



RGD-61-3/14/MLM

Gdańsk, 17 czerwca 2014 r.

DECYZJA NR RGD. 10/2014

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Mariola Rychel, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Mariola Rychel Mari Yarn w Smolcu:

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** określoną w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy polegające na zawarciu w Regulaminie sklepu internetowego postanowienia o treści: *W przypadku kiedy Klient skorzystał z opcji darmowej dostawy, o której mowa w ust. 10 a następnie korzystając z ustawowego prawa odstąpienia od umowy, odstępuje od zawartej z e-dziwiarka.pl umowy w taki sposób, że łącznie a) rzeczywista wartość zamówienia zmniejszy się do poziomu poniżej 250 zł; b) wartość zamówienia ulega zmniejszeniu o co najmniej 30%, wówczas opcja darmowej przesyłki, o której mowa w ust. 10 zostaje anulowana, a klient jest zobowiązany do pokrycia zrealizowanej dostawy rzeczywiście zakupionych towarów zgodnie z ust. 5 przy czym e-dziwiarka.pl jest upoważniona do potrącenia sobie kosztów takiej dostawy z pieniędzy należnych klientowi do zwrotu z tytułu odstąpienia od umowy,* które narusza art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225) i stwierdza się **zaniechanie jej stosowania z dniem 4 marca 2014 r.**
- II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy polegające na zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego e-dziwiarka.pl informacji, zgodnie z którą do skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, koniecznym jest zwrócenie towaru, co może wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im uprawnień, wynikających z art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225), i które to działanie wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171,

poz. 1206) i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 4 marca 2014 r.

- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się przedsiębiorcę Mariolę Rychel, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Mariola Rychel Mari Yarn w Smolcu kosztami postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 15,20 zł (słownie: piętnaście zł 20/100) w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

- [1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej również Prezesem Urzędu) dokonał analizy treści wzorca umowy stosowanego przez przedsiębiorcę Mariolę Rychel, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Mariola Rychel Mari Yarn w Smolcu tj. Regulaminu sklepu internetowego e-dziewiarka.pl i stwierdził, iż istnieje uzasadnione podejrzenie, iż przedsiębiorca ten dopuszcza się stosowania praktyk, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 oraz ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- Mając na uwadze dokonane ustalenia, Prezes Urzędu wszczął przeciwko przedsiębiorcy, postanowieniem nr 39 z dnia 11 lutego 2014 r., postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.
- [2] Przedsiębiorca, pismem Prezesa Urzędu z dnia 14 lutego 2014 r., został zawiadomiony o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i postawienia mu zarzutów dotyczących:
- I. Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej zawarcia w Regulaminie sklepu internetowego e-dziewiarka.pl postanowienia, o treści:
- W przypadku kiedy Klient skorzystał z opcji darmowej dostawy, o której mowa w ust. 10 a następnie korzystając z ustawowego prawa odstąpienia od umowy, odstępuje od zawartej z e-dziewiarka.pl umowy w taki sposób, że łącznie a) rzeczywista wartość zamówienia zmniejszy się do poziomu poniżej 250 zł; b) wartość zamówienia ulega zmniejszeniu o co najmniej 30%, wówczas opcja darmowej przesyłki, o której mowa w ust. 10 zostaje anulowana, a klient jest zobowiązany do pokrycia zrealizowanej dostawy rzeczywiście zakupionych towarów zgodnie z ust. 5 przy czym e-dziewiarka.pl jest upoważniona do potrącenia sobie kosztów takiej dostawy z pieniędzy należnych klientowi do zwrotu z tytułu odstąpienia od umowy,*
- które może naruszać art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225);

- II. Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego e-dziwiarka.pl informacji, zgodnie z którą do skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, koniecznym jest zwrócenie towaru, co może wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im uprawnień, wynikających z art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225); i które to działanie może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206);

- [3] Odpowiadając na postawione zarzuty Mariola Rychel, pismem z dnia 4 marca 2014 r. oraz 31 marca 2014 r. poinformowała, iż Regulamin sklepu internetowego zawierający zakwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienia obowiązywał od 20 marca 2013 r. Z dniem 4 marca 2014 r., a więc prawie natychmiast po otrzymaniu zawiadomienia o wszczęciu postępowania w przedmiotowej sprawie, został wprowadzony w życie nowy Regulamin sklepu internetowego, w którym nie ma już niedozwolonych uregulowań. Jednocześnie przedsiębiorca zwrócił się z wnioskiem o wydanie decyzji w trybie art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

MAJĄC NA UWADZE ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY, PREZES URZĘDU USTALIŁ I ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE.

- [4] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy zagrożony został w niej interes publicznoprawny. Prezes Urzędu jest bowiem uprawniony do realizacji zasadniczego celu powołanej ustawy, którym, zgodnie z art. 1 ust. 1 tej ustawy, jest określanie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Istnienie interesu publicznego jest jednocześnie konieczną przesłanką zastosowania sankcji przewidzianych w przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Pojęcie interesu publicznego należy jednak interpretować przez pryzmat aksjologii ustawodawstwa antymonopolowego. Sformułowanie „w interesie publicznym” oznacza, że ochrona podejmowana jest w interesie państwa, niezależnie od działań jednostek i niezależnie od ich interesów.

Zgodnie z dotychczasową linią orzecznictwa, naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z przepisami prawa dotknięty został „szerszy krąg uczestników rynku”, a także, gdy działania te wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska. Istnienie interesu publicznoprawnego należy oceniać przez pryzmat szerszego spojrzenia, uwzględniającego całość negatywnych skutków działań na określonym rynku. Użytego sformułowania: „dotknięcie skutkami działań”, nie można jednak rozumieć w sposób wąski, jako tylko bezpośredniego pokrzywdzenia uczestników rynku. Trzeba tu oceniać całość negatywnych skutków działań przedsiębiorcy, kierując się



ogólnymi celami prawa ochrony konkurencji i konsumentów (por. wyrok Sądu Najwyższego, III SK 40/07, z dnia 5 czerwca 2008 r.).

Rozpatrywana sprawa ma, w ocenie Prezesa Urzędu, charakter publiczno-prawny, albowiem dotyczy ochrony interesu szerokiej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być klientami przedsiębiorcy. Jednocześnie działania przedsiębiorcy, kwalifikowane jako sprzeczne z prawem, zasadami współzycia społecznego i dobrymi obyczajami wywołują negatywne skutki na rynku.

- [5] W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, przedsiębiorcy postawiono zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 oraz ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, z kolei ust. 2 tego artykułu stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone (pkt 1),
- 2) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2),
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3).

Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, niezbędne jest wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:

- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji przedsiębiorca-konsument,
- stanowią działanie bezprawne,
- naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

- [6] Mariola Rychel jest przedsiębiorcą, w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym pod pojęciem tym rozumie się m.in. przedsiębiorcę w znaczeniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 672). Artykuł 4 tej ustawy stanowi, iż:

- 1) przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą,
- 2) za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

W oparciu o treść art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Zgodnie z danymi umieszczonym w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej CEIDG Mariola Rychel, prowadzi działalność gospodarczą pod firmą Mariola Rychel Mari Yarn w Smolcu. Przedmiotem działania przedsiębiorcy jest sprzedaż detaliczna prowadzona przez domeny sprzedaży wysyłkowej lub Internet. Przedsiębiorca umożliwia



konsumentom dokonywanie zakupów w formie umowy zawieranej na odległość.

W myśl art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

W przedmiotowej sprawie fakt zawierania przez Spółkę - będącego przedsiębiorcą - z konsumentami transakcji kupna-sprzedaży towarów oferowanych przez przedsiębiorcę na stronie internetowej prowadzonej pod adresem www.e-dziewiarka.pl, nie budzi wątpliwości, co przesądza o tym, iż pierwszą z przesłanek określonych w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy uznać za spełnioną.

- [7] Za wypetnioną należy uznać także trzecią przesłankę, bowiem naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wtedy, gdy działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości, to jest w sytuacji, gdy skierowane jest nie tylko do indywidualnych konsumentów, lecz szerszego, nieograniczonego liczbowo kręgu osób, do których dotarła i dotrzeć może oferta przedsiębiorcy. W rozpatrywanej sprawie wymieniony warunek jest spełniony, bowiem oferta Marioli Rychel adresowana była i jest nie do ściśle określonego, konkretnego konsumenta, lecz do z góry nieokreślonej, niemożliwej do zidentyfikowania liczby konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna.

Ponadto działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej czy niezgodne z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny mogły prowadzić do naruszenia interesów ekonomicznych konsumentów/kontrahentów przedsiębiorcy, w szczególności, w wypadku gdy nie otrzymywali oni całości dokonanych wpłat, tytułem zakupów na odległość lub na skutek nieprawdziwych informacji nie skorzystali z przysługujących im praw.

- [8] Jako bezprawne należy kwalifikować takie zachowania danego przedsiębiorcy, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwaji, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000 r., s. 117-118).

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu postawił przedsiębiorcy zarzut stosowania działań bezprawnych związanych z:

1. Naruszeniem przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225).
2. Stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206)



Uzasadnienie stosowania praktyk związanych z naruszeniem przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

[9] Art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy.

[10] W przedmiotowej sprawie przedsiębiorcy postawiono zarzut związany z naruszeniem przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225), związany ze stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczeniu we wzorcu umownym Regulamin sklepu internetowego informacji, o treści:

W przypadku kiedy Klient skorzystał z opcji darmowej dostawy, o której mowa w ust. 10 a następnie korzystając z ustawowego prawa odstąpienia od umowy, odstępuje od zawartej z e-dziwiarka.pl umowy w taki sposób, że łącznie a) rzeczywista wartość zamówienia zmniejszy się do poziomu poniżej 250 zł; b) wartość zamówienia ulega zmniejszeniu o co najmniej 30%, wówczas opcja darmowej przesyłki, o której mowa w ust. 10 zostaje anulowana, a klient jest zobowiązany do pokrycia zrealizowanej dostawy rzeczywiście zakupionych towarów zgodnie z ust. 5 przy czym e-dziwiarka.pl jest upoważniona do potrącenia sobie kosztów takiej dostawy z pieniędzy należnych klientowi do zwrotu z tytułu odstąpienia od umowy,

co może naruszać art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Zgodnie z brzmieniem art. 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, konsument, który zawarł umowę na odległość może od niej odstąpić, bez podania przyczyny, w ciągu 10 dni, od dnia wydania rzeczy. W ustępie 3 tego przepisu zastrzeżono, że w razie odstąpienia od umowy to co strony świadczyły ulega zwrotowi, w stanie niezmienionym, niezwłocznie, nie później jednak niż w terminie 14 dni. Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne).

Tymczasem z treści postanowienia z §4.11 wzorca umownego, stosowanego przez Mariolę Rychel wynika, że w przypadku gdy klient odstępuje od umowy przedsiębiorca dokonuje zwrotu tylko części wpłaty uiszczonej przez klienta, potrącając sobie z kwoty należnej konsumentowi koszty dostawy towaru.

Oceniając działanie przedsiębiorcy pod kątem naruszenia zasady określonej w powołanym przepisie wskazać należy również, na wyrok Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej „ETS”), z dnia 15 kwietnia 2010 r., w którym ETS orzekł, iż koszty wysyłki towaru nie powinny obciążać konsumenta, który odstępuje od umowy zawartej z przedsiębiorcą na odległość. W przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, przedsiębiorca nie ma prawa żądać od niego zwrotu kosztów wysyłki towaru. Strony mają wówczas obowiązek zwrotu jedynie wzajemnych świadczeń - konsument na własny koszt odsyła towar, natomiast przedsiębiorca zwraca otrzymaną cenę. Uzasadniając swoje stanowisko ETS wskazał, iż dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Euro-



pejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość definiuje umowę zawieraną na odległość jako „każdą umowę dotyczącą towarów lub usług zawartą między konsumentem i dostawcą (rozumianym jako każdy przedsiębiorca, który w umowach objętych dyrektywą działa w granicach swojej działalności) w ramach systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, zorganizowanego przez dostawcę, który do celów umowy wykorzystuje wyłącznie jeden lub kilka środków porozumiewania się na odległość do momentu zawarcia umowy włącznie”. Takimi środkami porozumiewania się na odległość są m. in. internet, media drukowane (np. formularze, listy seryjne, katalogi, reklamy prasowe), środki komunikacji telefonicznej (w tym telefon, automatyczne urządzenie wywołujące, telefaks) oraz środki komunikacji radiowej i telewizyjnej (radio, telewizja, wideotekst). Każdy konsument, który zawiera umowę w wyżej opisany sposób posiada prawo odstąpienia od niej. Dyrektywa stanowi, że termin do odstąpienia nie może wynosić mniej niż siedem dni roboczych (w Polsce wynosi on 10 dni kalendarzowych) bez żadnych sankcji i bez konieczności podawania powodu odstąpienia. W razie skorzystania przez kupującego z prawa odstąpienia od umowy, przedsiębiorca zobowiązany jest do zwrócenia mu zapłaconej ceny bez dodatkowych kosztów. Nie może on również ponosić z tytułu wykonywania przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy żadnych opłat poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów. ETS podkreślił, że cel dyrektywy to bez wątpienia zapobieganie zniechęcaniu konsumenta do skorzystania z przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy¹.

Mając na uwadze powyższe, uznać należy, że Mariola Rychel, nie dokonując zwrotu całości wniesionych przez konsumenta środków, tytułem zapłaty za towar, narusza zasadę zawartą w art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zatem takie działanie uznać należy za bezprawne.

Jak wynika z ww. przepisów ustawy rezygnacja z zakupionego w sklepie internetowym towaru w ustawowym terminie 10 dni nie upoważnia przedsiębiorcy do pobierania jakichkolwiek opłat z tego tytułu, ani też do pomniejszania części należności uiszczonej przez konsumenta, w wysokości odpowiadającej sumie kosztów wysyłki. Potrącanie kosztów dostawy towaru jest działaniem bezprawnym, godzącym w ekonomiczny interes konsumenta, a przekazanie konsumentom nieprawdziwej informacji w tym zakresie prowadzi do zachwiania równowagi pomiędzy sprzedawcą a kupującym, na którego przedsiębiorca przenosi cały ciężar kosztów związanych z transportem zakupionych towarów.

Mając na uwadze okoliczności faktyczne sprawy Prezes Urzędu uznał, iż zostało udowodnione, że działania przedsiębiorcy, jako niezgodne z przepisem art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, są bezprawne.

- [11] Na podstawie art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przed-

¹ por. decyzja Prezesa UOKiK nr RWR. 15/2011 z dn. 17.07.2011.



miotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca przedstawił nowy, obowiązujący od dnia 4 marca 2014 r., wzorzec umowy Regulamin sklepu internetowego e-dziwiarka.pl. Analiza przekazanego wzorca wskazuje, że z jego treści przedmiotowe postanowienie zostało usunięte.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu uznał, że przedmiotowa praktyka była stosowana przez Mariolę Rychel od 20 marca 2013 r. i została zaniechana z dniem 4 marca 2014 r.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

Udowodnienie praktyki związanej ze stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej.

- [12] Art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji.
- [13] Zgodnie z treścią art. 4 ust. 1 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 zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.*
- [14] Pojęcie dobrych obyczajów nie zostało w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny.² Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etycznomoralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

W wyroku z dnia 16 stycznia 2013 r., w sprawie o sygn. akt XVII AmC 5406/11, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, definiując pojęcie dobrych obyczajów wskazał, że *poprzez dobre obyczaje rozumiemy pewien powtarzalny wzorzec zachowań, który jest aprobowany przez daną społeczność lub grupę. Są to pozaprawne normy postępowania, którymi przedsiębiorcy winni się kierować. Ich treści nie da się określić w sposób wyczerpujący, ponieważ kształtowane są przez ludzkie postawy uwarunkowane zarówno przyjmowanymi wartościami moralnymi, jak i celami ekonomicznymi i związanymi z tymi praktykami życia gospodarczego. Wszystkie one podlegają zmianom w ślad za zmieniającymi się ideologiami politycznymi i społeczno-gospodarczymi oraz przewartościowaniami moralnymi. W szczególności zaś, dobre obyczaje to normy postępowania polecające na nienadużywaniu w stosunku do słabszego uczestnika obrotu posiadanej przewagi ekonomicznej.*

² np. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z 13 listopada 1991 r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4, J. Szwaia w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - Komentarz, Warszawa 2000, str. 122-133, R. Stefanicki, Dobre obyczaje w prawie polskim, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5;



Z kolei w wyroku z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, że za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.

[15] Zgodnie z brzmieniem art. 5 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym działanie wprowadzające w błąd, polegające, w szczególności, na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji, uznaje się za praktykę rynkową jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

[16] Jak wynika z treści art. 2 ust. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu lub zapłaci za produkt, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. W związku z tym, nieuczciwa praktyka rynkowa może dotyczyć decyzji zarówno, co do potencjalnej możliwości zawarcia umowy, jak i umowy rzeczywiście zawieranej.

Należy jednak podkreślić, że praktyka określona w art. 4 i 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odnosi się do decyzji podejmowanych przez przeciętnego konsumenta, za którego uznaje się konsumenta dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego. Oceny tej należy dokonać 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 produktu, którego praktyka rynkowa dotyczy ze względu na szczególne cechy, takie jak: wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 ust. 2 tej ustawy). Definicja przeciętnego konsumenta precyzuje więc pewien zespół cech mentalnych konsumenta, jego przeciętność, polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od takiego konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jest to wiedza kompletna i profesjonalna i że konsument - mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości - ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć.

Dlatego też, to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek rzetelnego poinformowania swoich klientów/konsumentów o ich prawach i obowiązkach wynikających i dotyczących nawiązanego stosunku prawnego.

W przedmiotowej sprawie oferta handlowa przedsiębiorcy, kierowana jest do niedookreślonej grupy osób fizycznych, konsumentów, którzy zawierają umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą, czyli konsumentów przeciętnych. Są to osoby, które posiadają odpowiednią orientację w otaczającej ich rzeczywistości oraz umiejętności pozwalające na nabywanie poszukiwanych towarów poprzez zawieranie umów na odległość, jak również osoby zainteresowane towarami określonego rodzaju, przeznaczonych do wykonania prac autorskich i rękodzieła tj. wszelkiego rodzaju włóczki i inne akcesoria dziewiarskie (druty, szydełko, igły, guziki, koraliki itp. oraz wyroby /gadżety dziewiarskie). Przyjąć jednak należy, że konsumenci/kontrahenci przedsiębiorcy, zazwyczaj, nie posiadają profesjonalnej wiedzy nt. obowią-



ków, czy praw wynikających z odpowiednich przepisów prawnych, jak i regulujących rodzaj prowadzonej przez Mariolę Rychel działalności gospodarczej. Dlatego też to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek rzetelnego poinformowania swoich klientów/konsumentów o ich uprawnieniach wynikających i dotyczących nawiązanego stosunku prawnego.

- [17] Zgodnie z treścią art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za działania wprowadzające w błąd, jeżeli działania te związane są z rozpowszechnianiem nieprawdziwych informacji, a pod ich wpływem przeciętny konsument mógł podjąć decyzję, której inaczej by nie podjął. Wprowadzające w błąd działanie może dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy.
- [18] Postawiony przedsiębiorcy zarzut dotyczy zamieszczenia w Regulaminie sklepu internetowego informacji, zgodnie z którą do skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, koniecznym jest zwrócenie towaru, co może wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im uprawnień, wynikających z art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 poz. 1225), i które to działanie może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206).

Przedsiębiorca, prowadząc działalność gospodarczą, polegającą na oferowaniu konsumentom towarów oraz możliwości ich zakupu na odległość ma obowiązek respektować przepisy prawa, w tym, w szczególności przepisy ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W oparciu o przepis art. 7 ust. 1 tej ustawy konsument, który dokonał zakupu na odległość może od umowy odstąpić, bez podania przyczyn, w terminie 10 dni od dnia wydania rzeczy. Do odstąpienia do umowy wystarczającym jest złożenie oświadczenia na piśmie. Przepisy ustawy nie warunkują uznania odstąpienia za skuteczne dokonaniem zwrotu towaru. Tymczasem, przedsiębiorca, w stosowanym wzorcu umownym, informuje konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty wydania towaru (§7 ust. 1 wzorca). Jednocześnie zastrzega, że *Do skorzystania z prawa, o którym mowa w ust. 1, koniecznym jest zwrócenie towaru w stanie niezmiennym, tj. aby zakupiony towar był nieużywany, posiadał oryginalne opakowanie, niezniszczone metki.*

Wprawdzie przepisy ustawy (art. 7 ust. 3) określają konsekwencje wykonania przez konsumenta uprawnienia od odstąpienia do umowy, w postaci zwrotu otrzymanego świadczenia są to jednak skutki wykonania prawa konsumenta nie zaś warunki jego skuteczności. W przypadku gdyby konsument, po odstąpieniu od umowy, nie zwrócił dostarczonego towaru, w ustawowym terminie, przedsiębiorcy przysługiwałoby roszczenia o jego wydanie.

Uwzględniając okoliczności faktyczne sprawy, zdaniem Prezesa Urzędu, przedsiębiorca błędnie informuje konsumentów o ich prawach i obowiązkach określonych w przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,



zgodnie bowiem z tą ustawą, nie jest prawdziwą informacją, że do skorzystania z praw do dostąpienia do umowy konieczny jest równoczesny zwrot dostarczonego towaru.

Niewątpliwie działanie przedsiębiorcy uznać należy za sprzeczne z dobrymi obyczajami, w kontekście przywołanego wyżej wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04, gdyż działanie to zmierza do niedoinformowania, dezorientacji i wywołania błędnego przekonania u konsumentów na temat jego praw.

Zdaniem Prezesa Urzędu naruszenie dobrych obyczajów zostało dokonane przez przedsiębiorcę poprzez podawanie nieprawdziwych informacji, sugerujących jakoby warunkiem skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy był równoczesny zwrot towaru.

Jednocześnie, działanie takie niewątpliwie mogło zniekształcić zachowania rynkowe konsumenta i spowodować podjęcie przez niego decyzji, której by nie podjął, gdyby udzielone przez przedsiębiorcę informacje nie wprowadziły go w błąd. Każdy z klientów Marioli Rychel mógł zrezygnować z prawa do odstąpienia od umowy, nawet jeśli od wydania towaru nie minęło 10 dni, kiedy uznał, iż nie będzie w stanie, w tym samym czasie, dokonać jednoczesnego zwrotu towaru, co więcej konsument w ten sposób stracił bezpowrotnie określone środki finansowe, wydając je na towar niepotrzebny, nieprzydatny czyli zbędny.

W tej sytuacji, zadaniem Prezesa Urzędu okoliczności faktyczne sprawy uzasadniają zarzut stosowania przez Mariolę Rychel nieuczciwych praktyk rynkowych.

- [19] W oparciu o przepis art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

W trakcie niniejszego postępowania przedsiębiorca przedstawił nowy, wprowadzony w życie z dniem 4 marca 2014 r., wzorec umowy Regulamin sklepu internetowego e-dziwiarka.pl.

W nowym wzorcu przedsiębiorca w § 7 zawarł postanowienia o treści:

1. Każdy Klient, który jest konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyn składając stosowane oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, liczonym od dnia wydania towaru. Do skorzystania z tego prawa wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem, jest ono jednak ograniczone w czasie i przysługuje jedynie przez 10 dni (podstawa prawna: art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 02-03-2000 o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny).
2. Jeżeli Klient skorzysta z prawa, o którym mowa w ust. 1, konieczne jest zwrócenie towaru w stanie niezmiennym tj. aby zakupiony towar był nieużywany, posiadał oryginalne opakowanie, niezniszczone metki. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni.



Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu uznał, że praktyka objęta rozpatrywanym zarzutem były stosowana przez Mariolę Rychel, od 20 marca 2013 r. i została zaniechana z dniem 4 marca 2014 r. tj. z dniem rozpoczęcia obowiązywania nowego wzorca umowy. Z tych też przyczyn orzeczono jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

- [20] Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Niniejsze postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu orzekł jak w punktach I i II sentencji decyzji.

Ponadto, zgodnie z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) organ administracji publicznej, jednocześnie z wydaniem decyzji, ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązanej do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych (art. 263 § 1 k.p.a.).

Prezes Urzędu w przedmiotowej decyzji uznał, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono przedsiębiorcę obciążyć kosztami postępowania w wysokości 15,20 zł (słownie: piętnaście zł 20/100)

W związku z tym orzeczono jak w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.

POUCZENIA:

Na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania w wysokości 15,20 zł. Powyższą kwotę należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O WARSZAWA 511010101000787822 31000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2014 r., poz. 101), od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów



tów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy i w związku z 479³² § 1 i § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Roman Jarząbek
Dyrektor Delegatury UOKiK w Gdańsku