

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 20. 06. 2005r.

RKT – 61 – 28/05/AD

DECYZJA Nr RKT - 35 /2005

I. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804, Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) 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 wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko przedsiębiorcy „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Niedźwiedzia 2a,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki** polegające na:

1. Nieinformowaniu konsumentów o organie rejestrującym oraz o numerze pod jakim przedsiębiorca został zarejestrowany, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);
2. Nieinformowaniu konsumentów o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, co prowadzi do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
3. Nieinformowaniu konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 04. 02. 2005r.

II. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804, Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) 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 wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko przedsiębiorcy „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Niedźwiedzia 2a,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na:

stosowaniu przy zawieraniu z konsumentami za pośrednictwem strony internetowej o adresie www.sklepik.wosp.org.pl umów sprzedaży na odległość regulacji wnoszenia reklamacji, z której wynika, że konsument zawierający z Spółką z o.o. „Złoty Melon” umowę sprzedaży na odległość może złożyć reklamację w terminie 10 dni od odebrania przesyłki, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.) w

związku z art. 10 ust. 1 w/w ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego
oraz stwierdza się jej zaniechanie z dniem 04. 04. 2005r.

III. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804, Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 oraz Nr 96, poz. 959) 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 z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko przedsiębiorcy „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Niedźwiedzia 2a,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23d w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy stwierdza się, że **praktyki polegające na:**

1. Uzależnieniu spełnienia świadczenia od wcześniejszego dokonania wpłaty należnej kwoty przez konsumenta, wbrew zapisowi art. 11 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
2. Nieinformowaniu konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 66¹ § 2 pkt 3 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.);
3. Nieinformowaniu konsumentów o językach, w jakich umowa sprzedaży może być zawarta, o czym mowa w art. 66¹ § 2 pkt 5 KC;
4. Niezamieszczaniu informacji o stosowanych przy zawieraniu z konsumentami umów kodeksach etycznych, o czym mowa w art. 66¹ § 2 pkt 6 KC

nie naruszają zbiorowych interesów konsumentów.

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz.U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz.U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) oraz stosowanie 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 wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Przedsiębiorcy „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Niedźwiedzia 2a,
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanawia się zobowiązać przedsiębiorcę „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 41 zł (słownie: czterdzieści jeden złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością „Złoty Melon” z siedzibą w Warszawie (zwaną także przedsiębiorcą lub spółką). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie <http://sklepik.wosp.org.pl>, za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło

dojść do naruszenia przepisów ustawy Kodeks cywilny oraz ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. W toku niniejszego postępowania, po przeanalizowaniu Warunków zakupu (karty 43 – 45) przesłanych przez przedsiębiorcę w załączeniu do jego pisma z 24. 02. 2005r. (karty 42), ustalono, że mogło dojść również do naruszenia przepisów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (karta 62). Powyższe może prowadzić do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że *„1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479 (45) Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów”*.

Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny w wyniku nieinformowania konsumentów o organie rejestrującym oraz o numerze pod jakim przedsiębiorca został zarejestrowany, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, poprzez uzależnianie spełnienia świadczenia od wcześniejszego dokonania wpłaty należnej kwoty przez konsumenta (karty 9 - 12). Ponadto ustalono, że mogło dojść do naruszenia Kodeksu cywilnego poprzez nieinformowanie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, o językach, w jakich umowa sprzedaży może być zawarta, jak również o kodeksach etycznych stosowanych przez przedsiębiorcę (karty 9 – 12). Z uwagi na powyższe wszczęto przeciwko Spółce „Złoty Melon” z urzędu postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (karty 3-4). W toku niniejszego postępowania ustalono, że „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie działa na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 11. 04. 2003r. pod Numerem KRS: 0000158131 (karta 25). W załączeniu do pisma z 24. 02. 2005r. (karta 42) przedsiębiorca przekazał zmienione zasady dokonywania zakupów w prowadzonym przez niego sklepie (karty 60 – 62), których analiza wykazała, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego poprzez zastrzeżenie dziesięciodniowego terminu do składania reklamacji. Z uwagi na powyższe konieczne stało się rozszerzenie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, co organ antymonopolowy uczynił Postanowieniem Nr 3 z dnia 18. 03. 2005r. (karta 63).

Organ antymonopolowy ustalił, co następuje.

Do umów zawieranych z konsumentami stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego oraz przepisy ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Ponadto umowy zawierane z konsumentami na odległość przez internet podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu, wynikającemu z ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), jak również z ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej także uoonpk). Umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają szczególnej regulacji prawnej, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na w/w regulację, zawartą w art. 6 ust. 1 uoonpk, by daną umowę

zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać spełnione trzy przesłanki tj. po pierwsze strony umowy nie mogą jednocześnie znajdować się w tym samym miejscu, po drugie umowa ta zawierana jest pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą i po trzecie przedsiębiorca musi prowadzić działalność w ten sposób, że wykorzystuje środki porozumiewania się na odległość. Ponadto stosunki umowne z konsumentami, w zakresie zawierania umów sprzedaży, reguluje ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Podejmowanie działań niezgodnych z w/w przepisami może prowadzić do naruszenia art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie bezprawne działanie przedsiębiorcy, które godzi w zbiorowe interesy konsumentów. By stwierdzić naruszenie art. 23 a w/w ustawy muszą zostać spełnione dwie przesłanki, tj. działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności oraz musi ono godzić w interesy konsumentów. Należy zwrócić uwagę, iż zapis ten nie odnosi się do indywidualnych interesów poszczególnych uczestników rynku, lecz do interesów ogółu konsumentów.

W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki, która naruszała zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą, że dana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania. W przypadku, gdy z analizy zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że nie doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, na mocy art. 23d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wydaje się decyzję, w której Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.

I.

1. „Złoty Melon” Sp. z o.o. naruszyła art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w wyniku stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na podejmowaniu działań godzących w zbiorowe interesy konsumentów sprzecznych z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Art. 9 ust. 1 pkt 1 w/w ustawy stanowi, że konsument powinien być poinformowany najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o nazwie, adresie siedziby przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

Organ antymonopolowy ustalił, że spółka „Złoty Melon” nie informowała konsumentów o organie rejestrującym oraz o numerze pod jakim rejestracji tej dokonano (karty 9, 11, 21), co pozbawiało wszystkich konsumentów możliwości szybkiego sprawdzenia w/w danych identyfikujących przedsiębiorcę. Powyższe zaniechanie spółki doprowadziło także do naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, który został określony w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów. Z uwagi na fakt, że żaden z konsumentów zawierających umowę sprzedaży ze spółką „Złoty Melon” nie był o powyższym informowany, doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W załączeniu do pisma z dnia 24. 02. 2005r. (karta 42) spółka przekazała wydruk zasad zawierania umów na odległość, w których zawarto informację o tym, pod jakim numerem spółka została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym oraz o organie rejestrującym (karta 43). Powyższe informacje zamieszczono dnia 04. 02. 2005r. na stronie internetowej o adresie <http://sklepik.wosp.org.pl/>, za pośrednictwem której „Złoty Melon” Sp. z o.o. zawiera umowy sprzedaży na odległość z konsumentami (karty 42, 43). W związku z tym, że przedsiębiorca uczynił zadość obowiązkowi określonemu w art. 9 ust. 1 pkt 1 uoonpk, zgodnie z art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 tej ustawy organ antymonopolowy orzekł, że praktyka, o jakiej mowa w niniejszym

punkcie naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że z dniem 04. 02. 2005r. doszło do zaniechania jej stosowania.

2. Na mocy art. 7 ust. 1 uoonpk konsument, który zawarł umowę na odległość może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowane oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni. Art. 9 ust. 1 pkt 6 w/w ustawy nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o przedmiotowym prawie, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy. Z analizy treści zapisów zawartych na stronie internetowej spółki „Złoty Melon” wynikało, iż konsumenci nie byli o powyższym prawie informowani (karty 9, 11). Prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość stanowi fundament ochrony ich interesów przy zawieraniu umów na odległość. By uprawnienie to mogło zostać zrealizowane, konsumenci muszą posiadać odpowiednią wiedzę na temat przysługujących im praw. „Złoty Melon” Sp. z o.o. dopuściła się zaniechania polegającego na niedopełnieniu w/w obowiązku określonego w art. 9 ust. 1 pkt 6 uoonpk, z uwagi na co jej działanie zostało uznane za bezprawne. W związku z tym, że praktyka opisana w niniejszym punkcie miała wpływ na sytuację wszystkich konsumentów zawierających umowy z przedsiębiorcą, należało stwierdzić, że godzi ona w zbiorowe interesy konsumentów. „Złoty Melon” Sp. z o.o. poinformowała, że od dnia 04. 02. 2005r. podaje do wiadomości informację dotyczącą prawa odstąpienia konsumenta w terminie 10 dni od wydania rzeczy od umowy zawartej na odległość, na dowód czego przesłano wydruk z zasad dokonywania zakupów w sklepiku internetowym, zawierających zapis o następującej treści *„Każdy z Was może zrezygnować z zakupionego u nas towaru w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki, o ile towar ten nie był używany i nie jest uszkodzony. Nie musicie nas wówczas informować o przyczynie tej rezygnacji”*(karty 42, 45, 70). Z uwagi na powyższe, na mocy art. 23 e ust. 2 w związku z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało orzec, że wyżej opisana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania z dniem 04. 02. 2005r.

3. „Złoty Melon” Sp. z o.o. naruszyła art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, polegającą na nieinformowaniu konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (karty 9, 11, 21), wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Niedopełniając przedmiotowego obowiązku przedsiębiorca nie udzielał konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Powyższe godziło w interesy konsumentów, gdyż nie wiedzieli oni, jak długo pozostanie wiążąca oferta, z którą mieli możliwość zapoznać się przed zawarciem umowy. Z uwagi na fakt, iż żaden z konsumentów nie był o powyższym informowany, niniejsza praktyka godziła w interesy ogółu konsumentów. W związku z tym, iż działanie podejmowane przez Spółkę „Złoty Melon” zostało uznane przez organ antymonopolowy za niedozwolone i naruszające zbiorowe interesy konsumentów zawierających z nią umowę sprzedaży na odległość, należało uznać, że działanie to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Dnia 04. 02. 2005r. spółka zamieściła na swojej stronie internetowej, za pośrednictwem której zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży na odległość, zapis o treści *„Produkty oferowane przez nas w sklepiku można kupować do wyczerpania ich zapasu, a cena, która jest podana przy każdy towarze, jest wiążąca w chwili złożenia przez klienta zamówienia. Złoty Melon zastrzega sobie prawo do zmiany cen towarów, znajdujących się w ofercie, wprowadzania nowych towarów do oferty sklepu internetowego, przeprowadzania i odwoływania akcji promocyjnych na stronach sklepu, bądź wprowadzania w nich zmian”* (karty 42, 43). Konsument, który złożył zamówienie na określony towar, otrzymuje za pośrednictwem poczty elektronicznej potwierdzenie, w którym zostaje wskazana m.in. cena, jaką będzie zobowiązany uiścić (karty 49 – 51). Postanowienie wprowadzone w życie przez spółkę określa, jaki jest termin związania ofertą

zamieszczoną na stronie internetowej przedsiębiorcy. Ze względu na to, na podstawie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23 a w/w ustawy należało orzec, że z dniem 04. 02. 2005r. doszło do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w niniejszym punkcie.

II.

„Złoty Melon” Sp. z o.o. naruszyła art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez stosowanie praktyki polegającej na posługiwaniu się w zasadach działania sklepu internetowego zapisem o następującej treści: „Jeśli natomiast stwierdzicie, że przesłany do Was towar jest niezgodny z Waszym zamówieniem lub posiada wady, przysługuje Wam w terminie 10 dni od odebrania przesyłki, prawo reklamacji” (karta 62). Zapis ten jest sprzeczny z art. 9 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego w związku z art. 10 ust. 1 w/w ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Powołane przepisy stanowią, że kupującemu przysługuje dwumiesięczny termin do wniesienia reklamacji, w przypadku stwierdzenia niezgodności zakupionego towaru z umową, który jest liczony od chwili stwierdzenia niezgodności i termin ten upływa najpóźniej po dwóch latach od wydania towaru kupującemu. Na mocy postanowienia stosowanego przez spółkę „Złoty Melon” doszło do skrócenia terminu do wniesienia reklamacji przewidzianego w obowiązujących aktualnie przepisach prawa do dziesięciu dni. Z uwagi na to, że powyższa praktyka polegająca na posługiwaniu się w umowach z konsumentami postanowieniem niezgodnym z zapisami ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego stosowana była przy zawieraniu umów ze wszystkimi osobami zawierającymi umowy z przedsiębiorcą, doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W związku z powyższym należało uznać, że doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W piśmie z 12. 04. 2005r. przedsiębiorca poinformował, że kwestionowany zapis uległ zmianie z dniem 04. 04. 2005r. (karta 69). Na dowód tego przesłano wydruk zawierający zmieniony zapis regulujący tryb postępowania przewidziany na wypadek, gdy zakupiony towar jest niezgodny z umową. Obecnie spółka stosuje w umowach z konsumentami następujące postanowienie: *„Jeśli natomiast stwierdzicie, że przesłany do Was towar nie jest zgodny z Waszym zamówieniem lub posiada wady, przysługuje Wam prawo reklamacji. Zgodnie z polskim prawem, reklamację musicie do nas zgłosić w czasie nie dłuższym niż 2 miesiące od momentu stwierdzenia niezgodności przesłanego produktu z zamówieniem lub wad, musi to jednak nastąpić nie później niż dwa lata od otrzymania produktu. (...)”* (karta 70), które jest zgodne z wyżej przytoczonymi przepisami tj. z art. 9 ust. 1 i art. 10 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.

Powyższe uzasadnia zastosowanie art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że w przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 23 a tej ustawy oraz, gdy przedsiębiorca zaniechał podejmowania działań powodujących naruszenia, wydaje się decyzję stwierdzającą, że dana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania. Stąd należało orzec, jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

III.

1. Art. 11 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny stanowi, że *Umowa nie może nakładać na konsumenta obowiązku zapłaty ceny lub wynagrodzenia przed otrzymaniem świadczenia*”. Konsumenti zawierający umowy sprzedaży na odległość za pośrednictwem internetu ze spółką „Złoty Melon” mogą dokonać wyboru sposobu płatności spośród możliwości przedstawionych przez przedsiębiorcę, do których należą płatność przy odbiorze towaru (karty 52, 61), przelewem (karty 53, 61) lub kartą (karta 61). W przypadku

wyboru płatności przelewem lub kartą spółka przystępuje do realizacji zamówienia po wpłynięciu pieniędzy na jej konto, co wprost wynika z następującego zapisu zawartego w zasadach zakupu: „(...) *Ale jeżeli wybraliście inną formę płatności – przelew lub karta – to dopiero po wpłynięciu pieniędzy na konto – rozpoczniemy realizację wysyłki. W tych przypadkach – obowiązuje Was więc zapłata z góry. (...)*” (karta 61). Pomimo, iż konsumenci są zobowiązani do zapłaty ceny za zakupiony towar przed jego otrzymaniem, gdy dokonują zapłaty przelewem lub kartą, to jednocześnie mają możliwość wyboru takiej formy zapłaty, która nie łączy się z obowiązkiem dokonywania wpłaty przed otrzymaniem zamówionego towaru (karta 22). W związku z powyższym należało uznać, że nie została spełniona przesłanka określona w art. 11 ust. 1 uoonpk, gdyż spółka nie nakłada na konsumentów bezwzględnego obowiązku zapłaty ceny przed otrzymaniem świadczenia, a obowiązek powstaje tylko wtedy, gdy konsument sam wybierze określoną formę zapłaty, która przewiduje w/w tryb dokonywania czynności wynikających z zawartej umowy.

Na mocy art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli nie zachodzą okoliczności wskazane w art. 23 a w/w ustawy, wydaje się decyzję, w której Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. W uwagi na powyższe koniecznym było stwierdzenie, że praktyka polegająca na zobowiązaniu konsumentów do zapłaty za nabywany towar przed jego otrzymaniem, w przypadku wyboru zapłaty przelewem lub kartą, nie jest w niniejszym przypadku praktyka naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

2. W myśl art. 66¹ § 2 pkt 3 Kodeksu cywilnego, na przedsiębiorcy składającym w postaci elektronicznej ofertę zawarcia umowy spoczywa obowiązek przed zawarciem umowy o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy.

„Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie informowała o powyższym (karty 10, 12), w związku z czym organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że mogło dojść do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w wyniku stosowania bezprawnego działania godzącego w zbiorowe interesy konsumentów.

W toku niniejszego postępowania ustalono, że przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość w ten sposób, że konsumenci po wcześniejszym zalogowaniu się, do czego konieczne jest podanie unikalnego loginu oraz hasła identyfikującego konkretną osobę, zamieszczają wybrane produkty w koszyku, którego zawartość muszą zaakceptować przed wysłaniem zamówienia, a następnie otrzymują za pośrednictwem poczty elektronicznej potwierdzenie zamówienia (karty 47 – 48, 60 - 61). Z uwagi na powyższe doszło do spełnienia przesłanek określonych w art. 66¹ § 4 Kc, który stanowi, że art. 66¹ § 1-3 nie stosuje się, gdy do zawierania umów dochodzi za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zorganizował swoją działalność w ten sposób, że umowy z konsumentami są zawierane z wykorzystaniem formularza wyświetlanego na stronie internetowej spółki o adresie <http://sklepik.wosp.org.pl>. (karty 52 - 53), z wykorzystaniem którego porozumiewać się może z przedsiębiorcą wyłącznie zalogowana osoba, a złożone przez nią zamówienie zostaje przez spółkę potwierdzone za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty 48, 61). Stąd należało uznać, że doszło do spełnienia przesłanek określonych w art. 66¹ § 4 Kc, z uwagi na co, w tym przypadku nie spoczywa na przedsiębiorcy obowiązek informowania drugiej strony umowy przed jej zawarciem o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie jej treści. Działanie podejmowane przez spółkę „Złoty Melon” nie nosi znamion bezprawności, a więc nie doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli nie zachodzą okoliczności wskazane w art. 23 a w/w ustawy, wydaje się decyzję, w której Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

Dnia 04. 02. 2005r. spółka na swojej stronie internetowej o adresie <http://sklepik.wosp.org.pl> zamieściła zapis o treści: „Dane wszystkich klientów i zamówień są utrwalane w postaci cyfrowej na serwerach naszego sklepiku (od razu wyjaśniamy, iż w zakresie zabezpieczenia fizycznego tych danych korzystamy z usług doświadczonej i profesjonalnej firmy hostingowej, która stosuje specjalne i zaawansowane rozwiązania, dając bardzo wysokie gwarancje bezpieczeństwa), a także w postaci wydruków, które archiwizowane są w siedzibie firmy. Każdy kupujący otrzyma w przesyłce, razem z zamówionymi przez siebie produktami, dokładny wydruk potwierdzający zamówienie. Oprócz tego każdy z Was może obejrzeć treść i status wszystkich swoich zamówień oraz każdego z osobna po zalogowaniu się na swój profil (szukajcie wtedy po lewej stronie menu "Twoje dane"). Tam też możecie zmieniać wszystkie swoje dane dotyczące adresów wysyłki, numerów telefonów itd.” (karty 42 – 44). Powyższa informacja wskazuje na sposób zabezpieczania treści zawartej z konsumentem umowy oraz określa, w jaki sposób konsument może w każdej chwili sprawdzić historię dokonanych przez siebie czynności. Choć obowiązek przekazywania powyższych informacji nie spoczywa na przedsiębiorcy, który zawiera z konsumentami umowy w sposób określony w art. 66¹ § 4 Kc, to stosowanie praktyki polegającej na informowaniu kupujących o sposobach utrwalania i zabezpieczania treści zawieranej umowy należy uznać za praktykę sprzyjającą pewności obrotu oraz ochronie interesów konsumentów.

3. Art. 66¹ § 2 pkt 5 Kodeksu cywilnego nakłada na przedsiębiorców składających oferty w postaci elektronicznej obowiązek poinformowania drugiej strony w sposób jednoznaczny i zrozumiały o językach, w których umowa może być zawarta. Organ antymonopolowy ustalił, że „Złoty Melon” Sp. z o.o. nie informowała o powyższym (karty 9, 11, 22). Jednocześnie ustalono, że „Złoty Melon” Sp. z o.o. zawiera umowy wyłącznie na terytorium Polski (karty 15, 22, 43). Art. 7 ust. 1 ustawy z 7 października 1999 r. o języku polskim (Dz. U. Nr 90, poz. 999 ze zm.) stanowi, że „Na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej w obrocie z udziałem konsumentów oraz przy wykonywaniu przepisów z zakresu prawa pracy używa się języka polskiego, jeżeli:

1) konsument lub osoba świadcząca pracę ma miejsce zamieszkania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej w chwili zawarcia umowy oraz

2) umowa ma być wykonana lub wykonywana na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej”. W związku z tym, że w przypadku umów sprzedaży zawieranych przez spółkę „Złoty Melon” za pośrednictwem strony internetowej <http://sklepik.wosp.org.pl>, w każdym przypadku zostanie spełniona przynajmniej jedna z w/w przesłanek tj. przesłanka określona w art. 7 ust. 1 pkt 2 ustawy o języku polskim, wszystkie umowy „Złotego Melona” Sp. z o.o. z konsumentami muszą być zawarte w języku polskim. Ponadto na mocy art. 66¹ § 4 Kc obowiązkowi informowania przed zawarciem umowy nie podlegają ci przedsiębiorcy, którzy zawierają z konsumentami umowy za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. W niniejszym przypadku zostały spełnione przesłanki określone w w/w art. 66¹ § 4 Kc, gdyż do zawarcia umowy pomiędzy spółką a konsumentem dochodzi w wyniku przesłania przez konsumenta wypełnionego formularza zamieszczonego na stronie internetowej przedsiębiorcy (karty 52 - 53), co następnie zostaje potwierdzone za pośrednictwem poczty elektronicznej (karta 48).

Art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. By dana praktyka mogła zostać uznana za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów muszą więc zostać spełnione dwie następujące przesłanki: działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne oraz musi ono naruszać interesy ogółu konsumentów. W przypadku, gdy nie zachodzą okoliczności określone w art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zastosowanie znajduje art. 23 d tej ustawy, który stanowi, że w przypadku, gdy nie zachodzą w/w okoliczności, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Z uwagi na powyższe należało orzec, że praktyka polegająca na nieinformowaniu o językach, w

których może zostać zawarta umowa, w niniejszym przypadku nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

4. „Złoty Melon” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie informuje konsumentów o stosowanych kodeksach etycznych (karty 10, 12), wbrew zapisowi art. 66¹ § 2 Kc, który nakłada na przedsiębiorcę składającego ofertę w postaci elektronicznej obowiązek poinformowania drugiej strony umowy o kodeksach etycznych, które stosuje, oraz o ich dostępności w postaci elektronicznej. W niniejszym przypadku praktyka ta nie prowadzi jednak do naruszenia art. 66¹ § 2 pkt 6 kc, gdyż na mocy art. 66¹ § 4 kc spod regulacji art. 66¹ § 2 kc wyłączono przypadki, gdy umowy zawierane są za pośrednictwem poczty elektronicznej albo podobnych środków porozumiewania się na odległość. Do zawarcia umowy sprzedaży z spółką „Złoty Melon” dochodzi w wyniku złożenia przez konsumenta oświadczenia woli z wykorzystaniem środka indywidualnego porozumiewania się na odległość podobnego do poczty elektronicznej (karty 52 – 53), jakim jest formularz zamieszczony na stronie internetowej spółki o adresie <http://sklepik.wosp.org.pl>, przesyłanym przedsiębiorcy po jego wypełnieniu. Przyjęcie przedmiotowego zamówienia zostaje potwierdzone przez spółkę za pośrednictwem poczty elektronicznej (karta 48). Ponadto należy zauważyć, że „Złoty Melon” Sp. z o.o. nie stosuje przy zawieraniu z konsumentami umów na odległość za pośrednictwem internetu żadnych kodeksów etycznych (karta 22).

Z uwagi na powyższe należało orzec, że działanie podejmowane przez spółkę „Złoty Melon”, polegające na nieinformowaniu o stosowanych kodeksach etycznych, nie nosi znamion bezprawności, a więc nie narusza art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Na mocy art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, gdy nie zostały spełnione przesłanki określone w art. 23 a w/w ustawy, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Stąd należało orzec, jak w pkt III 4 sentencji niniejszej decyzji.

IV.

Zgodnie z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 72 ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty tego postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez „Złotego Melona” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania organ antymonopolowy w punkcie I i II sentencji niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością „Złoty Melon” kosztami postępowania w wysokości 41 zł (słownie: czterdzieści jeden złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

Na postanowienie zawarte w punkcie IV niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479²⁸ § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje 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 Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszego decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral