



**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, 23 maja 2005 r.

RWR 61-20/05/JM

DECYZJA Nr 32/2005

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 I. 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 **Agnieszce i Ryszardowi Bonikowskim**, prowadzącym działalność gospodarczą, w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, pod nazwą **STUDIO SPORT Sklep Sportowy Agnieszka i Ryszard Bonikowscy**, ul. Broniewskiego 71, 01-865 Warszawa

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie ww. przedsiębiorcy, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.sport-studio.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,
2. brak informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki,
3. brak określenia sposobu rozstrzygnięcia reklamacji,
4. brak określenia terminu odpowiedzi na reklamację,
5. brak określenia w regulaminie rodzaju i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną,
6. 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 lutego 2005 r.

II. 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 I. 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 **Agnieszce i Ryszardowi Bonikowskim**, prowadzącym działalność gospodarczą, w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, pod nazwą **STUDIO SPORT Sklep Sportowy Agnieszka i Ryszard Bonikowscy**, ul. Broniewskiego 71, 01-865 Warszawa

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie ww. przedsiębiorcy, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.sport-studio.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
 2. brak określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy,
 3. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
- i stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 16 marca 2005 r.

UZASADNIENIE

I.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.sport-studio.pl, należącej do Agnieszki i Ryszarda Bonikowskich, prowadzących działalność gospodarczą, w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, pod nazwą STUDIO SPORT Sklep Sportowy Agnieszka i Ryszard Bonikowscy, ul. Broniewskiego 71, 01-865 Warszawa, 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 60/2005 z dnia 31 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 Agnieszkę i Ryszarda Bonikowskich, prowadzących działalność gospodarczą, w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, pod nazwą STUDIO SPORT Sklep Sportowy Agnieszka i Ryszard Bonikowscy, ul. Broniewskiego 71, 01-865 Warszawa, obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.sport-studio.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,

2. brak informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki,
3. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
4. brak określenia sposobu rozstrzygnięcia reklamacji,
5. brak określenia terminu odpowiedzi na reklamację,
6. brak określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy,
7. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
8. brak określenia w regulaminie rodzaju i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną,
9. 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 37/2005 z dnia 26 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.sport-studio.pl,
2. sygn. RWR 402-22/04/JM tj. zaświadczenie o wpisie do ewidencji gospodarczej nr 41348 i 41355

(Dowód: karta nr 2, 4, 5)

4. W odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca w pismach z dnia 14 lutego 2005 r. i 16 marca 2005 r.. (daty wpływu) podał, iż dokonał zmian na stronie internetowej sklepu. W załączeniu do każdego z ww. pism nadesłał wydruk ze strony internetowej witryny www.sport-studio.pl, zawierający naniesione zmiany.

(Dowód: karta nr 17-18, 25-30)

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

1. Agnieszka i Ryszard Bonikowscy zostali wpisani do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonych przez Prezydenta miasta stołecznego Warszawy pod numerami 9971 i 9966. Przedmiotem ich działania jest m.in. sprzedaż detaliczna artykułów sportowych.

(Dowód: karta nr 13, 14)

2. Za pośrednictwem strony internetowej www.sport-studio.pl ww. prowadzą sprzedaż sprzętu sportowego. Z jej oferty korzystać mogą zarówno osoby fizyczne (konsumenci), jak też przedsiębiorcy.

Warunkiem dokonania zakupu jest złożenie zamówienia za pomocą prawidłowo wypełnionego, dostępnego na stronie formularza i przesłanie go do sprzedawcy za pośrednictwem internetu. Przedsiębiorca pocztą elektroniczną lub telefonicznie potwierdza konsumentowi złożenie zamówienia.

(Dowód: karta nr 6)

3. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym przedsiębiorcy oraz zgłaszania reklamacji uregulowane są na stronie internetowej „Regulamin”.

(Dowód: karta nr 6-7)

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 4, 6-7)

5. W trakcie trwania postępowania dowodowego przedsiębiorca podał, iż w dniu 11 lutego 2005 r. dokonał zmian w regulaminie, załączając jego tekst. Przesłane wydruki regulaminu nie zostały przez przedsiębiorcę poświadczone za zgodność z oryginałem. Zatem, na mocy art. 46 ustawy o ochronie (...), nie stanowią dowodu w prawie. Niemniej jednak Prezes Urzędu, w ramach prowadzonego postępowania, porównał je z tekstem regulaminu znajdującego się na stronie internetowej www.sport-studio.pl stwierdzając, iż dokonano w nim następujących wpisów:

- ad. zarzutu w sprawie braku informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą:

REGON: 011286284

Zarejestrowany przez Urząd Miasta Stołecznego Warszawy, Biuro Działalności Gospodarczej i Zezwoleń Delegatura w Dzielnicy Bielany ul. Skalbmierska 13 01-844 Warszawa, pod numerami 9966 oraz 9971

- ad. zarzutu w sprawie braku informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki

*Ceny towarów znajdujących się w **STUDIO SPORT** wyrażone są w złotych polskich i zawierają 22% podatek VAT (wyjątek stanowią buty dziecięce do 23cm 7% VAT). Ceny nie uwzględniają kosztów dostawy zamówienia.*

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

Dokładamy wszelkich starań aby ceny były aktualizowane na bieżąco. Zastrzegamy jednak możliwość zmiany ceny już po złożeniu zamówienia, w takim przypadku klient zostanie niezwłocznie poinformowany o zaistniałej sytuacji drogą e-mailową lub telefoniczną.

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia sposobu i terminu rozstrzygnięcia reklamacji
Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych, powstałych podczas transportu będą rozpatrywane w przypadku dokonania zgłoszenia e-mailem bądź telefonicznie w ciągu 3 dni od daty otrzymania przesyłki.

STUDIO SPORT rozpatrzy reklamację w terminie 14 dni, od daty jej otrzymania. Reklamacje przyjmujemy w siedzibie firmy. Towar należy dostarczyć osobiście lub wysłać na koszt sklepu (przesyłka musi mieć wyraźne oznaczenie "REKLAMACJA"). Towar po rozpatrzeniu reklamacji towar będzie odesłany na koszt sklepu.

[Druk zgłoszenia reklamacyjnego do pobrania.](#) Wypełniony druk zgłoszenia reklamacyjnego należy dołączyć do reklamowanego towaru.

O decyzji w sprawie rozpatrzenia reklamacji klient zostanie niezwłocznie powiadomiony e-malowo lub telefonicznie.

Zgłoszenie reklamacyjne

Sporządzone w dniuw Studio Sport Sklep Sportowy ul. Broniewskiego 71 01-865 Warszawa sklep internetowy www.sport-studio.pl tel. 0 22 669-28-08, sklep@sport-studio.pl

1. Imię i nazwisko reklamującego oraz telefon kontaktowy.....
2. Adres
3. Data nabycia towaru.....nr dowodu zakupu.....
4. Nazwa towaru.....
5. Ilość zakwestionowanego towaru.....cena detaliczna.....
ogólna wartość towaru (ilość x cena detaliczna).....
6. Przedłożony dowód sprzedaży (paragon/ faktura).....
7. Dokładne wymienienie wad.....
8. Kiedy i w jakich okolicznościach zostały stwierdzone.....
9. Żądanie reklamującego

10. Reklamacja zostanie załatwiona w terminie 14 dni od daty otrzymania przesyłki przez sklep, po dokonaniu oględzin towaru przez rzeczoznawcę (zgodnie z Art.8.3 Ustawa z dnia 27.07.2002)

11. Towar przyjęto do depozytu (wypełnia sklep).....

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia w regulaminie rodzaju i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną

Sklep prowadzi sprzedaż detaliczną oraz hurtową sprzętu sportowego w siedzibie firmy oraz przez Internet.

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia 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:

Wymagania techniczne korzystania z usług sklepu Internetowego

- *Dostęp do internetu*
- *Graficzna przeglądarka Internetowa w wersji przynajmniej 5.0, obsługująca CSS, JavaScript oraz akceptująca cookies tymczasowe.*
- *Rozdzielczość ekranu minimum 800x600*

Klientów korzystających z usług sklepu zobowiązuje zakaz dostarczania treści o charakterze bezprawnym. Zamówienia o takiej treści nie będą realizowane.

(Dowód: karta nr 17-20)

6. Natomiast w piśmie z dnia 21 marca 2005 r. (data wpływu) podał, iż regulamin z dniem 16 marca 2005 r. został uzupełniony o następujące wpisy:

- ad. zarzutu w sprawie braku informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki

Przy każdym towarze podano informację, iż znajdująca się przy nim cena jest ceną brutto

- ad. zarzutu w sprawie braku określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz braku określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy

*Z chwilą złożenia zamówienia dochodzi do zawarcia pomiędzy **STUDIO SPORT** i Klientem umowy sprzedaży towaru lub usługi wymienionych w zamówieniu. Wzór umowy do przeczytania lub wydrukowania. Treść zawartej umowy w formie pisemnej zostanie przesłana wraz z zamówionym towarem.*

Jednocześnie podał, iż uwzględniając sugestie Prezesa Urzędu zawarte w piśmie z dnia 4 marca 2005 r., dokonał zmiany treści wpisu dot. terminu związania ofertą, w brzmieniu : *Cena podana przy każdym towarze jest wiążąca z chwilą złożenia przez Klienta zamówienia. W przypadku niemożności spełnienia przez **STUDIO SPORT** świadczenia o właściwościach zamówionych przez Klienta z powodu wyczerpania się partii towaru, **STUDIO SPORT** zastrzega sobie prawo do zwolnienia z zobowiązania poprzez odstąpienie od umowy lub zaproponowanie świadczenia zastępczego w postaci produktu z tej samej grupy, tej samej jakości, w tej samej cenie. O zaistniałych okolicznościach klient zostanie niezwłocznie poinformowany drogą telefoniczną lub elektroniczną. Warunkiem wykonania świadczenia zastępczego jest zgoda klienta wyrażona pisemnie.*

Na potwierdzenie swojego oświadczenia przedsiębiorca przysłał tekst regulaminu ze wszystkimi zmianami.

(Dowód: karta nr 24-27)

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.sport-studio.pl.

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie: „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie 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.sport-studio.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 ciążą 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 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*”,
3. rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży, zwane dalej „*rozporządzeniem*”.

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)).

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży w § 7 pkt 1 stanowi, iż sprzedawca reklamując towar w handlu elektronicznym powinien uwidocznić jego cenę jednostkową oraz datę lub termin obowiązywania podanej ceny. Zgodnie zaś z pkt 4 tego paragrafu, w przypadku zamawiania przez kupującego towaru przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość w rozumieniu przepisów o świadczeniu usług teleinformatycznych i handlu elektronicznym, przedsiębiorca powinien zakomunikować konsumentowi cenę wraz z opłatami dodatkowymi za dostarczenie towaru i za połączenie. Informacje te powinny być podane przez przedsiębiorcę przed sporządzeniem umowy w sposób niebudzący wątpliwości zamawiającego (konsumenta).

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.

Na podstawie **art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o prawach konsumentów** przedsiębiorca winien na witrynie swojego sklepu internetowego zamieścić numer REGON oraz oznaczenie organu, który zarejestrował jej działalność gospodarczą. Brak tych danych uchybia obowiązkowi udzielenia konsumentowi rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Brak informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki stanowi naruszenie **art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o prawach konsumentów oraz § 7 pkt 1 i pkt 4 rozporządzenia**.

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

Art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną zobowiązuje przedsiębiorcę do określenia w regulaminie trybu postępowania reklamacyjnego. Zatem nie podanie sposobu rozstrzygnięcia reklamacji i terminu odpowiedzi na reklamację stanowi naruszenie tego przepisu prawnego.

Naruszeniem **art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1** ww. ustawy, jest brak określenia zasad oraz sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy, a także brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi jej treści.

Brak określenia w regulaminie rodzaju i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną uchybia dyspozycji **art. 8 ust. 3 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną**.

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.sport-studio.pl stanowi sprzeniewierzenie się woli ustawodawcy.

Przeprowadzone w niniejszej sprawie postępowanie dowodowe jednoznacznie wykazało brak ww. zapisów na witrynie sklepu internetowego www.sport-studio.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 oraz rozporządzenia, 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 opisanie działania przedsiębiorcy, naruszające przepisy ustaw o *świadczeniu usług drogą elektroniczną* i o *prawach konsumentów* oraz *rozporządzenia*, niewątpliwie godziło w interes konsumenta i rodziło po jego stronie niekorzystne skutki.

Każdy konsument ma prawo sprawdzić wiarygodność i rzetelność przedsiębiorcy, u którego dokonuje zakupu i uiszcza zapłatę za towar. Brak na witrynie sklepu o numerze REGON przedsiębiorcy oraz o oznaczeniu organu, który zarejestrował działalność gospodarczą, może mu to utrudniać. Podkreślić bowiem należy, iż podawanie przez przedsiębiorcę ww. danych stanowi regułę, na której opiera się praktyka obrotu gospodarczego oraz relacje przedsiębiorców z organami administracji publicznej i z sądami. Zatem zasada ta dotyczy również konsumentów korzystających z usług danego przedsiębiorcy.

Konsument dokonując zakupu określonej rzeczy winien być w sposób jednoznaczny, jasny i czytelny poinformowany o jego cenie jednostkowej. Dlatego też przy danym produkcie powinna być ona uwidoczniiona. Również konsument powinien otrzymać informację, czy jest to cena ostateczna (brutto) tego artykułu, uwzględniająca wszystkie składniki, a w szczególności cła i podatki. Odpowiednie zapisy w tym zakresie przedsiębiorca winien umieścić przy każdym, oferowanym przez siebie do sprzedaży produkcie, jak również w regulaminie. Brak powyższych

danych stawia konsumenta w sytuacji niepewności, czy za zamówiony towar zapłaci kwotę przy nim widniejącą, czy też zostanie ona powiększona np. o podatek VAT lub opłatę licencyjną zwiększającą wartość celną towaru z importu.

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.

Obowiązkiem przedsiębiorcy jest podanie pełnej informacji o trybie postępowania reklamacyjnego, w zakres którego wchodzi termin odpowiedzi na reklamację i sposób jej rozstrzygnięcia. Brak na witrynie sklepu internetowego ww. zapisów stanowi ograniczenie praw konsumenta i w konsekwencji powoduje utrudnienia w dochodzeniu przez niego roszczeń.

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 zasad i sposobu utrwalania, zabezpieczania oraz udostępniania konsumentowi jej treści. Ma to także istotne znaczenie dla konsumenta przy dochodzeniu roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę.

Sprzedawca prowadzący sklep internetowy ma obowiązek wskazać zarówno rodzaj, jak też i zakres swoich usług. Taka informacja jest niezbędna, aby konsument wiedział, czy znajdzie na witrynie sklepu interesujące go towary, czy też straci jedynie czas i pieniądze (koszt połączenia internetowego) szukając produktów, których w sprzedaży nie ma.

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 jego witrynę 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.sport-studio.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.:

a) z dniem 11 lutego 2005 r. ad. zarzutów :

- braku informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,
 - braku informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki
 - braku określenia sposobu rozstrzygnięcia reklamacji,
 - braku określenia terminu odpowiedzi na reklamację,
 - braku określenia w regulaminie rodzaju i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną,
 - braku określenia warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
- (pismo przedsiębiorcy z dnia 14 lutego 2005 r. (data wpływu) – karta nr 11-12 oraz wydruk regulaminu – karty 17-19)

b) z dniem 16 marca 2005 r. ad. zarzutów:

- braku określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
- braku określenia zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy,
- braku określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
(pismo przedsiębiorcy z dnia 21 marca 2005 r. (data wpływu) – karta nr 24 oraz wydruk obowiązującego regulaminu – karty 25-27).

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:

STUDIO SPORT Sklep Sportowy
Agnieszka i Ryszard Bonikowscy
ul. Broniewskiego 71
01-865 Warszawa

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