



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

Wrocław, 19 maja 2005 r.

RWR 61-13/05/JM

DECYZJA Nr 29/2005

I. Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Spółce **FAM Dariusz Staniszewski i Marcin Gabryolek s.j., Al.Zwycięstwa 246-248 D/4, 81-540 Gdynia,**

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie ww. przedsiębiorcy, prowadzącego działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.e-horyzont.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
2. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
3. brak określenia w regulaminie warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym,

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 11 kwietnia 2005 r.

UZASADNIENIE

1. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu, w ramach prowadzonego w sierpniu 2004 r. postępowania sygn. akt RWR 078-70/04/ZR,

skontrolował 42 witryny sklepów internetowych, oferujących do sprzedaży sprzęt sportowy, w celu wstępnego ustalenia, czy zachodzi podejrzenie stosowania przez tych przedsiębiorców, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23 a ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zwanej dalej „ustawą o ochronie (...)”.

Analiza witryny internetowej www.e-horyzont.pl, należącej do Spółki FAM Dariusz Staniszewski i Marcin Gabryłek s.j., Al.Zwycięstwa 246-248 D/4, 81-540 Gdynia, dała podstawę do podejrzenia, iż na jej stronach nie są zamieszczane wszystkie wymagane prawem informacje.

(Dowód: karta nr 4)

2. W związku z powyższym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu”, postanowieniem nr 47/2005 z dnia 28 stycznia 2005 r., wszczął postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23a ustawy o ochronie (...), w związku z podejrzeniem naruszenia przez Spółkę FAM Dariusz Staniszewski i Marcin Gabryłek s.j., zwaną dalej „przedsiębiorcą”, prowadzącą działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.e-horyzont.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
2. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
3. brak określenia w regulaminie warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym.

(Dowód: karta nr 1)

3. Jednocześnie postanowieniem nr 48/2005 z dnia 28 stycznia 2005 r. w poczet dowodów niniejszej sprawy zaliczono informacje uzyskane przez Prezesa Urzędu w sprawach:

1. sygn. RWR 078-70/04/ZR tj. kartę „Badanie E-Comerce-Witryny Internetowe” wypełnioną przez badającego witryny www.e-horyzont.pl,
2. sygn. RWR 402-22/04/JM tj. wypis z KRS.

(Dowód: karta nr 2, 4-7)

4. W odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca w piśmie z dnia 12 kwietnia 2005 r. (data wpływu) podał, iż dokonał zmian na stronie internetowej sklepu. Jednocześnie nadesłał wydruk ze strony internetowej www.e-horyzont.pl zawierający naniesione zmiany.

(Dowód: karta nr 20-26)

II. W toku postępowania dowodowego Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Spółka FAM Dariusz Staniszewski i Marcin Gabryłek s.j. z siedzibą w Gdyni została wpisana Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000021141. Przedmiotem jej działania jest m.in. produkcja sprzętu sportowego i sprzedaż detaliczna artykułów sportowych.

(Dowód: karta nr 5-7)

2. Za pośrednictwem strony internetowej www.e-horyzont.pl przedsiębiorca prowadzi sprzedaż sprzętu sportowego. Z jej oferty korzystać mogą zarówno osoby fizyczne (konsumenci), jak też przedsiębiorcy.

Warunkiem dokonania zakupu jest złożenie zamówienia m.in. za pomocą prawidłowo wypełnionego, dostępnego na stronie formularza i przesłanie go do sprzedawcy za pośrednictwem internetu. Każde zamówienie jest potwierdzane.
(Dowód: karta nr 8-9)

3. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym przedsiębiorcy oraz zgłaszania reklamacji uregulowane są na stronie „Regulamin sklepu”, zwanego dalej „regulaminem”.
(Dowód: karta nr 8-11)

4. Prezes Urzędu w stosowanym przez przedsiębiorcę regulaminie dopatrył się braku, wymaganych przez ustawodawcę, informacji i danych, wskazanych w osnowie decyzji, dotyczących prawa konsumentów do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.
(Dowód: karta nr 8-11)

5. W trakcie trwania postępowania dowodowego przedsiębiorca podał, iż w dniu 11 kwietnia 2005 r. dokonał zmian w regulaminie, w załączeniu przesyłając jego nową wersję, w którym wpisano następujące informacje:

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia terminu, jak długo wiąże oferta

W przypadku złożenia przez Ciebie zamówienia za pośrednictwem naszej strony internetowej, wskazana tam informacja o cenie towaru ma charakter wiążący aż do czasu dostarczenia Ci zamówionego za tę cenę towaru, tj. nie może ulec zmianie. W przypadku natomiast, gdy opuszczasz naszą stronę internetową (tj. opuszczasz tryb on-line) bez złożenia zamówienia, wówczas podana na tej stronie informacja o cenie towaru przestaje mieć charakter wiążący z chwilą opuszczenia przez Ciebie owej strony w trybie on-line.

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy

Zgodnie z treścią obowiązku ciążącego na nas z mocy art.9 ust.3 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r. Nr 22 poz.271 z późn.zm.), najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania na Twoją rzecz naszego świadczenia potwierdzimy Ci pisemnie podane na stronach naszego sklepu informacje, w szczególności: o naszej nazwie, adresie siedziby oraz organie, który zarejestrował naszą działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym nasza spółka została zarejestrowana, o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, o cenie brutto (oczywiście zgodnej z tą, za którą towar zamawiasz) - obejmującej wszystkie składniki, a w szczególności cła i podatki, o zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia, o kosztach oraz terminie i sposobie dostawy, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni (ze wskazaniem Ci wyjątków, o których mowa w art.10 ust.3 powołanej wyżej ustawy), o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący, o miejscu i sposobie składania reklamacji oraz o prawie wypowiedzenia przez Ciebie umowy, o którym mowa w art.8 ust.3 powołanej wyżej ustawy. Nie wskazujemy natomiast informacji o kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, albowiem koszty takiego porozumiewania się z nami nie są skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy Twojego operatora telekomunikacyjnego.

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia w regulaminie warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym

Zgodnie z treścią obowiązku ciążącego na nas z mocy przepisów ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. z 2002r. Nr 144 poz.1204 z późn.zm.), informujemy, że by móc korzystać z zakupów w naszym sklepie Twój komputer i jego oprogramowanie powinny spełniać następujące wymagania:

Komputer:

Komputer PC z procesorem klasy pentium II 300MHz lub lepszym; 64 MB pamięci RAM lub więcej;

Karta graficzna min. SVGA pracująca co najmniej w rozdzielczości 800x600 px;

Monitor kolorowy pracujący w rozdzielczościach 800x600 px lub wyższych; klawiatura i mysz;

Parametry łącza internetowego:

Połączenie internetowe o przepustowości co najmniej 56 kbps (zalecane 128 kbps);

Oprogramowanie:

System operacyjny pracujący w trybie graficznym w rozdzielczości 800x600 px lub wyższej (np. Microsoft Windows 9x / 2000 / XP).

Przeglądarka internetowa pracująca w trybie graficznym, obsługująca technologie:

- java script

- bezpieczne połączenia SSL

- Cookie

(np. Microsoft Internet Explorer 6)

Strona internetowa została przetestowana na komputerach zgodnych z w/w specyfikacją, jednakże nie oznacza to, że nie będzie działała na komputerach innych niż PC lub komputerach PC nie spełniających minimalnych wymagań.

Informujemy też, że umieszczanie na stronach internetowych naszego sklepu jakichkolwiek informacji o charakterze bezprawnym lub informacji naruszających dobre obyczaje, jest zakazane.

(Dowód: karta nr 20-24)

III. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Ustawa o ochronie (...) określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1). Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczno – prawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, dokonujących zakupów sprzętu sportowego w sklepie internetowym www.e-horyzont.pl.

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie: „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”. Zgodnie zaś z art. 23a ust. 2 powołanej ustawy „Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (...)”.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie prawnej przed godzącymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami, działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany katalog ma charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę działań, które naruszają przepisy innych ustaw. W przepisie art. 23a ustawy nie ma odwołania

do konkretnych ustaw (z tego względu, iż byłoby to sprzeczne z zasadami poprawnej legislacji, ale także ograniczało Prezesa UOKiK w jego decyzjach w sprawie niedozwolonych praktyk naruszających interesy konsumentów).

Do stwierdzenia praktyki z art. 23a powołanej ustawy o *ochronie (...)* konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

1. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
2. godzenie tymi działaniami w interes konsumentów,
3. naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

W powyższej sprawie poddano analizie sposób informowania i zakres informacji przekazywanych konsumentowi dokonującemu zakupów za pośrednictwem witryny internetowej www.e-horyzont.pl, o przysługujących mu prawach, a także obowiązkach. Podkreślić należy, iż z chwilą dokonania zamówienia konkretnego towaru w sklepie internetowym dochodzi do nawiązania stosunku zobowiązaniowego pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, z istoty którego wynika, iż na każdej ze stron umowy ciążyą określone prawa i obowiązki. Sprzedawca, będący profesjonalistą, winien udzielić konsumentowi, jako stronie słabszej tego stosunku, pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji dotyczącej prawnych gwarancji ochronnych jego interesów.

Ad. 1)

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisanej procedury stosowanej przez przedsiębiorcę w sklepie internetowym (patrz pkt 2 i 3 ustalonego stanu faktycznego) jest brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodzi z chwilą, gdy adresat oferty złoży ofertę oferentowi (przedsiębiorcy), przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość jakim jest internet, oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Oznacza to, że w tej sprawie mamy do czynienia ze świadczeniem usługi drogą elektroniczną. Pod tym pojęciem, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.) rozumie się wykonywanie usługi, która następuje poprzez wysyłanie i odbieranie danych za pomocą systemów teleinformatycznych, na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności obu stron, przy czym dane te są transmitowane za pośrednictwem sieci publicznych w rozumieniu ustawy Prawo Telekomunikacyjne.

Natomiast w myśl art. 6 ust. 1 *ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) umowy, zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.), są umowami na odległość jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

Zatem do przedsiębiorców świadczących usługi drogą elektroniczną i zawierających z konsumentami umowy na odległość zastosowanie mają przepisy:

1. ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), zwana dalej „*ustawą o prawach konsumentów*”,

2. ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), zwana dalej „ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną”.

Stosownie do treści art. 7 ust. 1 i art. 10 ust. 1 ustawy o prawach konsumentów konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy. Dokonując zakupu (art. 9 ust. 1 i 2) konsument powinien być poinformowany w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, m.in. o:

- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany (art. 9 ust. 1 pkt 1),
- 2) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu (art. 9 ust. 1 pkt 2),
- 3) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki (art. 9 ust. 1 pkt 3),
- 4) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia (art. 9 ust. 1 pkt 4),
- 5) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy (art. 9 ust. 1 pkt 5),
- 6) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni (art. 9 ust. 1 pkt 6),
- 7) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (art. 9 ust. 1 pkt 8),
- 8) miejscu i sposobie składania reklamacji (art. 9 ust. 1 pkt 10),

Przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie powyższych informacji najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia (art. 9 ust.3). Zawarta pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem umowa powinna określać miejsce i sposób składania reklamacji, nie powodujące nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta (art. 11 ust 2).

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego udostępnienia tego regulaminu usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Regulamin ten powinien określać w szczególności (art. 8 ust. 3 ww. ustawy):

- 1) rodzaje i zakres usług świadczonych drogą elektroniczną,
- 2) warunki świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - a) wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - b) zakaz dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym,
- 3) warunki zawierania i rozwiązywania umów o świadczenie usług drogą elektroniczną,
- 4) tryb postępowania reklamacyjnego.

Stosownie zaś do art. 5 tej ustawy na stronie internetowej przedsiębiorca podaje imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres albo nazwę lub firmę oraz siedzibę i adres oraz adresy elektroniczne. Ma on również obowiązek (art. 7 pkt 1 lit b) zapewnić działanie systemu teleinformatycznego, którym się posługuje, umożliwiając nieodpłatnie usługobiorcy jednoznaczną identyfikację stron usługi świadczonej drogą elektroniczną oraz potwierdzenie faktu złożenia oświadczeń woli i ich treści, niezbędnych do zawarcia drogą elektroniczną umowy o świadczenie tej usługi, w szczególności przy wykorzystaniu bezpiecznego podpisu elektronicznego w rozumieniu ustawy z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. Nr 130, poz. 1450)).

Brak zatem na witrynie sklepu internetowego którejkolwiek z ww. informacji świadczy o sprzeniewierzeniu się woli prawodawcy i stanowi nie dopełnienie przez przedsiębiorcę obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o przysługujących im prawach. Tym samym jest działaniem bezprawnym.

Niedopełnieniem przez przedsiębiorcę obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o prawach konsumentów jest brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta.

Naruszeniem art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy jest brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy.

Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) nakłada na przedsiębiorcę obowiązek określenia w regulaminie warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:

- wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
- zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym.

Zatem brak ww. zapisów na witrynie internetowej www.e-horyzont.pl stanowi naruszenie ww. przepisów prawnych.

Przeprowadzone w niniejszej sprawie postępowanie dowodowe jednoznacznie wykazało brak ww. zapisów na witrynie sklepu internetowego www.e-horyzont.pl, co świadczy o sprzeniewierzeniu się woli ustawodawcy wyrażonej w przytoczonych powyżej aktach prawnych.

Tym samym spełniona została pierwsza z trzech ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu wskazanych powyżej przepisów ustaw, co jednocześnie naruszyło obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Wskazać przy tym należy, że prawo konsumenta do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji jest jednym z jego zasadniczych praw, a brak takiej informacji uniemożliwia konsumentowi swobodę oceny i wyboru najlepszej oferty, ograniczając wolność jego decyzji rynkowych. Profesjonalista zawsze obowiązany jest poinformować konsumenta, będącego z zasady słabszą stroną stosunku umownego, o istotnych okolicznościach dotyczących kontraktu – w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny, co jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania (vide: E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, Warszawa 2002, str. 215 i nast.).

Ad 2)

Dokonując analizy drugiej przesłanki zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 23a ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepisy ustaw o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz o prawach konsumentów, niewątpliwie godziło w interes konsumenta i rodziło po jego stronie niekorzystne skutki.

Określenie terminu, jak długo wiąże oferta, jest instytucją tzw. warming up – utrzymywania wiążącego charakteru w zakresie ceny zarówno oferty, jak i materiałów informacyjnych. Zatem okres obowiązywania oferty winien być wskazany przez przedsiębiorcę w sposób jednoznaczny i nie budzący wątpliwości, gdyż terminem tym jest on związany.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty, przedstawionej na witrynie internetowej, zawiera z przedsiębiorcą umowę kupna-sprzedaży tego towaru oraz dostarczenia go na wskazany przez siebie adres. Dlatego też, dla

potwierdzenia wszelkich warunków na jakich ww. czynności mają być wykonywane oraz praw i obowiązków obu stron tej umowy, niezbędnym jest określenie sposobu udostępniania konsumentowi jej treści. Ma to także istotne znaczenie dla konsumenta przy dochodzeniu roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę.

Sprzedawca winien podać minimalne parametry (niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje), jakie musi posiadać sprzęt komputerowy konsumenta, aby bez problemów mógł on dokonać zamówienia. Zatem konsument, otwierając stronę internetową, powinien od razu uzyskać informację, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów.

Konsumenta, korzystającego z usług sklepów internetowych, obowiązuje ustawy zakaz dostarczania na nią treści o charakterze bezprawnym. Zgodnie zaś z wolą ustawodawcy to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek poinformowania go o powyższym. Brak informacji na ten temat może skutkować tym, iż nieświadomy tego konsument może przesłać na stronę materiały, których dostarczanie jest zagrożone karą. Pośrednio, zamieszczenie odpowiedniego zapisu zakazującego konsumentowi ww. działań leży także w interesie przedsiębiorcy, który ponosi odpowiedzialność za wszystkie informacje zawarte na jego stronie internetowej.

Jak zatem z powyższego wynika wolą ustawodawcy zostały stworzone prawne gwarancje ochronne interesów konsumentów, poprzez ustanowienie katalogu obowiązków przedsiębiorcy wobec nich. Podkreślając rangę tych zapisów nadano im formę obowiązków ustawowych. Przepisy prawa o charakterze bezwzględnie obowiązującym wprowadzono do porządku prawnego po to, by chronić dobro zasługujące na ochronę. Każde działanie bezprawne w ramach danego stosunku prawnego godzi w interesy drugiej strony kontraktu. Przyjąć zatem należy, iż nieuczynienie zadość ww. obowiązkom ustawowym godzi w interes konsumentów, który ustawodawca uznał za istotny i podlegający ochronie prawnej.

Wobec powyższego wypełniona została druga z przesłanek, niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Ad 3)

Zgodnie z art. 23a ust. 1 zd. 2 ustawy o *ochronie*, zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta, może być przejawem powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

Omówione działania przedsiębiorcy dotyczyły niewątpliwie zbiorowego interesu konsumentów, tj. wszystkich konsumentów, którzy dokonywali za pośrednictwem strony www.e-horyzont.pl zakupów w jego sklepie internetowym.

Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Uczestnika nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami kręgu kupujących konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów przedsiębiorcy.

W takich okolicznościach poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów nie będąca tylko – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego praktykę – przypadkową zbiorowością konsumentów, lecz jej odrębną kategorią, których łączy wspólny interes.

W tym stanie rzeczy należy uznać, że naruszony został zbiorowy interes konsumentów, a tym samym spełniona ostatnia z trzech ww. przesłanek.

Mając powyższe na względzie, Prezes UOKiK stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 23a ustawy o ochronie (...).

Jednakże zgodnie z art. 23e ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...) nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23 a. W takim przypadku Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie jej stosowania.

Taka sytuacja ma miejsce w niniejszej sprawie, albowiem Prezes Urzędu stwierdził, iż powyższa praktyka, opisana w osnowie decyzji, miała charakter czasowy, a jej stosowanie zostało zaniechane z dniem wprowadzenia zmian do regulaminu tj.: z dniem 11 kwietnia 2005 r. (pismo przedsiębiorcy z dnia 12 kwietnia 2005 r. (data wpływu) – karta nr 20-22 oraz wydruk obowiązującego regulaminu – karty 23-26).

Wobec powyższego orzeczono, jak na wstępie.

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

Otrzymują:

FAM Dariusz Staniszewski i Marcin Gabryłek

Spółka Jawna

Al.Zwycięstwa 246-248 D/4

81-540 GDYNIA

Z up. Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk