



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA UOKIK W KRAKOWIE**

RKR-61- 4/14/AGW- /14

Kraków, dnia 10 grudnia 2014 r.

**DECYZJA Nr RKR - 29/2014**

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów bezprawne, godzące w interesy konsumentów działania Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, podejmowaną w związku z proponowaniem nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegającą na stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu [LepszeZakupy.pl](http://LepszeZakupy.pl)” postanowień umownych wpisanych na podstawie art. 479<sup>45</sup> § 2 Kodeksu postępowania cywilnego do Rejestru postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone, tj. postanowień o treści:

1. *„Podstawą reklamacji jest stwierdzenie uszkodzenia przy osobach dostarczających przesyłkę oraz spisanie protokołu niezgodności, zawierającego wyszczególnienie uszkodzeń lub braków oraz datę i godzinę doręczenia. Reklamacje na uszkodzenia mechaniczne, powstałe podczas transportu, nie będą rozpatrywane bez poprawnie wypełnionego protokołu szkody oraz bez fabrycznego opakowania reklamowanego towaru.”* (§ 4 ust. 4 Regulaminu) oraz *„Przyjęcie przez Państwa przesyłki bez zastrzeżeń powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu ubytku lub uszkodzenia mechanicznego. Jeżeli nie wykonają Państwo wspólnie z przewoźnikiem protokołu szkodowego na tą okoliczność w momencie odbioru przesyłki droga reklamacji jest zamknięta.”* (załącznik nr 8 do Regulaminu) oraz *„Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych lub braków w przesyłce będą rozpatrywane tylko w przypadku spisania w obecności przedstawiciela firmy spedycyjnej protokołu szkodowego przy doręczeniu towaru. W takim przypadku Kupujący zobowiązany jest do niezwłocznego kontaktu mailowego lub telefonicznego ze sklepem, nie później jednak niż w ciągu 24 godzin od momentu doręczenia przesyłki (...). Przyjęcie przez Państwa przesyłki bez zastrzeżeń powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu ubytku lub uszkodzenia mechanicznego. Jeżeli nie wykonają państwo wspólnie z kurierem protokołu szkodowego podczas dostarczenia przesyłki na tą okoliczność w momencie odbioru przesyłki droga reklamacji zostanie zamknięta.”* (ALLEGRO załącznik nr 1 do Regulaminu);
2. *„Dokładamy wszelkich starań, aby podane zdjęcie i opisy były w pełni prawidłowe i kompletne. Niestety, nie możemy zagwarantować, że podane dane nie zawierają*

*pomyłek i błędów które jednak nie mogą być podstawą do ewentualnych roszczeń (...)*" (§ 8 ust.1 oraz § 9 ust.1 Regulaminu);

3. *„Wszystkie spory, mogące wyniknąć z tytułu umowy sprzedaży zawartej w sklepie internetowym będą rozstrzygane przez Sąd właściwy dla siedziby sklepu internetowego(...).”* (§ 16 ust. 1 Regulaminu);

- co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **oraz stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 15.12.2013 r.**

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów bezprawne, godzące w interesy konsumentów działania Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, podejmowaną w związku z proponowaniem nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegającą na stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: *„Kupujący ma obowiązek zachować kompletne, nieuszkodzone i oryginalne opakowanie towaru przez 10 dni od momentu zakupu. Sklep nie ma obowiązku przyjmować na zasadzie rękojmi towaru bez kompletnego, uszkodzonego i nieoryginalnego opakowania.”* (§ 8 ust. 10 Regulaminu) oraz *„Zwracany w trybie opisanym w pkt 2 towar zostaje przyjęty przez sklep internetowy tylko wtedy, gdy będzie znajdował się w oryginalnym, nieuszkodzonym opakowaniu, a stan samego towaru pozostanie niezmienny w stosunku do stanu pierwotnego (w jakim otrzymał go Kupujący). Towar nie może nosić śladów użytkowania. Produkt należy odsyłać w oryginalnym opakowaniu oraz w przypadku produktów małowabarytowych w dodatkowym opakowaniu zastępczym. Na opakowaniu nie wolno nic naklejać.”* (§ 9 ust. 4 Regulaminu), co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **oraz stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 15.12.2013 r.**

III. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu – postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów bezprawne, godzące w interesy konsumentów działania Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, podejmowaną w związku z proponowaniem nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu

internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegającą na stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: „Sklep internetowy gwarantuje zwrot kwoty równej wartości zamówienia po odjęciu kosztów transportu oraz w przypadku przesyłki płatnej za pobraniem, kosztów przekazania zapłaty za pobraniem.” (§ 9 ust. 8 Regulaminu), co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **oraz stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 15.12.2013 r.**

- IV. Na podstawie art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 oraz art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

umarza się jako bezprzedmiotowe postępowanie przeciwko przedsiębiorcy Michałowi Świerkowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, w zakresie proponowania nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegające na stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: „Kupujący powinien przesłać listem poleconym (...) Kartę Gwarancyjną otrzymaną z produktem.(...) Podstemplowana Karta Gwarancyjna zostanie odesłana Kupującemu listem na koszt sklepu internetowego.” (§ 7 ust. 3 Regulaminu), tj. pod zarzutem naruszenia art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), a w konsekwencji naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

- V. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów bezprawne, godzące w interesy konsumentów działania Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, podejmowaną w związku z proponowaniem nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegającą na stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: „Zwroty zamówień z tytułu pomyłki klienta. Przy towarze nie otwartym, obciążenie z tytułu pomyłki klienta wynosi 10% wartości zwracanego towaru, ale nie mniej niż 50 PLN za sztukę. W przypadku gdy opakowanie produktu zostało otwarte, naliczone zostanie obciążenie w wysokości 30% wartości produktu ale nie mniej niż 100 PLN za każda

sztukę.” (§ 9 ust. 7 Regulaminu), co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **oraz stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 15.12.2013 r.**

VI. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów bezprawne, godzące w interesy konsumentów działania Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, podejmowaną w związku z proponowaniem nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepotwierdzanie konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o:

1. organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
2. terminie dostawy towaru, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
3. prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
4. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);

a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **oraz stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 15.12.2013 r.**

VII. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów bezprawne, godzące w interesy konsumentów działania Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, podejmowaną w związku z proponowaniem nabycia towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepodanie we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, tj.:

1. informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym, co jest niezgodne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b) w związku z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 1422),
  2. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co jest niezgodne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w związku z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 1422),
- a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **oraz stwierdza zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 15.12.2013 r.**

VIII. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nakłada się na przedsiębiorcę Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, kary pieniężne w następujących wysokościach:

1. 9.906 zł (słownie: dziewięć tysięcy dziewięćset sześć złotych) płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu określonego w pkt II sentencji decyzji;
2. 9.906 zł (słownie: dziewięć tysięcy dziewięćset sześć złotych) płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu określonego w pkt III sentencji decyzji;
3. 9.906 zł (słownie: dziewięć tysięcy dziewięćset sześć złotych) płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu określonego w pkt V sentencji decyzji;
4. 9.510 zł (słownie: dziewięć tysięcy pięćset dziesięć złotych) płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu określonego w pkt VI sentencji decyzji;
5. 2.378 zł (słownie: dwa tysiące trzysta siedemdziesiąt osiem złotych) płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu określonego w punkcie VII sentencji decyzji.

IX. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po

przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

obciąża się przedsiębiorcę Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 42,50 zł (słownie: czterdzieści dwa złote pięćdziesiąt groszy), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

## UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura UOKIK w Krakowie (dalej „Prezes UOKIK”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające (RKR-405-1/13/MS) w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z proponowaniem nabycia przez Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze (dalej: „przedsiębiorca”) - towarów oferowanych za pośrednictwem sklepu internetowego działającego pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL” nie naruszono chronionych prawem interesów konsumenta, tj. czy działania przedsiębiorcy były zgodne z przepisami powołanej w sentencji ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm. – zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”).

Uwzględniając ustalenia poczynione w toku postępowania wyjaśniającego, postanowieniem nr RKR-71/2014 z dnia 17.04.2014 r. Prezes UOKIK wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- I. stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowień umownych wpisanych na podstawie art. 479<sup>45</sup> § 2 Kodeksu postępowania cywilnego do Rejestru postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone, tj. postanowień o treści:
  1. „Podstawą reklamacji jest stwierdzenie uszkodzenia przy osobach dostarczających przesyłkę oraz spisanie protokołu niezgodności, zawierającego wyszczególnienie uszkodzeń lub braków oraz datę i godzinę doręczenia. Reklamacje na uszkodzenia mechaniczne, powstałe podczas transportu, nie będą rozpatrywane bez poprawnie wypełnionego protokołu szkody oraz bez fabrycznego opakowania reklamowanego towaru.” (§ 4 ust. 4 Regulaminu) oraz „Przyjęcie przez Państwa przesyłki bez zastrzeżeń powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu ubytku lub uszkodzenia mechanicznego. Jeżeli nie wykonają Państwo wspólnie z przewoźnikiem protokołu szkodowego na tą okoliczność w momencie odbioru przesyłki droga reklamacji jest zamknięta.” (załącznik nr 8 do Regulaminu) oraz „Reklamacje dotyczące uszkodzeń

*mechanicznych lub braków w przesyłce będą rozpatrywane tylko w przypadku spisania w obecności przedstawiciela firmy spedycyjnej protokołu szkodowego przy doręczeniu towaru. W takim przypadku Kupujący zobowiązany jest do niezwłocznego kontaktu mailowego lub telefonicznego ze sklepem, nie później jednak niż w ciągu 24 godzin od momentu doręczenia przesyłki (...). Przyjęcie przez Państwa przesyłki bez zastrzeżeń powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu ubytku lub uszkodzenia mechanicznego. Jeżeli nie wykonają państwo wspólnie z kurierem protokołu szkodowego podczas dostarczenia przesyłki na tą okoliczność w momencie odbioru przesyłki droga reklamacji zostanie zamknięta.” (ALLEGRO załącznik nr 1 do Regulaminu);*

2. *„Dokładamy wszelkich starań, aby podane zdjęcie i opisy były w pełni prawidłowe i kompletne. Niestety, nie możemy zagwarantować, że podane dane nie zawierają pomyłek i błędów które jednak nie mogą być podstawą do ewentualnych roszczeń (...).” (§ 8 ust.1 oraz § 9 ust.1 Regulaminu);*
  3. *„Wszystkie spory, mogące wyniknąć z tytułu umowy sprzedaży zawartej w sklepie internetowym będą rozstrzygane przez Sąd właściwy dla siedziby sklepu internetowego(...).” (§ 16 ust. 1 Regulaminu);*
- co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

II. stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: *„Kupujący ma obowiązek zachować kompletne, nieuszkodzone i oryginalne opakowanie towaru przez 10 dni od momentu zakupu. Sklep nie ma obowiązku przyjmować na zasadzie rękojmi towaru bez kompletnego, uszkodzonego i nieoryginalnego opakowania.” (§ 8 ust. 10 Regulaminu) oraz „Zwracany w trybie opisanym w pkt 2 towar zostaje przyjęty przez sklep internetowy tylko wtedy, gdy będzie znajdował się w oryginalnym, nieuszkodzonym opakowaniu, a stan samego towaru pozostanie niezmienny w stosunku do stanu pierwotnego (w jakim otrzymał go Kupujący). Towar nie może nosić śladów użytkowania. Produkt należy odsyłać w oryginalnym opakowaniu oraz w przypadku produktów małogabarytowych w dodatkowym opakowaniu zastępczym. Na opakowaniu nie wolno nic naklejać.” (§ 9 ust. 4 Regulaminu), co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

III. stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: *„Sklep internetowy gwarantuje zwrot kwoty równej wartości zamówienia po odjęciu kosztów transportu oraz w przypadku przesyłki płatą za pobraniem, kosztów przekazania zapłaty za pobraniem.” (§ 9 ust. 8 Regulaminu), co może być niezgodne z art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

IV. stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: *„Kupujący powinien przesłać listem poleconym (...) Kartę Gwarancyjną otrzymaną z produktem(...) Podstemplowana Karta Gwarancyjna zostanie odesłana Kupującemu listem na koszt sklepu internetowego.” (§ 7 ust. 3 wzorca), co może być niezgodne z art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze*



zm.), a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

V. stosowaniu we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: „Zwroty zamówień z tytułu pomyłki klienta. Przy towarze nie otwartym, obciążenie z tytułu pomyłki klienta wynosi 10% wartości zwracanego towaru, ale nie mniej niż 50 PLN za sztukę. W przypadku gdy opakowanie produktu zostało otwarte, naliczone zostanie obciążenie w wysokości 30% wartości produktu ale nie mniej niż 100 PLN za każda sztukę.” (§ 9 ust. 7 Regulaminu), co może być niezgodne z art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

VI. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepotwierdzanie konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o:

1. organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co może być niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
  2. terminie dostawy towaru, co może być niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
  3. prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co może być niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
  4. miejscu i sposobie składania reklamacji co może być niezgodne z art. 9 ust. 3 w związku z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r., poz. 1225);
- a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

VII. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepodanie we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl” warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, tj.:

1. informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym, co może być niezgodne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b) w związku z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 1422),
2. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co może być niezgodne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w związku z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 1422),

a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.



W dniu 17.04.2014 r. postanowieniem nr RKR-72/2014 zaliczono w poczet dowodów informacje uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym prowadzonym pod sygnaturą RKR-405-1/13/MS.

Odpowiadając na zawiadomienie o wszczęciu postępowania przedsiębiorca pismem z dnia 09.07.2014 r., uzupełnionym pismem z dnia 06.08.2014 r., poinformował, że w dniu 15.12.2013 r. zaprzestał prowadzenia działalności polegającej na sprzedaży za pośrednictwem sklepu internetowego jak i portalu Allegro.pl. Ponadto przedsiębiorca wskazał, że „Regulamin sklepu *LepszeZakupy.pl*” (zwany dalej: „Regulaminem”) w zakresie dotyczącym § 9 został zmieniony w maju 2013 r., a w zakresie § 16 w październiku 2013 r. (odnosi się do punktów I, III oraz VII sentencji postanowienia nr RKR-71/2014 o wszczęciu niniejszego postępowania administracyjnego).

W zakresie punktu II sentencji postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania przedsiębiorca wskazał, że przy sprzedaży wielkogabarytowego AGD, którego rozpakowanie nie jest co do zasady połączone ze zniszczeniem opakowania działanie polegające na zniszczeniu opakowania doprowadza do sytuacji, że pozbawienie wielkogabarytowego towaru AGD opakowania czyni go praktycznie niezbywalnym. Towar taki traktowany jest bowiem przez potencjalnych kupców jako używany, niepełnowartościowy i nie znajduje nabywców. Towar taki (wobec obniżonego popytu na niego) traci na wartości około 30 %. Przedsiębiorca wskazał, że w związku z powyższym nie można uznać, iż konsument w takim wypadku może zwrócić towar w stanie niezmienionym, a jego działania nie mogą zostać zakwalifikowane jako odbywające się w ramach zwykłego zarządu. W opinii przedsiębiorcy uprawnienia wynikające z art. 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nie znajdują w takich przypadkach zastosowania.

Odnosząc się do zarzutu zawartego w punkcie IV sentencji postanowienia o wszczęciu przedsiębiorca wskazał, że kwestionowany zapis dotyczył jedynie sytuacji, w których karta gwarancyjna dostarczona przez producenta znajdowała się wewnątrz zaplombowanego opakowania i nie mogła zostać podstemplowana przez sklep bez naruszenia opakowania. Przedsiębiorca podkreślił, że nie był podmiotem udzielającym gwarancji na oferowane w sprzedaży towary.

W odniesieniu do punktu V sentencji postanowienia o wszczęciu postępowania przedsiębiorca wskazał, że kwestionowany zapis nie dotyczył wypadku zwrotów na podstawie art. 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a jedynie zwrotów w wypadku przekroczenia ustawowego terminu do zwrotu.

Z kolei w zakresie punktu VI sentencji postanowienia przedsiębiorca wskazał, że informacja we wskazanym zakresie była umieszczana w korespondencji elektronicznej kierowanej do konsumentów.

W zakresie zaś punktu VII sentencji decyzji przedsiębiorca poinformował, iż jeszcze przed rezygnacją z prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie sprzedaży internetowej nastąpiła zmiana regulaminu zarówno w sklepie internetowym jak i w ramach działalności prowadzonej przez portal Allegro w zakresie brakujących wpisów.

Pismem z dnia 25.11.2014 r. Prezes UOKiK zawiadomił przedsiębiorcę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz możliwości zapoznania się z aktami sprawy, który z przysługującego nie skorzystał.

### **Prezes UOKiK ustalił, co następuje:**

Uczestnik postępowania Michał Świerk jest przedsiębiorcą wykonującym działalność gospodarczą pod nazwą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, prowadzonej przez Ministra Gospodarki. Przedmiotem działalności gospodarczej firmy jest sprzedaż detaliczna sprzętu elektronicznego prowadzona przez Internet. Przedsiębiorca do 15.12.2013 r. prowadził sprzedaż poprzez sklep działający pod adresem [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portal aukcyjny Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”.

Zasady prowadzenia sprzedaży za pośrednictwem sklepu internetowego [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) określał jego regulamin pod nazwą: „Regulamin sklepu LepszeZakupy.pl”, a zasady sprzedaży za pośrednictwem portalu aukcyjnego Allegro.pl określał dodatkowo dokument pod nazwą „ALLEGRO załącznik nr 1 do Regulaminu”.

W toku postępowania ustalono, że dokonanie zakupów było równoznaczne z akceptacją „Regulaminu sklepu LepszeZakupy.pl”. Konsument składał ofertę kupna określonego towaru poprzez wypełnienie formularza zamówienia. Następnie potwierdzenie zamówienia było wysyłane pocztą elektroniczną lub telefonicznie. Przedsiębiorca umożliwiał dokonanie płatności za zamówione towary w następujący sposób: przelewem bankowym, płatność przy odbiorze (za pobraniem), a przy odbiorze osobistym gotówką lub kartą płatniczą. Dostawa towaru odbywała się przez kuriera, istniała również możliwość osobistego odbioru zakupionego towaru. Wraz z zamówionym towarem klient otrzymywał fakturę VAT potwierdzającą dokonanie zakupu. Przedsiębiorca dostarczył treść e-maila wysyłanego do konsumentów z potwierdzeniem dokonania zakupu.

W sprawie praktyki wskazanej w punkcie I. sentencji decyzji ocenie poddano klauzule umowne, które wyłączały możliwość składania reklamacji w sytuacji odebrania przesyłki bez zastrzeżeń, tj. bez spisania protokołu niezgodności zawierającego wyszczególnienie uszkodzeń lub braków oraz datę i godzinę doręczenia. Przedsiębiorca zastrzegал, że brak takiego protokołu powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu uszkodzeń mechanicznych i droga do składania reklamacji dla konsumenta z tego tytułu jest zamknięta.

W kolejnym postanowieniu przedsiębiorca ograniczał własną odpowiedzialność za sprzedaż produktów niezgodnych z opisem umieszczonym na stronach sklepu, jak również wskazywał sąd właściwy do rozpoznawania ewentualnych sporów między stronami na podstawie miejsca wykonywania działalności gospodarczej.

Do Rejestru postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone zostały wpisane następujące postanowienia:

*- "Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych lub braków powstałych podczas transportu będą rozpatrywane pod warunkiem przyjęcia tego typu reklamacji przez kuriera i sporządzenia przez niego protokołu reklamacyjnego" (wpis nr 1889, dokonany na podstawie wyroku SOKiK z dnia 04.11.2009 r., sygn. akt XVII AmC 1066/09);*

*- „Mimo dołożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane dane techniczne nie zawierają uchybień lub błędów, które nie mogą jednak być podstawą do roszczeń. (pkt*

3 Regulaminu sklepu)" (wpis nr 2751, dokonany na podstawie wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 25.01.2011 r., sygn. akt VI ACa 807/10);

- „Do rozstrzygania sporów wynikających z tej umowy właściwe będą sądy powszechne w Łodzi." (wpis nr 772, dokonany na mocy wyroku SOKIK z dnia 27.03.2006 r., sygn. akt XVII AmC 39/04),

- „W razie sporu Sądem właściwym dla jego rozstrzygnięcia będzie Sąd w Olsztynie" (wpis nr 913, dokonany na mocy wyroku SOKIK z dnia 18.09.2006 r., sygn. akt XVII AmC 91/05),

- „Sądem właściwym do rozpatrywania wszystkich sporów wynikłych z umowy jest sąd siedziby Frontonu." (wpis nr 922, dokonany na podstawie wyroku SOKIK z dnia 17.08.2006 r., sygn. akt XVII AmC 100/05).

W sprawie praktyki wskazanej w punkcie II sentencji decyzji ocenie poddano klauzulę, które nakładały na konsumentów obowiązek zachowania kompletnego i nieuszkodzonego opakowania w przypadku skorzystania z uprawnienia do odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni.

W sprawie praktyki wskazanej w punkcie III sentencji decyzji ocenie poddano klauzulę, która przewidywała, że w sytuacji odstąpienia przez konsumenta od umowy w terminie 10 dni sklep zwraca tylko kwotę równą wartości zamówienia pomniejszoną o koszty transportu oraz kosztów przekazania zapłaty za pobraniem (w przypadku przesyłki płatnej za pobraniem).

W sprawie praktyki wskazanej w punkcie IV sentencji decyzji ocenie poddano klauzulę nakładającą na konsumentów dodatkowe obowiązki i koszty w celu uzyskania karty gwarancyjnej. Przedsiębiorca wymagał, by konsument na własny koszt przesłał gwarancję w celu jej podstemplowania.

W sprawie praktyki wskazanej w punkcie V sentencji decyzji ocenie poddano klauzulę, która uprawnia przedsiębiorcę do pobierania zapłaty odstępnego także w przypadku, gdy konsument odstąpił od umowy w terminie 10 dni.

W zakresie praktyki wskazanej w pkt VI sentencji decyzji, Prezes UOKIK ustalił, że w przypadku sprzedaży, konsument nie otrzymywał od przedsiębiorcy potwierdzenia na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o: organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, terminie dostawy towaru, prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni oraz miejscu i sposobie składania reklamacji.

W zakresie praktyki wskazanej w pkt VII sentencji decyzji, Prezes UOKIK ustalił, iż Regulamin nie zawierał warunków świadczenia usług elektronicznych, tj. informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym oraz wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca.

Przedsiębiorca zaprzestał sprzedaży przez Internet, zarówno za pośrednictwem sklepu [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz portalu aukcyjnego Allegro.pl - za pośrednictwem konta „LepszeZakupyPL”, w dniu 15.12.2013 r.

Na podstawie dokumentu „*Informacja o wysokości dochodu (straty) z pozarolniczej działalności gospodarczej w roku podatkowym 2013*” ustalono, że przychód przedsiębiorcy z tytułu prowadzenia sprzedaży internetowej w 2013 roku wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.

**Mając powyższe ustalenia na uwadze Prezes UOKIK zważył, co następuje:**

### **Interes publiczny**

W pierwszej kolejności konieczne jest ustalenie, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy doszło do naruszenia interesu publicznoprawnego. Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, celem regulacji w niej przyjętej jest zapewnienie rozwoju i ochrony konkurencji, a także podejmowana w interesie publicznym ochrona przedsiębiorców narażonych na stosowanie praktyk ograniczających konkurencję i ochrona interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zatem charakter publicznoprawny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego; w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane jedynie wówczas, gdy na skutek działań sprzecznych z przepisami prawa naruszony został interes publiczny. Ma to miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dn. 24.10.1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90).

Zdaniem Prezesa UOKIK rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli korzystać z usług świadczonych przez przedsiębiorcę. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone było w szeroki krąg uczestników rynku, ponieważ zostało skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych odbiorców świadczonych przez niego usług. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie miało miejsce naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 tej ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.);
- 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22<sup>1</sup> Kodeksu cywilnego w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Uznanie określonego działania przedsiębiorcy za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności.

### **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Zgodnie z przepisem art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm.) przedsiębiorcą jest m.in. osoba fizyczna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż jest osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Zachowanie przedsiębiorcy podlega zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

### **Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 ustawy jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Wskazówki, co do tego, jak należy pojmować zbiorowy interes konsumentów zawarte są natomiast w art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10.04.2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów) wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. W ww. wyroku Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie: „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów” należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka

narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy. Zgodnie z powołanym wyrokiem Sądu Najwyższego przez interes zbiorowy należy rozumieć zatem interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów konieczne jest, żeby działanie przedsiębiorcy było skierowane nie do konkretnej osoby, lecz do grupy adresatów wyodrębnionych za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Działanie o takim charakterze jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa nie tylko w odniesieniu do konkretnych konsumentów, lecz wobec każdego z członków danej zbiorowości. Przy tym zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały rzeczywiście naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Istotne jest to, że przedmiotowe działanie może zagrozić, przynajmniej potencjalnie, interesom pewnego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku.

### **Bezprawność działań**

Ostatnią z przesłanek, jakie należy rozważyć w celu udowodnienia naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność podejmowanych przez przedsiębiorcę zachowań. Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „*muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przyznają obowiązujące przepisy prawa*”<sup>1</sup>.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów<sup>2</sup>. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem<sup>3</sup>.

W art. 24 ust. 2 ww. ustawy ustawodawca wskazał przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego (dalej: „k.p.c.”), naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

<sup>1</sup> Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

<sup>2</sup> Wyrok SOKIK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

<sup>3</sup> Por. wyrok SOKIK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

Katalog ten nie jest jednak wyczerpujący. Ustawodawca posłużył się tutaj terminem „w szczególności”, co oznacza, że ma on charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę określoną w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działań, które naruszyły przepisy innych aktów prawnych. Oprócz praktyk wskazanych bezpośrednio przez ustawodawcę w tej ustawie „za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta. Zdaniem Sądu Najwyższego zachowania takie (...) stanowią bowiem jednocześnie zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów”<sup>4</sup>.

Podkreślenia wymaga także fakt, że bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego<sup>5</sup>. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

### **Ad pkt I sentencji decyzji**

W punkcie I sentencji niniejszej decyzji opisano praktykę polegającą na stosowaniu w obrocie z konsumentami postanowień o następującej treści:

1. *„Podstawą reklamacji jest stwierdzenie uszkodzenia przy osobach dostarczających przesyłkę oraz spisanie protokołu niezgodności, zawierającego wyszczególnienie uszkodzeń lub braków oraz datę i godzinę doręczenia. Reklamacje na uszkodzenia mechaniczne, powstałe podczas transportu, nie będą rozpatrywane bez poprawnie wypełnionego protokołu szkody oraz bez fabrycznego opakowania reklamowanego towaru.”* (§ 4 ust. 4 Regulaminu) oraz *„Przyjęcie przez Państwa przesyłki bez zastrzeżeń powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu ubytku lub uszkodzenia mechanicznego. Jeżeli nie wykonają Państwo wspólnie z przewoźnikiem protokołu szkodowego na tą okoliczność w momencie odbioru przesyłki droga reklamacji jest zamknięta.”* (załącznik nr 8 do Regulaminu) oraz *„Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych lub braków w przesyłce będą rozpatrywane tylko w przypadku spisania w obecności przedstawiciela firmy spedycyjnej protokołu szkodowego przy doręczeniu towaru. W takim przypadku Kupujący zobowiązany jest do niezwłocznego kontaktu mailowego lub telefonicznego ze sklepem, nie później jednak niż w ciągu 24 godzin od momentu doręczenia przesyłki (...). Przyjęcie przez Państwa przesyłki bez zastrzeżeń powoduje wygaśnięcie roszczeń z tytułu ubytku lub uszkodzenia mechanicznego. Jeżeli nie wykonają państwo wspólnie z kurierem protokołu szkodowego podczas dostarczenia przesyłki na tą okoliczność w momencie odbioru przesyłki droga reklamacji zostanie zamknięta.”* (ALLEGRO załącznik nr 1 do Regulaminu);
2. *„Dokładamy wszelkich starań, aby podane zdjęcie i opisy były w pełni prawidłowe i kompletne. Niestety, nie możemy zagwarantować, że podane dane nie zawierają pomyłek i błędów które jednak nie mogą być podstawą do ewentualnych roszczeń (...).”* (§ 8 ust.1 oraz § 9 ust.1 Regulaminu);

<sup>4</sup> Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35

<sup>5</sup> Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001)



3. „Wszystkie spory, mogące wyniknąć z tytułu umowy sprzedaży zawartej w sklepie internetowym będą rozstrzygane przez Sąd właściwy dla siedziby sklepu internetowego(...)” (§ 16 ust. 1 Regulaminu).

Tym samym w niniejszej sprawie konieczna jest ocena, czy stosowane przez przedsiębiorcę wzorce umowne zawierały postanowienia, które zostały wpisane do Rejestru postanowień wzorców umów uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>75</sup> k.p.c.

I.1. W ocenie Prezesa UOKIK postanowienia wskazane w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji należy uznać za tożsame z klauzulą wpisaną do Rejestru o treści:

*„Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych lub braków powstałych podczas transportu będą rozpatrywane pod warunkiem przyjęcia tego typu reklamacji przez kuriera i sporządzenia przez niego protokołu reklamacyjnego”* (wpis nr 1889, dokonany na podstawie wyroku SOKIK z dnia 04.11.2009 r., sygn. akt XVII AmC 1066/09).

Postanowienie to uznane zostało za niedozwolone, ponieważ zawiera zastrzeżenie, że pisemne stwierdzenie uszkodzenia przesyłki w obecności i z udziałem kuriera, jest warunkiem koniecznym do złożenia reklamacji. Zastrzeżenie takie może utrudniać klientom dochodzenie roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową, w szczególności poprzez nałożenie na nich obowiązku sprawdzenia towaru w obecności kuriera i protokolarnego stwierdzenia niezgodności towaru z umową w obecności i z udziałem kuriera.

Tymczasem, zgodnie z art. 9. ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176, ze zm. - dalej: „ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej”) kupujący traci uprawnienia, przysługujące mu w przypadku niezgodności towaru z umową, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie zawiadomi o tym sprzedawcy. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie zawiadomienia przed jego upływem.

Uznając tego rodzaju postanowienia za niedozwolone SOKIK przyjmuje, że uszkodzenia mechaniczne lub braki towaru mogą być „ukryte”, czy też niewidoczne dla nabywcy. Przykładowo może dojść do uszkodzenia mechanicznego wewnątrz produktu, które nie będzie widoczne na zewnątrz. Klient może więc początkowo nie rozpoznać, iż towar posiada defekt, zwłaszcza, że w trakcie jego odbioru od kuriera ma zazwyczaj ograniczone możliwości należytego sprawdzenia stanu zakupionego i dostarczonego towaru. Trzeba bowiem podkreślić, iż pewne uszkodzenia mogą ujawniać się dopiero po użyciu produktu bądź nawet po jego dłuższym użytkowaniu. Pewne awarie mogą wszelako stanowić o niesprawności produktu w ogóle, a inne tylko o jego nieprawidłowościach powodujących wadę towaru. W takiej sytuacji, kiedy defekt nie zostanie rozpoznany od razu przez klienta sklepu, nie zostanie również zgłoszony kurierowi. Nadto kurier może - z różnych przyczyn, np. gdy badanie towaru miałyby długo trwać bądź w wypadku innych obiektywnych okoliczności - odmówić przyjęcia reklamacji lub nie sporządzić protokołu reklamacyjnego. Wówczas brak protokołu reklamacyjnego zdecydowałby o niemożności reklamacji dostarczonego towaru. Nie można wykluczyć sytuacji, w której to protokół nie zostanie sporządzony z winy kuriera (którą będzie bardzo trudno udowodnić), mimo istniejącego zamiaru co do tego po stronie konsumenta.

Dlatego też w opinii Prezesa UOKIK utrudniona procedura reklamacyjna zastrzegająca przedstawienie dokumentów sporządzonych przez osobę trzecią prowadzi do naruszenia dobrych obyczajów oraz interesów konsumentów. Z tego powodu analizowane postanowienie - mimo pewnych różnic semantycznych - jest tożsame z ww. postanowieniem umownym wpisanym do Rejestru pod pozycją 1889 zarówno pod względem treści, stanu faktycznego oraz naruszeń interesów konsumentów.

I.2. W ocenie Prezesa UOKIK postanowienia wskazane w pkt I.2 sentencji niniejsze decyzji należy uznać za tożsame z klauzulą wpisaną do Rejestru o treści:

*„Mimo dołożenia wszelkich starań nie gwarantujemy, że publikowane dane techniczne nie zawierają uchybień lub błędów, które nie mogą jednak być podstawą do roszczeń. (pkt 3 Regulaminu sklepu).”* (wpis nr 2751, dokonany na podstawie wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 25.01.2011 r., sygn. akt VI ACa 807/10).

Postanowienie zamieszczone we wzorcu umownym wykorzystywanym przez przedsiębiorcę, jak i porównywane z nim postanowienie z Rejestru zwalniają przedsiębiorcę z odpowiedzialności za sprzedaż produktów niezgodnych z opisami umieszczonymi na stronach sklepu. W wyroku Sąd Apelacyjny stwierdził, że zapis tego typu pozostaje w sprzeczności z dobrymi obyczajami, rażąco narusza interes konsumentów i jednocześnie jest wyrazem nierzetelnego, lekceważącego traktowania konsumenta. Konsument decydując się na zakup opiera się na publikowanych danych technicznych i oczekuje, że nabyty przez niego za konkretną cenę towar będzie miał właśnie takie cechy. Próba ograniczenia konsumentowi dochodzenia roszczeń za nienależyte wykonanie umowy przesądza w tej sytuacji o zasadności uznania takiego postanowienia za niedozwolone.

Zarówno w kwestionowanej klauzuli jak i w postanowieniu wpisanym do Rejestru zastrzeżono, że nie gwarantuje się, iż publikowane dane są prawidłowe, pomimo dołożenia wszelkich starań. W obu postanowieniach jednakowo stwierdzono, że ewentualne rozbieżności nie mogą stanowić podstaw do wysuwania przeciwko przedsiębiorcy jakichkolwiek roszczeń. Porównywane klauzule jedynie nieznacznie różnią się pod względem językowym, jednakże cele oraz skutki ich zastosowania są całkowicie tożsame. Na tej podstawie należało orzec, że przedsiębiorca stosował w obrocie konsumenckim postanowienie tożsame z klauzulą wpisaną do Rejestru pod numerem 2751, co jest bezprawne.

I.3. W ocenie Prezesa UOKIK postanowienia wskazane w pkt I.3 sentencji niniejszej decyzji należy uznać za tożsame z klauzulami wpisanymi do Rejestru o treści:

*– „Do rozstrzygania sporów wynikających z tej umowy właściwe będą sądy powszechne w Łodzi.”* (wpis nr 772, dokonany na mocy wyroku SOKIK z dnia 27.03.2006 r., sygn. akt XVII AmC 39/04),

*– „W razie sporu Sądem właściwym dla jego rozstrzygnięcia będzie Sąd w Olsztynie”* (wpis nr 913, dokonany na mocy wyroku SOKIK z dnia 18.09.2006 r., sygn. akt XVII AmC 91/05),

*„Sądem właściwym do rozpatrywania wszystkich sporów wynikłych z umowy jest sąd siedziby Frontonu.”* (wpis nr 922, dokonany na podstawie wyroku SOKIK z dnia 17.08.2006 r., sygn. akt XVII AmC 100/05).

SOKIK w powyższych wyrokach uznał, że postanowienia te są niedozwolone, gdyż wskazują jako właściwy sąd w konkretnym miejscu bądź wyznaczony według jednego kryterium w sposób węższy niż wynikający z przepisów k.p.c.. W uzasadnieniu ostatniego

z powołanych wyroków SOKIK podkreślił, że klauzula, która ustala wyłączną właściwość sądu do rozpoznawania ewentualnych sporów wynikających z umowy na podstawie siedziby przedsiębiorcy jest sprzeczna z dobrymi obyczajami. Sąd wskazał, że wyłączenie zasady właściwości ogólnej i przemiennej może stanowić dodatkową dolegliwość dla kupującego, a także ograniczać realizację przysługujących mu uprawnień. Tej treści klauzule naruszają, zdaniem SOKIK, art. 385<sup>1</sup> § 1 k.c.

W ocenie Prezesa UOKIK, zakwestionowane postanowienie mieści się w hipotezach ww. klauzul niedozwolonych. Postanowienie to ogranicza konsumentowi, jak i przedsiębiorcy możliwość wyboru sądu innego niż wskazany, który zgodnie z przepisami k.p.c. należy uznać za właściwy do rozstrzygnięcia sporu powstałego na tle wiążącej ich umowy. Postanowienie to może godzić w interesy zwłaszcza tych konsumentów, którzy mają miejsce zamieszkania poza siedzibą przedsiębiorcy, poprzez wyłączenie możliwości wytoczenia przeciwko nim powództwa przed sądem właściwym według przepisów o właściwości ogólnej, a zatem w miejscu najbardziej dogodnym dla konsumentów. Porównywane klauzule jedynie nieznacznie różnią się pod względem językowym, jednakże cele oraz skutki ich zastosowania są całkowicie tożsame. Na tej podstawie należało orzec, że przedsiębiorca stosował w obrocie konsumenckim postanowienie tożsame z klauzulami wpisanymi do Rejestru pod numerami 772, 913 oraz 922, co jest bezprawne.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienia wzorców umownych uznane za niedozwolone, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> k.p.c., a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy konsumentów, gdyż wskutek stosowania kwestionowanych postanowień pogorszeniu uległa lub też mogła ulec sytuacja ekonomiczna konsumentów. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich ich potencjalnych kontrahentów, którzy mogli zawrzeć umowę poprzez prowadzony przez przedsiębiorcę sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury wzorców, którymi posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Przedsiębiorca wskazał tylko miesiąc zaprzestania kwestionowanej praktyki (nie wskazał konkretnego dnia), nie przedstawił również – pomimo kierowanych do niego wezwań - kopii zmodyfikowanych wzorców umownych umożliwiających weryfikację jego twierdzenia o wcześniejszym zaniechaniu kwestionowanych postanowień. Dlatego też należało przyjąć, iż do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zakwalifikowanej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji doszło z dniem **15.12.2013 r.**, tj. w dniu zaprzestania sprzedaży przez Internet.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes UOKIK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

**Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.**

### **Ad pkt II sentencji decyzji**

W punkcie II sentencji niniejszej decyzji zarzucono przedsiębiorcy stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej w związku z prowadzoną działalnością sprzedaży internetowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206 – dalej: „ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”), poprzez stosowanie następujących postanowień w „Regulaminie sklepu [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl)”:

*„Kupujący ma obowiązek zachować kompletne, nieuszkodzone i oryginalne opakowanie towaru przez 10 dni od momentu zakupu. Sklep nie ma obowiązku przyjmować na zasadzie rękojmi towaru bez kompletnego, uszkodzonego i nieoryginalnego opakowania.” (§ 8 ust. 10 Regulaminu) oraz „Zwracany w trybie opisanym w pkt 2 towar zostaje przyjęty przez sklep internetowy tylko wtedy, gdy będzie znajdować się w oryginalnym, nieuszkodzonym opakowaniu, a stan samego towaru pozostanie niezmienny w stosunku do stanu pierwotnego (w jakim otrzymał go Kupujący). Towar nie może nosić śladów użytkowania. Produkt należy odsyłać w oryginalnym opakowaniu oraz w przypadku produktów małowagarytowych w dodatkowym opakowaniu zastępczym. Na opakowaniu nie wolno nic naklejać.” (§ 9 ust. 4 Regulaminu).*

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W celu wykazania, że zachowanie przedsiębiorcy stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest wykazanie, że mieści się ono w pojęciu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ww. ustawy. Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 ww. ustawy – działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing bezpośrednio lub pośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

W pierwszej kolejności w celu wykazania, że powyższe działanie przedsiębiorcy stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest wykazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 ww. ustawy). W związku z powyższym, zasadne jest dokonanie oceny przesłanki nieuczciwości w kontekście naruszenia dobrych obyczajów oraz możliwości zniekształcenia w sposób istotny zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta (o czym niżej) po zawarciu umowy. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania<sup>6</sup>. W stosunkach z konsumentami „dobry obyczaj” powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów.

---

<sup>6</sup> Pietrzykowski K. (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002, s. 804.

W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy oceniać jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach umów zawieranych na odległość (w okolicznościach niniejszej sprawy umów zawieranych za pośrednictwem sieci Internet) profesjonalista powinien kierować do przeciętnego konsumenta. Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane przez stronę niniejszego postępowania poprzez stosowanie w regulaminie sklepu internetowego [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) postanowień, które nakładały na konsumenta obowiązek zwrotu zakupionego towaru (w sytuacji odstąpienia od umowy) w oryginalnym opakowaniu bez śladów używania.

Na podstawie ww. postanowień konsumenti mogli zostać wprowadzeni w błąd odnośnie obowiązku zwrotu towaru w przypadku odstąpienia od umowy zawartej na odległość tylko w oryginalnym, nieuszkodzonym opakowaniu. Na ich podstawie mogli podejmować decyzję o nieodstąpieniu od zawartych umów z uwagi na zastosowane przez przedsiębiorcę obostrzenia polegające na odesłaniu towaru w nieuszkodzonym opakowaniu. Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów precyzyjnie wskazuje, że nie jest konieczne aby konsument zwracał towar w nieuszkodzonym opakowaniu. Wystarczy bowiem zwrot towaru w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.

Dokonując oceny działań przedsiębiorcy należy mieć na uwadze również art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwych praktyk rynkowych, zgodnie z którym za praktykę rynkową uznaje się działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Stosownie zaś do brzmienia art. 5 ust. 4 ww. ustawy przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji. Interpretując zatem pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd konsumenta, do którego jest skierowana, lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe<sup>7</sup>. Równocześnie art. 5 ust. 3 pkt 4 ww. ustawy stanowi, że wprowadzające w błąd działanie może między innymi dotyczyć praw konsumenta, w tym prawa do odstąpienia od umowy.

Model konsumenta, do którego odnoszą się przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwych praktyk rynkowych został określony jako model przeciętnego konsumenta. Stąd też to w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie przedsiębiorcy w zakresie działań informacyjnych powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. Dlatego też rozważenia wymaga, czy przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd poprzez omawiane informacje zamieszczone w regulaminie sklepu internetowego.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (zwanego dalej jako „TSUE”). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji

---

<sup>7</sup> wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 14.09.2005 r., sygn. akt I ACa 149/05.

niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. To czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. W świetle orzecznictwa TSUE poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany (por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51). Orzecznictwo sądów polskich nie wypracowało natomiast do tej pory ujednoliconej wykładni, która pozwoliłaby na utrwalenie modelu przeciętnego konsumenta. Z jednej strony sądy traktowały konsumenta jako osobę nieuważną i nieświadomą, próbując w ten sposób wyrównać jego szanse w relacji z przedsiębiorcą. Wynikało to ze specyfiki uwarunkowań społeczno-gospodarczych (przemiana z gospodarki uspołecznionej w wolnorynkową) i braku wiedzy konsumenta na temat mechanizmów wolnorynkowych, zwłaszcza co do pozyskiwania klienteli za pomocą reklamy. Z drugiej zaś strony wskazywano także na model konsumenta mocno wyedukowanego, łącząc wysoki standard powinności konsumenta z samym faktem uczestnictwa na coraz bardziej nieprzejrzystym rynku („skoro kupuje, powinien wiedzieć”, „gdyby przeczytał, byłby wiedział”), przy jednoczesnym braku odniesienia tej powinności nie tylko do istniejącej i realizowanej polityki informacyjno-edukacyjnej wobec konsumenta, ale także oceny konkretnych obowiązków w tym zakresie jego kontrahenta<sup>8</sup>. Sąd Najwyższy, podobnie jak TSUE, uznał, iż poziom nasilenia powyższych cech u przeciętnego odbiorcy zależy od rynku, na którym stosowana jest dana praktyka, model przeciętnego odbiorcy dostosowany jest więc do tego, jakiego produktu dotyczą działania marketingowe przedsiębiorcy.

Należy także wskazać, iż w dyrektywie 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dn. 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (...) (Dz.U.UE.L.05.149.22) podkreślono, iż test przeciętnego konsumenta nie jest testem statystycznym. W celu ustalenia typowej reakcji przeciętnego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy lub organy administracyjne muszą polegać na własnej umiejętności oceny. Dokonując stosownych ocen, należy oprzeć się na wiedzy o poziomie percepcji uczestników danego rynku towarów lub usług<sup>9</sup>. Nie jest więc konieczne przeprowadzanie badań wśród grupy przeciętnych konsumentów na okoliczność ustalenia wprowadzania w błąd, gdyż wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny, a jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji<sup>10</sup>. Na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym organ rozstrzygający dokonuje zatem oceny co do wprowadzenia w błąd in abstracto, na podstawie doświadczenia życiowego w oparciu o zobiektywizowany model przeciętnego konsumenta.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 ww. ustawy przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów,

<sup>8</sup> Łętowska E., *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2004, s. 66-67.

<sup>9</sup> zob. I. Wiszniewska, [w:] J. Szwejca (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2000 r., s. 458.

<sup>10</sup> Sieradzka M., *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 92.

przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak m.in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. W przedmiotowej sprawie informacje zawarte w regulaminie sklepu internetowego [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) nie były skierowane do szczególnej grupy konsumentów. Zakupów przez Internet dokonują różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości o otaczającej ich rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Niemniej jednak należy stwierdzić, że przeciętny konsument ma także prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający takie komunikaty – jako profesjonalista – jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

Wprowadzenie w błąd polega w tej sytuacji na zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do uprawnień związanych z zawartą transakcją. Zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega w tym przypadku na rozpowszechnianiu nieprawdziwej informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd, prowadząc do mylnego, czyli niezgodnego z rzeczywistością wyobrażenia o uprawnieniach przysługujących konsumentom po zawarciu umowy, w efekcie czego dochodzi do podjęcia przez nich decyzji gospodarczych, których inaczej by nie podjęli. Wskazywanie w regulaminie sklepu internetowego, że konsument ma prawo do zwrotu towaru tylko w oryginalnym nieuszkodzonym opakowaniu (w przypadku odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni) może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy – w zakresie w jakim przedsiębiorca nakłada na konsumenta obowiązek, by zwracany towar miał nieuszkodzone opakowanie. Zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.

Z treści kwestionowanych postanowień wynika, że zwracany towar, a także jego opakowanie nie mogą posiadać śladów używania. Oznacza to, że towar i jego opakowanie nie może posiadać śladów używania, nawet jeżeli było to konieczne w granicach zwykłego zarządu. Stosowane przez przedsiębiorcę postanowienie mogło w sposób skuteczny zniechęcać przeciętnych konsumentów do skorzystania z przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy, a poprzez to naruszać równowagę pomiędzy stronami kontraktu. Z uwagi bowiem na charakter umów zawieranych na odległość, ustawodawca zdecydował się na przyznanie przedmiotowego uprawnienia, stanowiącego wyjątek od zasady *pacta sunt servanda*, aby chronić słabszych uczestników rynku jakimi są konsumenci. W tym stanie rzeczy w rezultacie wytworzenia się mylnego przekonania o przysługujących im uprawnieniach konsumenci mogli podejmować decyzję o rezygnacji z przyznanych im na podstawie ustawy uprawnień, np. na skutek braku możliwości „zwrotu” towaru w nieuszkodzonym opakowaniu. Istotne jest przy tym to, że takiej decyzji prawdopodobnie by nie podjęli, gdyby nie nieuczciwe działanie przedsiębiorcy (gdyby wiedzieli, że są wprowadzani w błąd).



Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową określoną w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy konsumentów, gdyż wskutek stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej doszło do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów. Zakwestionowana praktyka znacząco ograniczyła konsumentom możliwości odstąpienia od umowy. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli zawrzeć z nim umowy na odległość poprzez ogólnodostępny serwis internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu serwisu internetowego.

Przedsiębiorca nie wskazał precyzyjnej daty zaniechania stosowania przez niego zakwestionowanej praktyki, ani też nie przedstawił – pomimo kierowanych do niego wezwań - kopii zmodyfikowanych wzorców umownych umożliwiających weryfikację jego twierdzenia o wcześniejszym zaniechaniu kwestionowanych postanowień. Dlatego też należało przyjąć, iż do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w punkcie II sentencji niniejszej decyzji doszło z dniem **15.12.2013 r.**, tj. w dniu zaprzestania sprzedaży przez Internet.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes UOKIK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

**Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.**

### **Ad pkt III sentencji decyzji**

W zakresie punktu III sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Regulaminie sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: *„Sklep internetowy gwarantuje zwrot kwoty równej wartości zamówienia po odjęciu kosztów transportu oraz w przypadku przesyłki płatnej za pobraniem, kosztów przekazania zapłaty za pobraniem.”* (§ 9 ust. 3 Regulaminu), co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa UOKIK ww. postanowienie jest sprzeczne z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, który w zdaniu 4 wskazuje, że jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty – niewątpliwie zaś „do przedpłat dokonanych przez konsumenta na rzecz przedsiębiorcy przed odstąpieniem od umowy zawartej na odległość należy również zaliczyć poniesione koszty wysyłki towaru<sup>11</sup>”. Jednocześnie analiza art. 12 ust. 4 ustawy o ochronie

---

<sup>11</sup> Wioleta Baranowska-Zajac, Glosa do wyroku TS z dnia 15 kwietnia 2010 r., C-511/08, opublikowano LEX/El., 2010

niektórych praw konsumentów (a contrario) wskazuje, iż koszty zwrotu towaru ponosi konsument. Uregulowanie art. 7 ust. 3 ww. ustawy należy również interpretować w kontekście z art. 6 ust. 1 zd. 2 Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 97/7/WE z dnia 20 maja 1997 r., dotyczącej ochrony konsumentów w umowach zawieranych na odległość (Dziennik Urzędowy Wspólnot Europejskich Nr L144 z 4 czerwca 1997 r.). Zgodnie z tym przepisem „*Konsument z tytułu wykonywania swego prawa odstąpienia od umowy nie może ponosić żadnych kosztów poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów.*” Powyższe uregulowanie należy również analizować w nawiązaniu do wyroku Trybunału Sprawiedliwości UE z dnia 15 kwietnia 2010 r. (C-511/08), zgodnie z którym, „*Artykuł 6 ust. 1 akapit pierwszy zdanie drugie i art. 6 ust. 2 dyrektywy 97/7 w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość należy interpretować w ten sposób, że stoją one na przeszkodzie stosowaniu uregulowania krajowego, które pozwala dostawcy na obciążenie konsumenta, w umowie zawieranej na odległość, kosztami wysyłki towarów w przypadku wykonania przez tego ostatniego przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy*”. W razie odstąpienia od umowy zawartej na odległość konsument zobowiązany jest ponieść bezpośrednio koszty odesłania towaru do przedsiębiorcy, natomiast przedsiębiorca zobowiązany jest zwrócić konsumentowi zapłaconą przez niego kwotę pieniężną, na którą składają się w szczególności cena towaru oraz koszt wysyłki towaru do konsumenta. Inne uregulowanie stanowiłoby obejście przepisów, zgodnie z którymi konsument z tytułu wykonywania swego prawa odstąpienia od umowy nie może ponosić żadnych kosztów poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów. Zgodnie z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 7 ust. 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował postanowienie, które było sprzeczne z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy konsumentów, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli zawrzeć z nim umowę na odległość. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało z samej natury regulaminu jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Przedsiębiorca wskazał tylko miesiąc zaprzestania kwestionowanej praktyki (nie wskazał konkretnego dnia), nie przedstawił również – pomimo kierowanych do niego wezwań - kopii zmodyfikowanych wzorców umownych umożliwiających weryfikację jego twierdzenia o wcześniejszym zaniechaniu kwestionowanych postanowień. Dlatego też należało przyjąć, iż do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zdefiniowanej w punkcie III sentencji niniejszej decyzji doszło z dniem 15.12.2013 r., tj. w dniu zaprzestania sprzedaży przez Internet.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

**Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.**

#### **Ad pkt IV sentencji decyzji**

Punktem wyjścia dla oceny bezprawności zachowania przedsiębiorcy w zakresie punktu IV sentencji niniejszej decyzji było podejrzenie stosowania przez niego praktyki polegającej na wykorzystywaniu w obrocie z konsumentami postanowienia o treści: *„Kupujący powinien przesłać listem poleconym (...) Kartę Gwarancyjną otrzymaną z produktem.(...) Podstemplowana Karta Gwarancyjna zostanie odesłana Kupującemu listem na koszt sklepu internetowego.”* (§ 7 ust. 3 Regulaminu), co mogło być niezgodne z art. 13 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, a w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania przedsiębiorca wskazał, że kwestionowany zapis dotyczył jedynie sytuacji, w których karta gwarancyjna dostarczona przez producenta znajdowała się wewnątrz zaplombowanego opakowania i nie mogła zostać podstemplowana przez sklep bez naruszenia opakowania. Ponadto przedsiębiorca podkreślił, że nie był podmiotem udzielającym gwarancji na oferowane w sprzedaży towary.

Analiza Regulaminu sklepu internetowego doprowadziła do ustalenia, że w rozdziale „Reklamacja” oprócz kwestionowanego zapisu znajdowały się następujące postanowienia:

- *„Jeżeli produkt objęty jest gwarancją producenta bądź importera, informacja o okresie obowiązywania gwarancji jakości widnieje w opisie produktu na stronie sklepu internetowego. Szczegółowe warunki gwarancji są określone przez gwaranta na karcie gwarancyjnej, którą Kupujący otrzymuje wraz z produktem.”;*
- *„W przypadku odbioru osobistego Karata Gwarancyjna zakupionego towaru jest podstemplowana przez pracowników sklepu internetowego w momencie odbioru towaru przez Kupującego w biurze sklepu.”;*
- *„Sklep internetowy nie jest podmiotem udzielającym gwarancji na oferowane w sprzedaży towary.”*

Zgodnie z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w sprawach nieuregulowanych w tej ustawie do postępowania przed Prezesem UOKiK stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm. – dalej „k.p.a”). Na podstawie przepisu art. 105 § 1 k.p.a., organ administracji państwowej wydaje decyzje o umorzeniu postępowania, gdy z jakiegokolwiek przyczyny stało się ono bezprzedmiotowe. Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów pozwalających na rozstrzygnięcie sprawy co do jej istoty. Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 24.04.2003 r. (sygn. akt III SA 2225/01) stwierdził, że bezprzedmiotowość postępowania oznacza brak któregoś z elementów stosunku materialnoprawnego, skutkującego tym, iż nie można załatwić sprawy przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Jest to orzeczenie formalne, kończące postępowanie bez jego merytorycznego rozstrzygnięcia. Bezprzedmiotowość wynika z przyczyn podmiotowych lub przedmiotowych. Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego to brak przedmiotu postępowania. Tym przedmiotem jest zaś konkretna sprawa, w której organ administracji państwowej jest władny i jednocześnie zobowiązany rozstrzygnąć na podstawie przepisów prawa materialnego o uprawnieniach lub obowiązkach indywidualnego podmiotu.

W przedmiotowej sprawie Prezes UOKIK postawił zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na tym, że konsumentom narzucono obowiązek odsyłania do sklepu kart gwarancyjnych w celu ich podstemplowania i jako podstawę zarzutu wskazano art. 13 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, tj. przepis, który stanowi, że udzielenie kupującemu gwarancji następuje bez odrębnej opłaty. Powyższa procedura mogłaby skutkować stwierdzeniem stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, ale tylko wówczas, gdyby to przedsiębiorca udzielał gwarancji na sprzedawane towary. W niniejszej sprawie przedsiębiorca nie jest gwarantem, a obowiązek wydania dokumentu gwarancyjnego, jaki na nim spoczywa na mocy art. 13 ust. 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej zostaje wypełniony z uwagi na fakt, że konsumenci otrzymują taki dokument razem z dostarczonym produktem. Za racjonalne należy uznać wyjaśnienia przedsiębiorcy, że karta gwarancyjna wystawiana przez producenta była umieszczana wewnątrz opakowania i nie mogła zostać podstemplowana przez sklep bez jego naruszenia. Z kolei przesłanie konsumentowi produktu z naruszonym opakowaniem mogłoby rodzić po jego stronie podejrzenie, że przesłany do niego produkt nie jest w pełni wartościowy (był wcześniej uszkodzony lub stanowi produkt po naprawie).

Biorąc pod uwagę powyższe przesłanki Prezes UOKIK uznał, że brak jest podstaw do stwierdzenia, że stosowana praktyka w zakresie objętym niniejszym postępowaniem jest bezprawna. W związku z faktem, że nie zaistniała przesłanka bezprawności działań przedsiębiorcy, zasadne jest umorzenie postępowania w tym zakresie.

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

#### **Ad pkt V sentencji decyzji**

W zakresie punktu V sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w „Regulaminie sklepu LepszeZakupy.pl” postanowienia o treści: *„Zwroty zamówień z tytułu pomyłki klienta. Przy towarze nie otwartym, obciążenie z tytułu pomyłki klienta wynosi 10% wartości zwracanego towaru, ale nie mniej niż 50 PLN za sztukę. W przypadku gdy opakowanie produktu zostało otwarte, naliczone zostanie obciążenie w wysokości 30% wartości produktu ale nie mniej niż 100 PLN za każda sztukę.”*(§ 9 ust. 7 Regulaminu), co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z ww. uregulowaniem ustawowym konsument może odstąpić od umowy bez podania przyczyn. Może więc odstąpić od umowy zawartej na odległość zarówno wtedy kiedy jest niezadowolony z wybranego produktu, ale również wtedy gdy jest ze swojego wyboru zadowolony, ale na skutek innych okoliczności, jak np. znalezienie takiego samego towaru, ale w niższej cenie w innym sklepie lub gdy po prostu zrezygnował z chęci jego posiadania, takie odstąpienie uzna za wskazane. Zgodnie z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 7 ust. 1 i 3 tej ustawy.

W ocenie Prezesa UOKIK ww. postanowienie jest sprzeczne z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, ponieważ uprawnia przedsiębiorcę do pobierania

odstępnego, także w przypadku, gdy konsument odstępuje od umowy w terminie 10 dni od dnia otrzymania przedmiotu zakupu .

Przedsiębiorca w odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu niniejszego postępowania co prawda wskazuje, że wyżej wymieniony zapis odnosił się tylko do zwrotów w wypadku przekroczenia ustawowego terminu do zwrotu. Zauważyć jednak należy, że kwestionowany zapis znajdował się w rozdziale „Odstąpienie od umowy” i w swej treści nie wskazywał, że nie dotyczył on przypadków odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od dnia otrzymania przedmiotu zakupu .

Konsument mając na uwadze zapis odnośnie możliwości odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny w terminie 10 dni umieszczony w ustępie pierwszym całego rozdziału, a następnie w ustępie siódmym zapis o odstąpieniu z tytułu pomyłki (które wiąże się z poniesieniem kosztów), mógł odnieść mylne wrażenie, że jeśli wskaże jako podstawę do odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni pomyłkę, to w tej sytuacji zostanie obciążony kosztami wskazanymi w kwestionowanym postanowieniu. Ponadto w sytuacji, gdyby okazało się, że towar nie spełnił oczekiwań konsumenta (z uwagi na brak określonych cech) lub gdyby konsument zmienił zdanie co do chęci jego posiadania mógł on uznać to jako pomyłkę ze swojej strony. Konsekwencją takiego stanu rzeczy mogła być rezygnacja z odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od dnia otrzymania przedmiotu zakupu z uwagi na koszty wymienione w kwestionowanym postanowieniu.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosował ww. postanowienie regulaminu, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Przedsiębiorca wskazał tylko miesiąc zaprzestania kwestionowanej praktyki (nie wskazał konkretnego dnia), nie przedstawił również – pomimo kierowanych do niego wezwań - kopii zmodyfikowanych wzorców umownych umożliwiających weryfikację jego twierdzenia o wcześniejszym zaniechaniu kwestionowanych postanowień. Dlatego też należało przyjąć, iż do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zdefiniowanej w punkcie V. sentencji niniejszej decyzji doszło z dniem **15.12.2013 r.**, tj. w dniu zaprzestania sprzedaży przez Internet.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

**Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie V sentencji niniejszej decyzji.**

## **Ad pkt VI sentencji decyzji**

W pkt VI niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie po zawarciu umowy. W tym miejscu należy wskazać, że w art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów sformułowano wymóg, aby potwierdzenie takie zostało sporządzone na piśmie. Z tego punktu widzenia prawnie obojętne jest, w jakim dokumencie (o jakiej nazwie i o jakiej dodatkowej treści) zostaną zamieszczone wymagane prawem informacje. Wymagane jedynie jest, aby po pierwsze stosowne dane były konsumentom przekazywane oraz aby było to czynione w odpowiedniej, a zatem pisemnej formie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia.

Z poczynionych ustaleń faktycznych wynika, iż przedsiębiorca wysyłał konsumentom elektroniczne potwierdzenia zawarcia umowy, w związku z czym ich treść poddano analizie pod kątem zgodności z przepisem art. 9 ust. 3 ww. ustawy. Ich analiza wykazała, że uczestnik postępowania nie dopełniał pewnych spoczywających na nim obowiązków informacyjnych, jakie winny był zrealizować po zawarciu umów.

**VI.1.** W pkt. VI.1 niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą tego przedsiębiorcy oraz numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z poczynionych w toku niniejszego postępowania ustaleń faktycznych wynika, że w wystawianych przez przedsiębiorcę dokumentach potwierdzających okoliczność zawarcia z konsumentami umów sprzedaży, nie podawał on danych dotyczących rejestracji jego działalności. Przedstawione okoliczności świadczą w ocenie Prezesa UOKiK o bezprawności zachowania przedsiębiorcy.

**VI.2.** Kolejna praktyka oceniana w ramach niniejszego postępowania administracyjnego polega na niepotwierdzaniu przez przedsiębiorcę konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie dostawy towaru, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt. 5 ww. ustawy statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru. Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie daje podstawy do przyjęcia, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektował, bowiem żaden z dokumentów wystawianych przez niego konsumentom po zawarciu umowy nie obejmował swym zakresem takich informacji. Powyższe świadczy o tym, że rozważane zachowanie należy uznać, jako bezprawne.

**VI.3.** Kolejna z ocenianych praktyk polega na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie

odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co może zostać uznane za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to może naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów wynika obowiązek podawania konsumentom na piśmie informacji o przysługującym im uprawnieniu do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, w tym przypadku liczonych od dnia odebrania przez konsumenta zamówionego towaru. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego daje podstawy do twierdzenia, że przedsiębiorca nie przekazywał konsumentom na piśmie, po zawarciu z nimi umów, informacji na temat przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy. Informacje na ten temat nie były bowiem zamieszczane w żadnych dokumentach dostarczanych konsumentowi razem z towarem.

**VI.4.** W toku niniejszego postępowania postawiono Przedsiębiorcy zarzut niepotwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co może zostać uznane za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to może naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analiza zgromadzonego materiału dowodowego, wykazała, że przedsiębiorca nie informował konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji. Okoliczność ta świadczy o bezprawności zachowania przedsiębiorcy, które mogło utrudniać skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych i dochodzenie roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru.

Mając na względzie, iż wyżej opisane ustalenia zostały udowodnione uznać należy, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania zarzucanej mu praktyki. Wobec tego za udowodnione należało również uznać w tej sprawie naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę.

Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

W związku z zaprzestaniem sprzedaży przez Internet, Prezes UOKIK wydał decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 15.12.2013 r.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes UOKIK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.



**Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie VI sentencji niniejszej decyzji.**

### **Ad pkt VII sentencji decyzji**

Dwa zarzuty określone w pkt VII sentencji niniejszej decyzji dotyczą niepodawania przez przedsiębiorcę informacji, o których mowa w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Wymienione przepisy nakładają na przedsiębiorcę obowiązek podania określonych warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, a mianowicie wymagań technicznych, niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym.

W świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2). Zachowanie takie godzi zatem w prawo konsumenta do informacji, które stanowi podstawę umożliwiającą konsumentowi właściwą ocenę sytuacji, a także jest warunkiem swobodnego podjęcia decyzji.

**VII.1.** W ocenie Prezesa UOKIK przedsiębiorca nie dotrzymał obowiązków w zakresie art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, tj. poinformowania konsumentów o minimalnych parametrach (niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje), jakie musi posiadać sprzęt komputerowy konsumenta, aby bez problemów mógł on dokonać zamówienia. Konsument, „otwierając” stronę internetową, powinien od razu uzyskać informacje, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera i oprogramowania, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po ofertach dostępnych na stronie oraz dokonywać zakupów zgodnie z warunkami Regulaminu. Będą to na przykład informacje dotyczące rodzajów przeglądarek internetowych prawidłowo współpracujących z daną witryną, konieczności posiadania dodatkowego oprogramowania obsługującego aplety Java, rozdzielczości, dla jakiej jest zoptymalizowana strona internetowa.

Brak ww. informacji uniemożliwia konsumentowi dostosowanie oprogramowania do optymalnej możliwości wyświetlania informacji na stronie zgodnie z założeniem przedsiębiorcy. W związku z powyższym nie posiada on pewności, że informacje wyświetlane na stronie internetowej przedsiębiorcy są kompletne i właśnie w takiej formie przedsiębiorca chciał je upublicznić. Może się bowiem okazać, iż istotne informacje z punktu widzenia podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej skorzystania z usług tego przedsiębiorcy mogą być wyświetlane jedynie przy użyciu określonego oprogramowania (np. Adobe Flash, Java), które nie jest obsługiwane przez komputer z którego korzysta konsument. Ponadto z punktu widzenia rozwoju technologii i możliwości przeglądania zawartości stron internetowych przy pomocy różnego rodzaju urządzeń mobilnych (telefon komórkowy, tablet), niezbędne mogą okazać się informacje o dostosowaniu możliwości prawidłowego wyświetlania zawartości strony sklepu internetowego do tego typu urządzeń.

W ocenie Prezesa UOKIK niezamieszczenie w regulaminie chociażby minimalnych parametrów, które są wymagane do współpracy z systemem teleinformatycznym obsługiwany przez przedsiębiorcę stanowi niewywiązanie się przedsiębiorcy z

obowiązku przekazywania słabszej stronie stosunku obligacyjnego rzetelnej, prawdziwej oraz pełnej informacji przewidzianej w przepisach prawa.

**VII.2.** Konsumenta, korzystającego z usług sklepów internetowych, obowiązuje ustawowy zakaz dostarczania na ich witrynę treści o charakterze bezprawnym. Zgodnie zaś z wolą ustawodawcy (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną) 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 dostarczenie 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. Zamieszczenie powyższej informacji jest tym bardziej konieczne, iż konsumenci na stronie internetowej sklepu [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) mieli możliwość komentowania produktów.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca nie umieszczając powyższych informacji o warunkach świadczenia usług naruszył przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a zatem, że jego działania miały charakter bezprawny.

Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona była we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli z nim zawrzeć umowę na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny, co wynikało zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługiwał się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał zabronionych działań, o których mowa w art. 24 ww. ustawy. W związku z zaprzestaniem sprzedaży przez Internet, Prezes UOKIK wydał decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 15.12.2013 r.

Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie VII sentencji niniejszej decyzji.

### **Ad VIII sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ ochrony konsumentów ma kompetencje do ukarania przedsiębiorcy, poprzez nałożenie na niego kary pieniężnej w wysokości do 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeśli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Mając na względzie powyższe oraz stan faktyczny i prawny niniejszej sprawy, Prezes UOKIK postanowił skorzystać z uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej z tytułu naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniona jest wysokość kar nakładanych na przedsiębiorców. Rozstrzygając o zasadności nałożenia kary oraz jej wysokości, stosownie do art. 111 tej

ustawy Prezes UOKIK winien wziąć pod uwagę okres, stopień, okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenia jej przepisów. Ponadto w orzecznictwie podnosi się, że przesłankami, które należy brać pod uwagę przy wymierzaniu kar, są m.in.: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć<sup>12</sup>. Podkreślić nadto należy, iż nakładana przez organ ochrony konsumentów kara finansowa pełni trojaki funkcje: represyjną, prewencyjną i edukacyjną. Ustalając wymiar kary należy wziąć przede wszystkim pod uwagę funkcję prewencyjną kar, w tym prewencję ogólną. Kara bowiem winna być ustalona tak, aby powstrzymać przedsiębiorcę stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKIK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w tym przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W roku 2013 przedsiębiorca osiągnął przychód z wykonywanej działalności gospodarczej w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] zł, który stanowi podstawę do obliczenia kar za poszczególne naruszenia. Maksymalny wymiar kary, jaki można nałożyć na przedsiębiorcę wynosi [tajemnica przedsiębiorstwa] zł, to jest 10 % przychodu osiągniętego przez niego w roku 2013.

**VIII.1.** Pierwsza kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie II sentencji niniejszej decyzji, polegającej na wprowadzeniu konsumentów w błąd odnośnie możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość z przedsiębiorcą jedynie poprzez zwrot zakupionego towaru w oryginalnym opakowaniu bez śladów używania.

Powyższa praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj instytucji jaka została przez przedsiębiorcę wadliwie przedstawiona – wagę tego naruszenia należało określić jako stosunkowo dużą. Na podstawie zakwestionowanego postanowienia pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumenci zostali pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w okolicznościach, w których na podstawie ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów mogliby od niej odstąpić.

Kwestionowana praktyka została zaniechana z dniem 15.12.2013 r., tj. w dniu zakończenia sprzedaży internetowej.

Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKIK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes UOKIK uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy na odległość powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa

<sup>12</sup> tak: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 czerwca 2000 r. (sygn. akt I CKN 793/98)

Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem II sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie II sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód, uwzględniając wagę omawianych naruszeń – ustaloną przez pryzmat ich szkodliwości ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu, czyli na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki przed wszczęciem przez Prezesa UOKIK przedmiotowego postępowania, w związku z czym wymiar kary pieniężnej należy zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego sklepu internetowego oraz konta aukcyjnego Allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej należy w sumie zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %, to jest do poziomu 9.906 zł.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 9.906 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie VIII.1 sentencji niniejszej decyzji.

**VIII.2.** Kolejna kara wymierzona jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, polegającej na tym, że przedsiębiorca nie zwracał konsumentom kosztów przesyłki w sytuacji odstąpienia przez nich od umowy w terminie 10 dni. Powyższa praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj instytucji jaka została przez przedsiębiorcę wadliwie przedstawiona – wagę tego naruszenia należało określić jako stosunkowo dużą.

Na podstawie zakwestionowanego postanowienia pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumentom nie były zwracane koszty przesyłki. Kwestionowana praktyka została zaniechana z dniem 15.12.2013 r., tj. w dniu zakończenia sprzedaży internetowej.

Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKIK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania

pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes UOKIK uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy na odległość powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem III sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie III sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód, uwzględniając wagę omawianych naruszeń – ustaloną przez pryzmat ich szkodliwości ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu, czyli na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki przed wszczęciem przez Prezesa UOKIK przedmiotowego postępowania, w związku z czym wymiar kary pieniężnej należy zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego sklepu internetowego oraz konta aukcyjnego Allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej należy w sumie zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %, to jest do poziomu 9.906 zł.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie III sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 9.906 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie VIII.2. sentencji niniejszej decyzji.

**VIII.3.** Kolejna kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie V sentencji niniejszej decyzji, polegającej na zastrzeżeniu zapłaty odstępnego, także w przypadku, gdy konsument odstępuje od umowy w terminie 10 dni od dnia otrzymania zakupionego towaru. Powyższa praktyka ujawniała się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutowała lub też mogła rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj instytucji jaka została przez przedsiębiorcę wadliwie przedstawiona – wagę tego naruszenia należało określić jako stosunkowo dużą.



Na podstawie zakwestionowanego postanowienia pogorszeniu uległa sytuacja prawna konsumentów, ponieważ na jego podstawie na konsumenta, odstępującego od umowy w terminie 10 dni od dnia otrzymania zakupionego towaru, nałożony został obowiązek zapłaty odstępnego w wysokości 10 % lub 30 % wartości zwracanego towaru. Kwestionowana praktyka została zaniechana z dniem 15.12.2013 r., tj. w dniu zakończenia sprzedaży internetowej.

Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKIK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes UOKIK uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy na odległość powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem V sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie V sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód, uwzględniając wagę omawianych naruszeń – ustaloną przez pryzmat ich szkodliwości ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu, czyli na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki przed wszczęciem przez Prezesa UOKIK przedmiotowego postępowania, w związku z czym wymiar kary pieniężnej należy zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego sklepu internetowego oraz konta aukcyjnego Allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej należy w sumie zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %, to jest do poziomu 9.906 zł.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie V sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 9.906 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie VIII.3. sentencji niniejszej decyzji.

**VIII.4.** Kolejna kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie VI sentencji niniejszej decyzji, polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem sklepu internetowego [www.LepszeZakupy.pl](http://www.LepszeZakupy.pl) oraz konta aukcyjnego [allegro.pl](http://allegro.pl) dla użytkownika o nazwie „LepszeZakupyPL” – w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o:

- a. organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
- b. terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
- c. prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
- d. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

Prezes UOKIK uwzględnił, iż w niniejszym przypadku do potwierdzenia wymaganych informacji dochodzi faktycznie po zawarciu umowy, a więc praktyka ujawnia się na etapie wykonywania kontraktu. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj pominiętych danych, wagę tej praktyki określono jako dużą. Miarkując niniejszą karę zwrócono jednak uwagę na to, że rozważane zaniechanie nie powodowało wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy nałożenia na nich nowych obowiązków. Wprawdzie powodowało ono niedoinformowanie konsumentów, co mogło skutkować utrudnieniami, np. w dochodzeniu roszczeń, jednakże nie niweczyło ono w definitywny sposób przewidzianych prawem możliwości. Kwestionowana praktyka została zaniechana z dniem 15.12.2013 r., tj. w dniu zakończenia sprzedaży internetowej.

Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKIK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes UOKIK uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy na odległość powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem VI sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie VI sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód, uwzględniając wagę omawianych naruszeń – ustaloną przez pryzmat ich szkodliwości ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie **[tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu, czyli na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.**



Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki przed wszczęciem przez Prezesa UOKIK przedmiotowego postępowania, w związku z czym wymiar kary pieniężnej należy zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego sklepu internetowego oraz konta aukcyjnego Allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej należy w sumie zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %, to jest do poziomu **9.510 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie VI sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 9.510 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **VIII.4.** sentencji niniejszej decyzji.

**VIII.5.** W przypadku zarzutu objętego punktem VII sentencji niniejszej decyzji stwierdzono nieudzielanie konsumentom pełnych i rzetelnych informacji zgodnie z powszechnie obowiązującym prawem, polegających na niepoinformowaniu konsumentów o:

- zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym, co jest niezgodne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b) w związku z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
  - wymaganiach technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co jest niezgodne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w związku z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.
- Skutek powyższego naruszenia był odczuwalny dla konsumentów na etapie zawierania umowy.

Prezes UOKIK uwzględnił, iż w niniejszym przypadku przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć konsumentowi przed zawarciem umowy ww. informacje, a więc praktyka ujawnia się na etapie przedkontraktowym. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj pominiętych danych, wagę tej praktyki określono jako stosunkowo niewielką. Miarkując niniejszą karę zwrócono uwagę na to, że rozważane zaniechanie nie powodowało wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy nałożenia na nich nowych obowiązków. Na skutek jej stosowania konsument został pozbawiony informacji m.in. niezbędnych do oceny, czy komputer oraz oprogramowanie, którymi się posługuje będą współpracowały z systemem teleinformatycznym usługodawcy. Brak tych informacji może utrudniać konsumentom przeprowadzenie transakcji w sposób bezpieczny, a co za tym idzie stanowi zagrożenie dla interesów konsumentów (ekonomicznych oraz pozaekonomicznych, np. strata czasu). Z kolei brak informacji o zakazie dostarczania treści o charakterze bezprawnym może spowodować

przesłanie treści lub materiałów o charakterze bezprawnym. Kwestionowana praktyka została zaniechana z dniem 15.12.2013 r., tj. w dniu zakończenia sprzedaży internetowej.

Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKIK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes UOKIK uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy na odległość powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem VII sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie VII sentencji decyzji nieumyślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

Ustalając wymiar kary za naruszenie opisane powyżej, Prezes UOKIK w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń w zakresie wysokości kary.

W związku z powyższym organ ochrony konsumentów uznał, iż natura naruszeń polegających na nieudzielaniu rzetelnych i pełnych informacji uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu wymiaru kary pieniężnej na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r., co jest równe kwocie [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę zakwestionowanej praktyki przed wszczęciem przez Prezesa UOKIK przedmiotowego postępowania, w związku z czym wymiar kary pieniężnej należy zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest jednak znaczny zasięg praktyki związany z tym, że praktyką mogła być dotknięta bardzo duża liczba konsumentów, co ma związek z wykorzystywaniem przez przedsiębiorcę ogólnodostępnego sklepu internetowego oraz konta aukcyjnego Allegro.pl. W tym zakresie wymiar kary pieniężnej należy zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej należy w sumie zmniejszyć o [tajemnica przedsiębiorstwa] %, to jest do poziomu **2.378 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie VII sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 2.378 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **VIII.5.** sentencji niniejszej decyzji.

Zdaniem Prezesa UOKIK, tak określone kary spełnią zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest również walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów. Przyjmując, że kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i powinna być odczuwalna dla przedsiębiorcy, organ ochrony konsumentów **postanowił nałożyć kary w wysokościach określonych w punkcie VIII sentencji decyzji.**

**Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiszczyć na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

#### **Ad IX sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKIK rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast w myśl art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes UOKIK stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Analogicznie - stosownie do treści przepisu art. 264 § 1 k.p.a. - jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Do kosztów postępowania – zgodnie z art. 263 § 1 k.p.a. - zalicza się również koszty doręczenia stronom pism urzędowych.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Michała Świerka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą P.H.U. „M&K” Michał Świerk w Roźniatowie, gmina Zarzecze, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKIK - w punktach I-III oraz V-VII sentencji decyzji - stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa UOKIK ze stroną i w związku z tym postanowiono obciążyć Przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 42,50 zł (słownie: czterdzieści dwa złote pięćdziesiąt groszy).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: **NBP o/o Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

#### **POUCZENIE**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 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 – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i konsumentów w Krakowie, 31 – 011 Kraków, Pl. Szczepański 5.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach, zawartego w punkcie IX sentencji niniejszej decyzji – stosownie do treści art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>32</sup> K.p.c. oraz art. 264 § 2 K.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – **przysługuje zażalenie** do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **w terminie tygodniowym** od dnia doręczenia tej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, 31 – 011 Kraków, Pl. Szczepański 5.

z upoważnienia Prezesa  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

**Otrzymują:**

1. P.H.U. „M & K” Michał Świerk, Roźniatów 28, 37-205 Zarzecze
2. RKR a/a.