należy wziąć pod uwagę rodzaj oferowanych towarów/usług, a także warunki rynkowe wprowadzania tego towaru/usługi do obrotu oraz krąg odbiorców oferty.
- [46] Podkreślenia również wymaga, iż test przeciętnego konsumenta nie jest przy tym testem statystycznym. Prawodawca unijny w punkcie 18 preambuły Dyrektywy 2005/29/WE wskazał, iż w celu ustalenia typowej reakcji przeciętnego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy i organy administracyjne obowiązane są polegać na własnej umiejętności oceny, z uwzględnieniem orzecznictwa TSUE.
- [47] Jak wynika z powyższej definicji przeciętnego konsumenta, ustawodawca wymaga od konsumenta rozsądku i uwagi, jednakże daje mu jednocześnie prawo do rzetelnej, niewprowadzającej w błąd informacji, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z wytworzenia, funkcji i przeznaczenia produktu.
- [48] Aby ustalić model przeciętnego konsumenta, należy dokonać oceny czy jest on dostatecznie dobrze poinformowany. Jednakże z tego założenia nie wynika, że konsumenci powinni samodzielnie dążyć do uzyskania wiedzy niezbędnej do zawarcia umowy. Ciężar przekazania informacji spoczywa na przedsiębiorcy, który występując na rynku w roli profesjonalisty powinien zadbać o to, żeby jego klient uzyskał pełną informację pozwalającą na podjęcie świadomej decyzji. Z tego powodu prawo do informacji uznawane jest za fundament ochrony konsumenta w Unii Europejskiej.
- [49] W przedmiotowej sprawie konsumentem dokonującym zakupów w sklepie internetowym Spółki jest **osoba rozumiejąca zasady dokonywania zakupów w środowisku online, która nie ma podstaw uważać, że produkty dodają się do koszyka w sposób automatyczny.**
- [50] Jednocześnie - niezależnie od posiadanej wiedzy i umiejętności - konsumenci w sektorze e-commerce znajdują się w położeniu nierównowagi względem przedsiębiorcy - nie tylko wiedzy, ale i posiadanych instrumentów umożliwiających wpływ na przebieg transakcji. Nierównowagę tę można określić jako „cyfrową asymetrię”. Polega ona na tym, że to po stronie przedsiębiorcy znajdują się narzędzia i wiedza dotyczące stosowanej architektury



cyfrowej (strony internetowej, aplikacji, wykorzystywanych algorytmów), która rodzi przewagę niemożliwą do usunięcia jedynie przez spełnienie obowiązków informacyjnych⁴. W takim otoczeniu rynkowym konsument, niezależnie od dostarczanych mu informacji, nie zawsze jest w stanie dostrzec wszystkie czynniki wykorzystywane przez przedsiębiorcę do wywierania wpływu na przebieg transakcji.

- [51] Przeciętny konsument działa zatem w zaufaniu do przedsiębiorcy. Ma prawo oczekiwać od niego, że dany serwis internetowy zaprojektowany zostanie w uczciwy sposób. Konsumentom mają prawo oczekiwać, że zasady obowiązujące w związku z korzystaniem z usług danego przedsiębiorcy - zarówno te opisane w regulaminie świadczenia usługi, jak i te dotyczące stosowanych rozwiązań cyfrowych, nie będą dla nich ukryte lub mylące. Konsumentom nie muszą dokładnie znać specyfiki i pełnej funkcjonalności danego serwisu czy aplikacji, dokładnych zasad ich działania. Skorzystanie z udostępnianych rozwiązań powinno być intuicyjne i funkcjonalne w taki sposób, żeby konsument nie musiał domyślać się zasad funkcjonowania serwisu internetowego przedsiębiorcy, czy też poszukiwać dodatkowych informacji. Infrastruktura strony powinna być tak zaprojektowana by konsument mógł się po niej poruszać intuicyjnie i bezpiecznie, jednocześnie działając w zaufaniu do przedsiębiorcy, który ma być dla niego lojalnym partnerem w kontrakcie. Projektowanie strony internetowej w sposób, który wymusza na konsumentach aktywne działanie, by w jego koszyku zakupowym nie znalazły się produkty, których on nie wybrał, jest działaniem nielojalnym i utrudniającym konsumentowi dokonywanie zakupów online.
- [52] W niniejszej sprawie brak jest podstaw do wyróżniania - w świetle kwestionowanej praktyki - szczególnej grupy konsumentów, której praktyka Spółki może dotyczyć. Oferta Spółki kierowana jest do szerokiego kręgu konsumentów. Kwestionowana praktyka Spółki może zatem dotyczyć wszystkich konsumentów zainteresowanych ofertą prezentowaną w sklepie internetowym dostępnym pod adresem <https://duka.com/pl>.

III.1.4.3 Praktyka określona w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji

- [53] Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie posiada definicji normatywnej pojęcia „dobrych obyczajów”. Wskazane w art. 4 ust. 1 upnpr pojęcie „dobrych obyczajów” stanowi klauzulę generalną podlegającą konkretyzacji z uwzględnieniem okoliczności określonego stanu faktycznego.
- [54] Klauzule generalne to przepisy prawne, w których nie są dokładnie sprecyzowane wszystkie elementy składające się na hipotezę czy dyspozycję normy prawnej, a ocena konkretnego stanu faktycznego zostaje przerzucona na podmiot stosujący prawo⁵.
- [55] Zgodnie z ugruntowaną linią orzecniczą Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów „dobrym obyczajem” jest szeroko rozumiany szacunek do drugiego człowieka, oparty na regule postępowania zgodnego z zasadami etyki, moralności i aprobowanymi społecznie obyczajami. Do dobrych obyczajów zaliczyć należy, w szczególności, następujące wartości: uczciwość, szczerłość, lojalność, rzetelność i fachowość. Natomiast jako sprzeczne z dobrymi obyczajami należy rozumieć działania, które uniemożliwiają

⁴ Szerzej na ten temat: EU CONSUMER PROTECTION 2.0. Structural asymmetries in digital consumer markets, BEUC, marzec 2021, dostęp (2 września 2022 r.): https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-018_eu_consumer_protection.0_0.pdf (str. 49-51).

⁵ T. Zieliński, „Klauzule generalne w prawie pracy”, Warszawa, PWN, 1988 r., s.57

realizację tych wartości, w tym także działania prowadzące do dezinformacji lub wywołania u konsumenta błędnego mniemania, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności, ukształtowania stosunku zobowiązaniowego niezgodnie z zasadą równorzędności stron, czyli działania powszechnie uznawane za nieuczciwe, nierzetelne lub sprzeczne z akceptowanymi standardami postępowania. Przy czym to nie tylko działania naruszające interesy ekonomiczne konsumenta, lecz również sytuacje, w których zostanie spowodowany u niego dyskomfort, próżny trud, wynikające z naruszenia prywatności, wygody, poczucia godności osobistej, nałożenia uciążliwych obowiązków, czy braku satysfakcji z zawarcia umowy określonej treści⁶.

- [56] Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów podkreślał też wielokrotnie, że dokładne sprecyzowanie kryterium „dobre obyczaje” jest niemożliwe ze względu na to, że wywodzi się ono z systemu wartości moralnych, posiadając tym samym wiele uwarunkowań pozaprawnych. O ile jednak różnice w niejednakowym pojmowaniu granic działań przyzwoitych i godziwych, podobnie jak działań z zachowaniem określonych gustów czy zachowań estetyki, wymykają się ze względów oczywistych spod możliwości ich wykluczenia jako takich, o tyle w razie konkretnego sporu konieczne jest zweryfikowanie określonego zachowania w kategoriach „uczciwości, obyczajności i godziwości”. Można zatem stwierdzić, że z punktu widzenia oceny nieuczciwości praktyki kryterium słusznościowe (ocenne) będzie polegać na stworzeniu pewnej (własnej) normy interpretacyjnej⁷.
- [57] W ocenie Prezesa UOKiK na gruncie niniejszej sprawy, naruszenie dobrych obyczajów i możliwość istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta przejawia się w nadużyciu pozycji profesjonalisty przez Spółkę, naruszeniu równowagi stron oraz zasady uczciwości kontraktowej.
- [58] Za zgodne z dobrym obyczajem Prezes UOKiK uznaje w przedmiotowej sprawie rzetelny sposób konstruowania procesu zawierania umowy przez przedsiębiorcę, który zabezpiecza interesy konsumentów, a jednocześnie stosowany przez przedsiębiorcę proces zakupowy nie stanowi dla konsumenta zaskoczenia w zakresie przyjętych przez Spółkę rozwiązań (automatyczne dodawanie przez przedsiębiorcę płatnych produktów do koszyka zakupowego).
- [59] W ocenie Prezesa Urzędu praktyka Spółki polegająca na dodawaniu do koszyka zakupowego konsumenta odpłatnych produktów promocyjnych bez jego wyraźnej, uprzedniej zgody stanowi naruszenie dobrych obyczajów związanych z uczciwością kupiecką. Zarzucana Spółce praktyka stanowi jedną z form tzw. „dark patterns” (ang. „zwodnicze interfejsy”).
- [60] „Zwodnicze interfejsy” to praktyki stosowane w interfejsach cyfrowych zaprojektowane w taki sposób, by kierować, oszukiwać, zmuszać lub manipulować konsumentami (użytkownikami), aby dokonywali wyborów, które często nie leżą w ich najlepszym interesie⁸. Opisywana praktyka polega na zwiększeniu złożoności wyboru konsumenta, zmusza go do podjęcia dodatkowych działań lub cofnięcia dokonanych wyborów, co jest zaprogramowane zgodnie z określonym założeniem przedsiębiorcy.

⁶ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 15 stycznia 2019 r., sygn. akt: XVII AmA 19/17, Legalis nr 1887395

⁷ wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 6 listopada 1996 r., sygn. akt: I ACr 839/96, Legalis nr 34132, wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 14 lutego 2022r., sygn. akt: XVII AmA 23/20, Legalis nr 2674295

⁸ „Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation”, final report, s. 20



- [61] Kwestionowana praktyka Spółki polega na dodawaniu odpłatnych produktów promocyjnych do koszyka konsumenta (ang. „*sneak into basket*”). Praktyka ta jest szczególnie nieuczciwa, ponieważ przerzuca na konsumenta konieczność podjęcia dodatkowych działań. Konsument musi zatem dokonać weryfikacji, czy w jego koszyku znajduje się niezamówiony produkt, a następnie cofnąć wybór, którego nigdy nie dokonał. W praktyce, technika ta objawia się automatycznym zaznaczaniem pewnych opcji wyboru, czy dodawaniem do wirtualnego koszyka zakupów dodatkowo płatnych produktów lub produktów w cenie promocyjnej.
- [62] Podkreślenia wymaga, że to konsument w chwili dokonywania zakupów internetowych jest dysponentem koszyka, do którego dodaje produkty w zamiarze ich zakupu. Automatyczne dodawanie produktów do koszyka konsumenta przez Spółkę powoduje, że niejako traci on kontrolę nad swoimi wyborami i to od aktywnego działania konsumenta zależy, czy pozostawi dodany przez DUKA produkt w koszyku zakupowym, czy też z niego zrezygnuje.
- [63] Szeroko rozumiana ochrona konsumenta przewiduje konieczność wyrażenia wyraźnej zgody (ang. „*opt-in*”) na dokonanie czynności. Tymczasem „promocyjne produkty” były dodawane przez Spółkę do koszyka zakupowego automatycznie, a konsument musiał w pierwszej kolejności zwrócić uwagę, że w jego koszyku pojawił się nowy, dodatkowy produkt, którego on nie szukał ani nie wybrał. W dalszej kolejności, konsument musiał dokonać dodatkowej czynności w postaci usunięcia produktu z koszyka. Taka praktyka stanowi odwrócenie zasad dokonywania zakupów przez konsumenta.
- [64] Celem technik „*dark patterns*” jest zwodzenie konsumenta oraz odwrócenie jego uwagi, a w konsekwencji skłonienie do wykonania czynności pierwotnie niezamierzonej, w opisywanym przypadku na „nieusunięciu” z koszyka zakupowego dodanego przez DUKA produktu promocyjnego. Jak już wskazano, działanie takie może narażać konsumenta na nieświadome poniesienie dodatkowych kosztów i innych niepożądanych konsekwencji.
- [65] Możliwość zauważenia przez konsumenta automatycznie dodanego przez Spółkę do koszyka zakupowego produktu promocyjnego oraz możliwość usunięcia przez konsumenta tego produktu z koszyka nie zmienia negatywnego charakteru stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.
- [66] Stosowana przez Spółkę praktyka polegająca na dodawaniu do koszyka zakupowego konsumenta produktów promocyjnych może zniekształcać w istotny sposób zachowania rynkowe konsumentów.
- [67] Przeciętny konsument dokonujący zakupów za pośrednictwem sklepów internetowych, w tym w sklepie internetowym duka.com.pl nie powinien przypuszczać, działając w zaufaniu do drugiej strony umowy, że w jego koszyku zakupowym znajdują się produkty niewybrane przez niego.
- [68] Konsument dokonujący zakupów w sieci jest dysponentem swojego koszyka jak również czasu, który poświęca na dokonanie zakupów. Modele sprzedaży internetowej w różnych sklepach internetowych pozwalają na wykreowanie pewnej ogólnej ścieżki zakupowej różniącej się w zależności od sklepu jedynie szczegółami. W zasadniczej większości sklepów internetowych robienie zakupów opiera się na dobrze znanym schemacie - wybór produktu - dodawanie do koszyka - opłacenie zamówienia.
- [69] Stosowania przez Spółkę praktyka jest o tyle nieuczciwa, że od przeciętnego użytkownika internetu zawierającego transakcje internetowe w sposób powtarzalny wymaga



dotatkowej spostrzegawczości oraz dokładności w zapoznawaniu się z wszystkimi warunkami umownymi. Przeciętny konsument zdaje sobie sprawę, że w koszyku zakupowym powinny znaleźć się jedynie produkty, które sam wybrał.

- [70] W konsekwencji stosowana przez Spółkę praktyka może istotnie zniekształcić zachowanie rynkowe konsumenta poprzez narażanie go na ryzyko zapłaty za produkty, których nie zamawiał w procesie zakupowym. Istotne zniekształcenie zachowania rynkowego konsumenta może również polegać w wykreowanym przez przedsiębiorcę „obowiązku” weryfikacji przez konsumenta procesu zakupowego w wyniku mogących stanowić zaskoczenie działań Spółki, a nie czynności konsumenta.

III.1.5 Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

- [71] Trzecia z przesłanek jest spełniona, gdy dane zachowanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera definicji zbiorowego interesu konsumentów, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę.
- [72] Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. 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.
- [73] Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oceniając działanie przedsiębiorcy przez pryzmat definicji zawartej w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należy ustalić, czy jego działania mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu potencjalnych klientów. Tego typu naruszenie wystąpi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta, czyli gdy są powszechne.
- [74] Zdaniem Prezesa UOKiK w rozpatrywanej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów.
- [75] Opisane w rozstrzygnięciu decyzji działanie Spółki może naruszać ekonomiczne i pozaekonomiczne interesy konsumentów.
- [76] W pierwszej kolejności należy wskazać, że działanie Spółki narusza ekonomiczny interes konsumenta. Działanie DUKA polegające na dodawaniu do koszyka zakupowego konsumenta produktów promocyjnych i wymaganie aktywnego działania w celu jego usunięcia może spowodować, że konsument dokona zakupu, którego nie chciał, ponieważ nie zauważył, że w jego koszyku zakupowym znajduje się produkt, którego on nie wybrał.



W rezultacie konsument ponosi więc dodatkowy koszt w postaci ceny produktu dodanego przez DUKA do koszyka zakupowego.

- [77] Działanie Spółki mogło wpływać na decyzje konsumentów dotyczące nabycia dodawanych przez DUKA do koszyka „produktów promocyjnych” i bezpośrednio prowadzić do uszczerbku finansowego.
- [78] W dalszej kolejności konsumenci mogą nie chcieć kontynuować umowy zawartej z DUKA w zakresie dodanego przez DUKA „produktu promocyjnego”. Jednak z uwagi na konieczność wykonania szeregu czynności zmierzających do jego zwrotu, w tym m.in. wysłanie wiadomości e-mail do Spółki z informacją o zwrocie/rezygnacji, zapakowanie produktu, opłacenie i nadanie przesyłki, mogą zrezygnować z dochodzenia swoich praw. Stosownie bowiem do brzmienia art. 34 ust 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 ze zm., dalej: „upk”) w przypadku odstąpienia od umowy konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu towaru, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów. Podkreślenia przy tym wymaga, że porównanie różnicy pomiędzy ceną „produktów promocyjnych” a ceną usługi kurierskiej czy pocztowej może powodować, że konsument nie będzie zainteresowany zwrotem produktu, z uwagi na znikomą różnicę w cenie. Produkty dodawane przez Spółkę jako „dodatkowe usługi” stanowią bowiem przedmioty codziennego użytku (kubek, parasolka).
- [79] Praktyka Spółki narusza także pozaekonomiczny interes konsumentów taki jak czas.
- [80] W tym stanie rzeczy, Prezes UOKiK uznał, że wszystkie przesłanki z art. 24 ust. 1 i 2 uokik zostały spełnione, co oznacza, iż Spółka dopuszczała się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

III.1.6 Zaniechanie stosowania praktyki określonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji

- [81] W piśmie z dnia 10 stycznia 2023 r. Spółka oświadczyła, że od 27 grudnia 2022 r. zaprzestała cyt. „proponowania” dodatkowych produktów w koszyku zakupowym konsumenta.
(karta nr 14)
- [82] Powyższe Spółka potwierdziła dodatkowo w piśmie z dnia 7 listopada 2023 r.
(karta nr 102)
- [83] Wobec powyższego Prezes Urzędy za dzień zakończenia stosowania zarzucanej Spółce praktyki przyjął datę dzienną wskazaną przez DUKA, tj. 27 grudnia 2022 r.
(karta nr 102)

III.1.7 Propozycja zobowiązania i przyczyny odmowy uwzględnienia wniosku

- [84] W toku postępowania Spółka pismem z dnia 26 czerwca 2023 r. wniosła o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W piśmie z dnia 7 listopada 2023 r. [xxx].



(karta nr 59-60, 102-103)

- [85] Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, 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 uokik, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań.
- [86] Z art. 28 uokik wynika, że Prezes Urzędu może wydać decyzję zobowiązującą w sytuacji łącznego spełnienia następujących przesłanek:
1. uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów,
 2. zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz
 3. uznania przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.
- [87] Należy podkreślić, że decyzja wydana na podstawie art. 28 uokik jest decyzją o charakterze uznaniowym, w związku z czym Prezes Urzędu nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy wniesie o to przedsiębiorca.
- [88] W piśmie z dnia 26 czerwca 2023 r. DUKA wniosła o rozważenia możliwości zobowiązania Spółki do podjęcia działań, zgodnie z treścią przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na cyt.:
1. „[xxx].
 2. [xxx],
 3. [xxx]”.
- [89] W piśmie z dnia 7 listopada 2023 r. DUKA nie złożyła nowej propozycji zobowiązania a jedynie wskazała [xxx].
- [90] O tym, czy w konkretnej sprawie zasadne jest przyjęcie zaproponowanego przez przedsiębiorcę zobowiązania decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes UOKiK. Powyższe stanowisko zostało potwierdzone w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 26 października 2016 r.⁹, w którym wskazano, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów regulujące instytucję decyzji zobowiązującej nie przewidują możliwości wydania przez Prezesa UOKiK odrębnej decyzji odmawiającej wydania decyzji zobowiązującej. Przemawia to za uznaniowym charakterem takiej decyzji. Sąd Najwyższy zaznaczył, iż ingerencja sądowa w samą decyzję Prezesa UOKiK o niezastosowaniu art. 28 uokik jest w wyjątkowych okolicznościach dopuszczalna, gdy w ocenie sądu doszło do swoistego nadużycia uznania regulacyjnego, poprzez nałożenie kary pieniężnej w takich okolicznościach faktycznych, które czynią wymierzoną sankcję niesprawiedliwą m.in. w sytuacji jeżeli organ ochrony konsumentów nie wydał decyzji zobowiązującej wbrew wypracowanym w swojej praktyce orzeczniczej standardom postępowania lub

⁹ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 26 października 2016 r., sygn. akt:sygn. III SK 54/15, Legalis nr 1564928

w przypadku wykazania naruszenia zasady równego traktowania przedsiębiorców dopuszczających się tożsamyh praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

- [91] Prezes UOKiK decydując się na nieprzyjęcie zobowiązania w pierwszej kolejności wziął pod uwagę charakter stosowanej przez Spółkę praktyki.
- [92] Zarzucana Spółce praktyka polegająca na dodawaniu do koszyka zakupowego konsumenta „produktów promocyjnych” bez jego wyraźnej zgody narusza dobre obyczaje w postaci uczciwości i lojalności kupieckiej w kontaktach z kontrahentami.
- [93] Charakter naruszenia zidentyfikowany jako stosowanie przez DUKA jednej z form tzw. „dark patterns”, nieuczciwych praktyk rynkowych wymusza konieczność zdecydowanej ingerencji organu odpowiedzialnego za ochronę konsumentów.
- [94] Prewencyjna rola decyzji Prezesa UOKiK sprowadza się nie tylko do wyeliminowania stosowania niedozwolonej praktyki przez przedsiębiorcę będącego stroną postępowania, ale ma również na celu odstraszenie innych uczestników rynku przed powielaniem analogicznych praktyk.
- [95] Ponadto przedstawiona przez Spółkę propozycja zobowiązania w ocenie Prezesa UOKiK nie zapewniłaby w dostateczny sposób usunięcia trwających skutków naruszenia zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.
- [96] Spółka zaproponowała [xxx].
- [97] Spółka [xxx].
- [98] Ponadto, Spółka [xxx].
- [99] Mając na uwadze powyższe okoliczności oraz zgromadzony w niniejszej sprawie materiał dowodowy pozwalający udowodnić stosowanie opisanej w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyki, Prezes UOKiK uznał za konieczne wydanie decyzji stwierdzającej stosowanie niniejszej praktyki, w związku z tym zaproponowane przez Spółkę zobowiązanie nie zostało przyjęte.
- [100] Z uwagi na powyższe Prezes Urzędu orzekł, jak w pkt I rozstrzygnięcia decyzji.

III.2 Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (ad II rozstrzygnięcia decyzji)

- [101] Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.
- [102] W rozpatrywanej sprawie mamy do czynienia z praktyką polegającą na dodawaniu do koszyka zakupowego konsumenta produktów przez niego niezamówionych bez jego wyraźnej, uprzedniej zgody.
- [103] W ocenie Prezesa Urzędu środkiem, który pozwoli zniwelować skutki stosowanej przez Spółkę praktyki będzie zwrot kosztów, jakie konsumenci ponieśli w związku z bezprawnym działaniem DUKA.
- [104] W odniesieniu do konsumentów, którzy ponieśli koszty związane z zatrzymaniem dodatkowego produktu (niezależnie od przyczyny pozostawienia produktu u siebie),



Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na Spółkę środka usunięcia trwających skutków naruszenia w postaci zwrotu poniesionych kosztów (pkt II.1.A sentencji decyzji).

- [105] W ocenie Prezesa Urzędu środek ten pozwoli na usunięcie negatywnych skutków rynkowych, jakie zostały spowodowane bezprawnych działaniem Spółki.
- [106] W związku z powyższym w decyzji zostały na DUKA nałożone również obowiązki informacyjne względem konsumentów, o których mowa powyżej, tj. poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt II.1.A decyzji o jej treści poprzez skierowanie w terminie 30 dni od dnia jej uprawomocnienia się informacji w formie wiadomości e-mail oraz SMS o przysługujących uprawnieniach.
- [107] Informacja o wydaniu decyzji oraz roszczeniach konsumentów względem Spółki zostanie przekazana bezpośrednio konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku jej działań.
- [108] W odniesieniu do konsumentów, którzy ponieśli koszty związane ze zwrotem jedynie produktu dodanego przez DUKA do koszyka zakupowego, Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na Spółkę środka usunięcia trwających skutków naruszenia w postaci zwrotu środków w wysokości 14,50 zł (pkt II.1.B sentencji decyzji). Kwota ta jest odzwierciedleniem kosztów najtańszej formy dostawy oferowanej przez Spółkę dla zamówień poniżej 299 zł¹⁰.
- [109] W ocenie Prezesa Urzędu środek ten pozwoli na usunięcie negatywnych skutków rynkowych, jakie zostały spowodowane bezprawnych działaniem Spółki, jakim było poniesienie przez konsumentów kosztów związanych ze zwrotem produktów, których nie zamawiali. W związku z tym, iż praktyka Spółki miała miejsce w 2022 r., konsumenci mogą nie posiadać dokumentów potwierdzających poniesione przez nich koszty zwrotu, dlatego też Prezes Urzędu zdecydował o przyznaniu tym konsumentom zwrotu w wysokości odpowiadającej najtańszemu zwykłemu sposobowi dostarczenia oferowanego przez przedsiębiorcę, stosowanie do dyspozycji przepisów art. 32 ust.1 w zw. z art. 33 upk¹¹.
- [110] W związku z powyższym w decyzji zostały na DUKA nałożone również obowiązki informacyjne względem konsumentów, o których mowa powyżej, tj. poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt II.1.A decyzji o jej treści decyzji poprzez skierowanie w terminie 30 dni od dnia jej uprawomocnienia się informacji w formie wiadomości e-mail oraz SMS o przysługujących uprawnieniach.
- [111] Informacja o wydaniu decyzji oraz roszczeniach konsumentów względem Spółki zostanie przekazana bezpośrednio konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku jej działań
- [112] W dalszej kolejności z uwagi na skalę działalności Spółki (Sklep internetowy), stosunkowo nowy rodzaj nieuczciwej praktyki rynkowej („sneak into basket”) zasadnym jest powiadomienie konsumentów przez Spółkę o stosowaniu zarzucanej praktyki, której

¹⁰ Dane ze strony: <https://duka.com/pl/dostawa-i-platnosc>, dostęp na dzień 10 listopada 2023 r.

¹¹ Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia towaru (art. 31 ust. 1 upk). Jeżeli konsument wybrał sposób dostarczenia towaru inny niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez przedsiębiorcę, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów (art.33 upk).



istota jest zniekształcenie procesu zakupowego konsumenta poprzez opublikowanie informacji o treści wydanej decyzji.

- [113] Środek opisany w pkt II.2 decyzji, w ocenie Prezesa UOKiK, pozwoli zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana nie tylko konsumentom, którzy mogli być poszkodowani działaniami Spółki, ale również pozostałym, którzy zyskają wiedzę o stosowanej przez DUKA praktyce. Co więcej informacja ta jest istotna dla innych przedsiębiorców również prowadzących swoją działalność w sieci. Środek ten w związku z tym spełni również funkcję prewencyjną zarówno dla Spółki, jak i dla jej konkurentów.
- [114] Określenie parametrów technicznych oświadczeń ma natomiast za zadanie zapewnić ich widoczność i czytelność zarówno na stronie internetowej Spółki oraz w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram).
- [115] Równocześnie zakres nałożonego obowiązku jest proporcjonalny do możliwości Spółki i wagi stwierdzonego naruszenia. W ocenie Prezesa Urzędu jest to obowiązek, którego realizacja nie będzie dla podmiotu uciążliwa, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji.
- [116] Z uwagi na powyższe Prezes Urzędu orzekł, jak w pkt II rozstrzygnięcia decyzji.

III.3 Kara pieniężna (ad III rozstrzygnięcia decyzji)

- [117] W punkcie III rozstrzygnięcia decyzji Prezes UOKiK nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 1 578 061,00 z (słownie: jeden milion pięćset siedemdziesiąt osiem tysięcy sześćdziesiąt jeden złotych), na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik.
- [118] Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik jeżeli przedsiębiorca, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Stosownie do art. 106 ust. 3 pkt 2 uokik obrót, o którym mowa ww. przepisie oblicza się na podstawie przychodów wykazanych w rocznym sprawozdaniu finansowym równoważnym do rachunku zysków i strat sporządzanym na podstawie przepisów o rachunkowości lub w innym dokumencie podsumowującym przychody w roku obrotowym, w tym w sprawozdaniu z wykonania budżetu - w przypadku przedsiębiorcy, który nie sporządza rachunku zysków i strat na podstawie przepisów o rachunkowości.
- [119] Należy zwrócić uwagę, że przepisy uokik nie określają przestępstwa, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów te okoliczności, które Prezes UOKiK ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Z powołanego przepisu wynika zatem, że kara za naruszenie zakazu, o którym mowa w art. 24 ust.1 uokik ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes UOKiK.
- [120] W ocenie Prezesa UOKiK zasadnym jest w niniejszej sprawie wymierzenie kary pieniężnej z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Nałożenie kary pieniężnej służyć będzie zatem jako środek odstrasżający Spółkę od stosowania podobnej niedozwolonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów



w przyszłości (prewencja indywidualna). Rozstrzygnięcie o karze ma również być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku, że tego typu działania nie mogą być podejmowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna). Kara pieniężna spełni również funkcję represyjną, to znaczy stanowić będzie dolegliwość dla Spółki uzasadnioną stwierdzeniem naruszenia interesów konsumentów.

- [121] Wskazać również należy, że zgodnie z art. 106 ust. 1 uokik kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Informacje oraz wyjaśnienia zebrane w toku niniejszego postępowania wskazują natomiast na umyślne naruszenie przez Przedsiębiorcę zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 uokik. Warto mieć bowiem na uwadze, że na profesjonalnych uczestnikach rynku spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa.
- [122] Zgodnie z art. 111 ust. 1 uokik Prezes UOKiK, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także, w przypadku kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes UOKiK ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia.
- [123] Zgodnie z art. 111 ust. 2 uokik, ustalając wysokość kar pieniężnych zgodnie z ust. 1, Prezes UOKiK bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie, oraz sankcje, o których mowa w ust. 5.
- [124] W przypadku naruszenia zakazu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów okolicznościami łagodzącymi są w szczególności:
- a. dobrowolne usunięcie skutków naruszenia,
 - b. zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,
 - c. podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków,
 - d. współpraca z Prezesem UOKiK w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.
- [125] Natomiast zgodnie z art. 111 ust. 4 pkt uokik w przypadku naruszenia zakazu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów okolicznościami obciążającymi, które tworzą zamknięty katalog są:
- a. znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków,
 - b. znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem,
 - c. dokonanie uprzednio podobnego naruszenia,
 - d. umyślność naruszenia.
- [126] Zgodnie z art. 111 ust. 5 uokik, ustalając wysokość kar pieniężnych w przypadku naruszenia zakazu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes UOKiK

bierze pod uwagę sankcje nałożone na przedsiębiorcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem nr 2017/2394.

- [127] Ustalenie wysokości kary pieniężnej ma zatem charakter wieloetapowy. Uwzględniając w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy, uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia ustalona zostaje kwota bazowa. W dalszej kolejności należy rozważyć, czy w sprawie występują wymienione wyżej okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć one wpływ na wysokość kary.
- [128] Podstawę obliczenia wysokości kary w niniejszym postępowaniu stanowi obrót Spółki osiągnięty w 2022 r. wynoszący [xxx] złotych potwierdzony zatwierdzonym, nieopublikowanym sprawozdaniem finansowym. Maksymalny wymiar kary, jaką można nałożyć na Spółkę na podstawie przepisów uokik wynosi [xxx], tj. 10 % całkowitego obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r.
- [129] Dane dotyczące obrotu Spółki osiągniętego w 2022 r. DUKA przekazała w piśmie z dnia 6 czerwca 2023 r., stanowiącym odpowiedź na wezwanie Prezesa UOKiK z dnia 19 maja 2023 r. W piśmie tym Spółka wskazała wysokość obrotu osiągniętego w 2022 r. Pismem z dnia 22 września 2023 r. Prezes Urzędu wezwał DUKA do przekazania dokumentów potwierdzających wysokość obrotu osiągniętego w 2022 r. , które Spółka przekazała wraz z pismem z dnia 29 września 2023 r. oraz w wiadomości e-mail z dnia 2 listopada 2023 r.

III.3.1 Okoliczności naruszenia przepisów ustawy

- [130] Okoliczności naruszenia zostały już opisane szczegółowo we wcześniejszej części niniejszej decyzji. Zakwestionowana praktyka polegała na dodawaniu przez DUKA International Spółkę Akcyjną produktów do koszyka zakupowego, w trakcie procesu składania zamówienia realizowanego w sklepie internetowym pod adresem <https://duka.com/pl>, bez wyraźnej, uprzedniej zgody konsumenta. Tym samym Spółka wymagała od konsumentów aktywnego działania w postaci wyzerowania liczby sztuk dodanego produktu lub jego usunięcia z koszyka zakupowego przez konsumenta.

III.3.2 Uprzednie naruszenie przepisów uokik

- [131] Brak jest decyzji prawomocnych stwierdzających podobne uprzednie naruszenie przepisów uokik przez Spółkę.

III.3.3 Okres trwania naruszenia

- [132] Spółka oświadczyła, że promocyjne towary byłyby dodawane do koszyka konsumentów od 4 stycznia 2022 r. Jako koniec okresu naruszenia Prezes UOKiK przyjął dzień 27 grudnia



2022 r., tj. dzień wskazany przez Spółkę jako ostatni dzień, w którym Spółka dodawała produkty do koszyka zakupowego konsumenta. Naruszenie trwało więc prawie rok.

III.3.4 Stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów uokik, z uwzględnieniem okoliczności dotyczących natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia

- [133] Oceniając stopień oraz skutki naruszenia przepisów uokik stwierdzonego w niniejszej decyzji Prezes UOKiK uwzględnił okoliczność, że wskutek działań Spółki konsumenci mogli podjąć decyzję dotyczącą zawarcia umowy sprzedaży produktów, których nie mieli zamiaru nabyć. Działania Spółki w tym względzie mogły wpływać negatywnie na sytuację ekonomiczną i pozaekonomiczną konsumentów, zmuszając ich niejako do nabycia produktów przez nich niezamawianych. Dodatkowo praktyka Spółki wpływała także na pozaekonomiczne interesy konsumentów przejawiające się przede wszystkim w konieczności poświęcenia dodatkowej uwagi procesowi zakupowemu celem usunięcia z koszyka niechcianego produktu, a w przypadku otrzymania niezamawianego przez konsumenta produktu poświęcenia czasu na jego bezpieczne i prawidłowe odesłanie.
- [134] Oceniając przedmiotową przesłankę Prezes UOKiK uwzględnił również naturę działalności prowadzonej przez Spółkę oraz oferowanych przez nią produktów, jakimi są sprzęty wyposażenia domowego. Spółka w swojej ofercie posiada m.in. drobny sprzęt gospodarstwa domowego, naczynia, tekstylia, dodatki do wystroju wnętrz. Dodając do koszyka zakupowego konsumenta produkt w postaci parasolki lub kubka, Spółka mogła liczyć na to, iż konsumenci nie zdecydują się na odesłanie przedmiotowych produktów z uwagi na ich przydatność w codziennym życiu, z powodu podjęcia dodatkowych działań dotyczących zwrotu rzeczy, czy też kosztów zwrotu zbliżonych do ich ceny.
- [135] Oceniając przedmiotową przesłankę Prezes Urzędu uwzględnił także charakter stosowanej praktyki, tj. stosowanie „*dark patterns*” polegające na takim zaprogramowaniu wyglądu koszyka zakupowego by to od działania konsumenta zależało czy usunie on dodany przez DUKA do koszyka zakupowego produkt. Konsumenci zostali więc pozbawieni przez Spółkę decyzyjności co do oferowanych przez Spółkę promocji. Spółka zdecydowała bowiem automatycznie, że każdy konsument dokonujący zakupów za pośrednictwem Sklepu internetowego prowadzonego przez Duka jest zainteresowany nabyciem dodatkowego produktu w promocyjnej cenie.
- [136] Mając na uwadze powyższe Prezes UOKiK stopień naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ocenił jako znaczny.

III.3.5 Wyliczenie kwoty bazowej kary

- [137] Mając na względzie przedstawione powyżej okoliczności, ustalono kwotę bazową kary na poziomie [xxx] % obrotu uzyskanego przez Spółkę w 2022 r., co stanowi kwotę w wysokości [xxx] (słownie: [xxx] złotych [xxx] groszy).



III.3.6 Okoliczności łagodzące i obciążające

- [138] Ustalając ostateczną wysokość kary pieniężnej nałożonej na Przedsiębiorcę, Prezes UOKiK dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.
- [139] Za okoliczność łagodzącą Prezes UOKiK przyjął praktycznie natychmiastowe zaniechanie stosowania zakwestionowanej praktyki przed wszczęciem postępowania. Wezwanie Prezesa UOKiK w toku postępowania wyjaśniającego z dnia 21 grudnia 2022 r. zostało doręczone Spółce w dniu 23 grudnia 2022 r., tj. w okresie bezpośrednio poprzedzającym Święta Bożego Narodzenia. Spółka zaprzestała stosowania zarzucanej praktyki, zgodnie ze swoim oświadczeniem w dniu 27 grudnia 2022 r. Okoliczność ta uzasadnia obniżenie kwoty bazowej o [xxx] %.
- [140] Jednocześnie należy wskazać, że nie zidentyfikowano innych okoliczności łagodzących wpływających na wysokość kary.
- [141] Prezes UOKiK, kalkulując karę pieniężną, wziął także pod uwagę następujące okoliczności obciążające: znaczny zasięg terytorialny naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz umyślność naruszenia.
- [142] Mając na uwadze charakter prowadzonej przez Spółkę działalności (sprzedaż za pośrednictwem sklepu internetowego) Prezes Urzędu uznał, że zarzucana Spółce praktyka miała miejsce na terenie całego kraju. Okoliczność ta uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej o [xxx] %.
- [143] Za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność naruszenia przepisów ustawy. W ocenie Prezesa UOKiK Spółka była świadoma skutków podejmowanych przez nią działań polegających na dodawaniu do koszyka zakupowego konsumenta produktów przez niego niezamawianych. Dodając do koszyka zakupowego konsumenta produkty promocyjne Spółka podejmowała za konsumenta decyzję co do tego, czy chce skorzystać z promocji czy nie. Spółka celowo dodawała do koszyka zakupowego konsumenta produkty promocyjne. Na [xxx] zamówienia, do których Spółka cyt.: „zaproponowała dodanie promocyjnych produktów”, w [xxx] przypadkach konsumenci postanowili o usunięciu dodanych produktów z koszyka. Jedynie w przypadku [xxx] zamówień konsumenci postanowili o pozostawieniu tych produktów w koszyku zakupowym, co świadczy o tym, że w zdecydowanej większości przypadków dodawane do koszyka produkty były przez konsumentów niepożądane. Pomimo to, Spółka dodawała promocyjne produkty do koszyka zakupowego przez niemal rok aż do czasu otrzymania pierwszego wezwania Prezesa Urzędu skierowanego w postępowaniu wyjaśniającym. Podkreślenia wymaga, że sama kwestia przekazywania konsumentom informacji dotyczącej produktu promocyjnego na etapie koszyka zakupowego (produkt w ramce, informacja „usługa dodatkowa”) w sytuacji, w której produkt ten już znajdował się w koszyku, jest wtórna dla stwierdzenia stosowania praktyki. To od decyzji konsumenta, który pozostaje wyłącznym dysponentem koszyka zakupowego zależy, czy ma zamiar nabyć konkretny towar. Przedsiębiorca oferujący produkt w promocji może sugerować konsumentowi dodanie go do koszyka, nie może jednak sam podejmować za konsumenta tej decyzji. Pozostawienie produktów promocyjnych w przypadku [xxx] zamówień i odesłanie ich jedynie w [xxx] przypadkach świadczy o tym, że konsumenci którzy nie zauważyli, że w ich koszyku zakupowym znajduje się produkt, którego nie wybrali, nie podejmowali



dotatkowych czynności związanych ze zwrotem tychże produktów. Prezes UOKiK uznał, że powyższa okoliczność obciążająca uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej o [xxx] %.

III.3.7 Obliczenie kary

- [144] Powyższe kalkulacje, po uwzględnieniu okoliczności łagodzących i obciążających uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej o [xxx] %.
- [145] W związku z powyższym Prezes UOKiK postanowił nałożyć na Spółkę za naruszenie stwierdzone w punkcie I rozstrzygnięcia decyzji karę pieniężną w wysokości **1 578 061,00 (jeden milion pięćset siedemdziesiąt osiem tysięcy sześćdziesiąt jeden złotych)**.
- [146] Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i stanowi [xxx] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r., a jednocześnie [xxx] % kary, jaką Prezes UOKiK miał prawo nałożyć na Spółkę.
- [147] Kara pieniężna ma pełnić funkcję prewencji szczególnej i ogólnej. Ma więc być zarówno realną, odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, będącą reakcją na naruszenie przepisów. Ma być także wyraźnym ostrzeżeniem na przyszłość i to zarówno w odniesieniu do ukaranego przedsiębiorcy, jak i do innych przedsiębiorców, przestrzegając ich przed podejmowaniem podobnych naruszeń interesów konsumentów (wyrok SOKiK z dnia 6 września 2018 r., sygn. akt: XVII AmA 31/16, Legalis: 1842083). Należy jednak pamiętać, że wołą ustawodawcy wysokość kary pieniężnej uzależniona została w głównej mierze od obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w ubiegłym roku obrotowym i to właśnie obrót przedsiębiorcy jest głównym czynnikiem wpływającym na wysokość kary.
- [148] W ocenie Prezesa UOKiK kara we wskazanej wyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele, zarówno w zakresie represji, jak i prewencji ogólnej oraz szczególnej. Zdaniem Prezesa UOKiK wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów uokik.
- [149] Na podstawie art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną uiszcza się w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK. Karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów NBP o/o Warszawie: **51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**.
- [150] Z uwagi na powyższe Prezes Urzędu orzekł, jak w pkt III rozstrzygnięcia decyzji.

III.4 Koszty postępowania (ad IV rozstrzygnięcia decyzji)

- [151] Art. 77 ust. 1 uokik przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.
- [152] Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania.



Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy kodeksu postępowania administracyjnego.

- [153] Stosownie do art. 264 § 1 kpa, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Jednocześnie, zgodnie z art. 263 § 1 i 2 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 kpa., koszty spowodowane oględzinami na miejscu, koszty doręczenia stronom pism urzędowych, a także koszty mediacji. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.
- [154] Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Spółce, w wysokości **78,40 zł**.
- [155] Wskazane powyżej koszty Spółka zobowiązana jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów NBP o/o Warszawa nr **51 1010 1010 0078 7822 3100 0000** w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.
- [156] Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie IV rozstrzygnięcia decyzji.

IV. Pouczenie

- [157] Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.) w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 1150, ze zm.; dalej: „kpc”) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- [158] W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV rozstrzygnięcia decyzji, na podstawie art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 775 ze zm.; dalej: „kpa”) w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- [159] Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (tj. Dz. U. z 2023 r., poz. 1144 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust. 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.
- [160] Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.



- [161] Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.
- [162] Stosownie do treści art. 117 § 1, kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.
- [163] Stosownie do treści art. 117 § 3 i § 4 zd. 1 kpc, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.
- [164] Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Łukasz Wroński
Dyrektor
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów
Konsumentów