



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 5 maja 2005r.

RPZ – 61/10/05/AC

DECYZJA nr RPZ 12/2005

Na podstawie art. 23 e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity - Dz. U. z 2003r., 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 z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje się, że:** działania Jacka Łyżwińskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „Remi” z siedzibą w Warszawie, polegające na niestosowaniu przez przedsiębiorcę gwarancji ochronnych dla konsumentów wynikających z ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) oraz ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), w tym na nie informowaniu konsumentów najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy o:

- a) imieniu i nazwisku przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany (art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny),
- b) kosztach dostawy (art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny),
- c) terminie w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący (art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny),
- d) miejscu i sposobie składania reklamacji (art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny)

stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 2 ustawy, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji

oraz stwierdza się, iż:

Jacek Łyżwiński prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą „Remi” z siedzibą w Warszawie **zaniechał stosowania w/w praktyki.**

Uzasadnienie

Jacek Łyżwiński, zwany dalej „Przedsiębiorcą” prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą „Remi”. Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy jest między innymi sprzedaż towarów za pośrednictwem witryny internetowej www.remi.home.pl.

Zasadą funkcjonowania Przedsiębiorcy w ramach w/w działalności jest składanie oferty zawarcia umowy sprzedaży drogą elektroniczną i przyjmowanie zamówień na konkretne towary drogą elektroniczną.

Umowy zawierane bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają reżimowi ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) zwanej dalej ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów oraz ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144 poz. 1204).

Dnia 19 stycznia 2005r. Prezes Urzędu wszczął z urzędu, na podstawie art. 43 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postępowanie wyjaśniające, mające na celu ustalenie, czy działania Przedsiębiorcy naruszyły przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W dniu 19 stycznia 2005r. dokonano również oględzin witryny internetowej Przedsiębiorcy. Przedsiębiorca nie podawał na stronie internetowej informacji o swoim imieniu i nazwisku, a jedynie wskazywał nazwę pod którą swoją działalność gospodarczą prowadzi – „Remi”. Przedsiębiorca nie podawał również organu, który zarejestrował prowadzoną przez niego działalność gospodarczą, ani numeru pod którym działalność została zarejestrowana. Konsumenti nie byli także informowani o kosztach dostawy towarów i o terminie w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący. Przedsiębiorca nie wskazywał również miejsca i sposobu składania reklamacji.

W dniu 14 lutego 2005 roku na podstawie art. 292 kpc w zw. z art. 81 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ponownie dokonano oględzin witryny internetowej www.remi.home.pl i ustalono, iż Przedsiębiorca zamieścił na witrynie swoje imię i nazwisko oraz nazwę organu, który zarejestrował prowadzoną przez niego działalność gospodarczą wraz z numerem pod którym działalność została zarejestrowana. Przedsiębiorca określił również termin w jakim oferta i informacja o cenie mają charakter wiążący, a nadto zamieścił informację o kosztach dostawy. Sprecyzowano ponadto miejsce i sposób składania reklamacji oraz czas ich rozpatrywania. Przedsiębiorca wskazał, iż reklamacje można składać drogą elektroniczną i telefoniczną i będą rozpatrywane w ciągu 3 dni od ich wpłynięcia.

W związku z dyspozycją art. 100g ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pozwalającego na wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli od końca roku, w którym zaprzestano ich stosowania nie upłynął jeszcze rok, dnia 14 lutego 2005 r., Prezes Urzędu wszczął z urzędu, na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 23a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postępowanie w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W piśmie z dnia 18 kwietnia 2005r., które wpłynęło do Urzędu 21 kwietnia 2005r., Przedsiębiorca poinformował, iż na prowadzonej przez niego witrynie internetowej w dniu 26 lutego 2005r. zostały dokonane odpowiednie zmiany.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.), pismem z dnia 21 kwietnia 2005r, doręczonym w dniu 22 kwietnia 2005r. Przedsiębiorca został poinformowany o możliwości zapoznania się z materiałem dowodowym zgromadzonym w aktach sprawy. W wyznaczonym terminie Przedsiębiorca nie skorzystał z w/w uprawnienia.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Stwierdzenie istnienia przedmiotowej praktyki wymaga spełnienia dwóch przesłanek: bezprawności działania i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. „Zbiorowe interesy konsumentów” to prawa nieograniczonej liczby konsumentów, nie stanowią przy tym sumy indywidualnych interesów dających się określić, nawet licznej, grupy konsumentów.

W art. 23a ust. 2 ww. ustawy zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten nawiązuje między innymi do czynów nieuczciwej konkurencji, stosowania klauzul wpisanych do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oraz szeroko ujmowanego przysługującego konsumentowi prawa do informacji.

Bezprawność, do której odwołuje się ustawodawca, oznacza sprzeczność z prawem, a także z zasadami współzycia społecznego oraz z dobrymi obyczajami. Stanowisko takie znajduje oparcie w uzasadnieniu projektu rządowego ustawy nowelizacyjnej z dnia 5 lipca 2002r. (Dz. U. nr 129, poz. 1102), która wprowadziła do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z którym „same przepisy art. 23a – 23d ustawy nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, ale także zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów.”

W odniesieniu do działań Przedsiębiorcy, polegających na obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, ich bezprawność można wywieść zarówno z przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, jak i z zasad współzycia społecznego oraz z dobrych obyczajów obowiązujących przedsiębiorcę w obrocie konsumenckim.

Obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w art. 23a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stanowi jedną z generalnych zasad prawa umów. Zasada ta wynika z obowiązku lojalnego kontraktowania, który można wyprowadzić m.in. z treści art. 354 k.c. Wymaga podkreślenia, iż kryteria słuszności kontraktowej doznają szczególnego zaostrożenia w przypadku obrotu konsumenckiego, uwzględniając postulat ochrony słabszej strony umowy. Konsumentom, których pozbawia się dostępu do informacji i wiedzy, w sposób istotny ogranicza się wolność podejmowania świadomych decyzji rynkowych. Obowiązek informowania obejmuje każde stadium kontraktowe. Uczciwość obrotu nakazuje ponadto udostępnienie konsumentom wszystkich tych informacji, które są niezbędne dla dokonania świadomego, opartego na prawdziwych, rzetelnych i pełnych informacjach wyboru, co do związania się określonym kontraktem.

Obowiązek przedsiębiorcy w zakresie udzielania informacji nabiera szczególnego znaczenia w przypadku umów zawieranych na odległość. Niebezpieczeństwa związane z brakiem jednoczesnej obecności kontrahentów polegają na utrudnieniu partycypacji

konsumenta we współpracy kontraktowej, utrudnieniu zapoznania się z przedmiotem świadczenia, a także na utrudnieniu realizacji odpowiedzialności za niewykonanie (nienależyte wykonanie) umowy.

Szeroko ujęty obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. Udzielanie informacji przez przedsiębiorcę powinno następować w sposób nieprzymuszony, samorzutnie, nie zaś ograniczać się do umożliwiania konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta.¹ Momentem granicznym udzielenia konsumentowi informacji jest złożenie propozycji zawarcia umowy. W „handlu elektronicznym” następuje to przez podanie tych informacji w witrynie internetowej, w taki sposób, że każdy może się z nimi zapoznać, są bowiem one integralną częścią informacji handlowej *sensu stricto* albo samej oferty.

Przedsiębiorca nie podawał na stronie internetowej informacji o swoim imieniu i nazwisku, a jedynie wskazywał nazwę pod którą swoją działalność gospodarczą prowadzi – Firma handlowa „Remi”. Zgodnie z art. 43² kc przedsiębiorca działa pod firmą, natomiast firmą osoby fizycznej jest jej imię i nazwisko, co nie wyklucza włączenia do firmy dowolnie obranych określeń (art. 43⁴ kc). Bezprawność działania Przedsiębiorcy w tym przypadku polegała na naruszeniu przepisu art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe działanie należy kwalifikować jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów w tym przypadku było oczywiste, gdyż brak tych informacji mógł uniemożliwiać, a już z pewnością znacznie utrudniać konsumentom realizację ich praw, związanych na przykład z wnoszeniem przeciwko Przedsiębiorcy pozwu. W takiej sytuacji konieczne jest bowiem prawidłowe oznaczenie pozwanego. Dodatkowo Przedsiębiorca nie wskazując organu, który zarejestrował prowadzoną przez niego działalność gospodarczą oraz nie podając numeru, pod którym działalność ta została zarejestrowana, uniemożliwiał konsumentom uzyskanie pełnej informacji zawartej we wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, w tym informacji o imieniu i nazwisku Przedsiębiorcy.

Przedsiębiorca nie określał również kosztów dostawy zamówionych towarów do konsumenta. Stanowiło to naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, zgodnie z którym konsument winien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o kosztach dostawy zamówionego produktu. W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe działania należy kwalifikować jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, gdyż nie byli oni w sposób należyty informowani o globalnych kosztach związanych z zakupem towaru, co utrudniało im podjęcie racjonalnej decyzji co do dokonania zakupu.

Przedsiębiorca nie informował ponadto konsumentów o terminie w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący. Z uwagi na treść art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów działanie takie należało uznać za niezgodne z prawem. Również w tym przypadku naruszenie zbiorowych interesów konsumentów było niewątpliwe, gdyż nie byli oni w sposób należyty informowani o okresie, w którym oferta oraz informacja o cenie utrzymują wiążący charakter, co utrudniało im podjęcie racjonalnej decyzji co do dokonania zakupu.

Przedsiębiorca nie wskazywał także na miejsce i sposób składania reklamacji oraz tryb postępowania reklamacyjnego co było niezgodne z przepisami art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Naruszało to zbiorowe interesy konsumentów, gdyż

¹ E. Łętowska, *Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz*, wyd. C.H. Beck, Warszawa 2001, str. 57

nie byli oni w sposób należyty informowani o zasadach realizacji ustawowo zagwarantowanych im uprawnień.

Do stwierdzenia stosowania przedmiotowych praktyk niezbędne jest wykazanie, iż bezprawne działanie przedsiębiorcy godzące w interes konsumentów dotyczyło tzw. zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesów nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zidentyfikować tzn. aktualnych, a zwłaszcza potencjalnych klientów Przedsiębiorcy. Specyfika działalności prowadzonej przez Przedsiębiorcę przejawia się m.in. w tym, że oferta przedstawiona w Internecie trafia do nieograniczonego kręgu konsumentów.

W toku postępowania ustalono, iż Przedsiębiorca zaniechał stosowania w/w praktyk i dostosował swoją witrynę do wymogów prawa. Pismem z dnia 18 kwietnia 2005r., które wpłynęło do Urzędu 21 kwietnia 2005r., Przedsiębiorca poinformował, że z dniem 26 lutego 2005r. dokonał ostatecznej modyfikacji swojej witryny. W związku z powyższym, jak również z faktem, iż Urząd dokonując oględzin witryny internetowej www.remi.home.pl w dniu 14 lutego 2005r. ustalił, iż Przedsiębiorca dostosował witrynę do wymogów prawa, należy uznać, że najpóźniej z dniem 26 lutego 2005r. Przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z dyspozycją art. 23e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

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

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Edward Stawicki

Otrzymuje :

- Jacek Łyżwiński „Remi”
ul. Sobieskiego 72B
02 – 930 Warszawa