



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA w ŁODZI**

ul. Piotrkowska 120
90-006 Łódź
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12
e-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO 61- 31(28)09/AB

Łódź, dnia 15 października 2010 r.

DECYZJA Nr RŁO 28/2010

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Marciniowi Gontarzowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) bezprawne działanie przedsiębiorcy Marcina Gontarza, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie, polegające na:

- 1) braku informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),
- 2) braku informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

3) braku informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 16 marca 2010 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Marcinowi Gontarzowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) bezprawne działanie przedsiębiorcy Marcina Gontarza, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie, polegające na zamieszczeniu w regulaminie postanowienia o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.”, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i narusza art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 ze zm.)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 16 marca 2010 r.

III. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Marcinowi Gontarzowi, prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) bezprawne działanie przedsiębiorcy Marcina Gontarza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie, polegające na niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), najpóźniej w momencie rozpoczęcia

spełniania świadczenia, co narusza art. 9 ust. 3 tej ustawy i **nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4 i 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887)

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

- 1) **nakłada się** na przedsiębiorcę Marcina Gontarza, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie, **karę pieniężną** w wysokości 1.302 zł. (słownie: jeden tysiąc trzysta dwa złote) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punktach I.1, I.2 i I.3 sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa,
- 2) **nakłada się** na przedsiębiorcę Marcina Gontarza, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie, **karę pieniężną** w wysokości 1.302 zł. (słownie: jeden tysiąc trzysta dwa złote) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa,
- 3) **nakłada się** na przedsiębiorcę Marcina Gontarza, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie, **karę pieniężną** w wysokości 3.719 zł. (słownie: trzy tysiące siedemset dziewiętnaście złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 wyżej wymienionej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do jej art. 33 ust. 4 i 6 i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887)

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

obciąża się przedsiębiorcę Marcina Gontarza, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie **kosztami opisanego na wstępie postępowania** w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w kwocie 38,05 zł. (słownie: trzydzieści osiem złotych i pięć groszy).

Uzasadnienie

W związku z kontrolą przestrzegania praw konsumentów w handlu elektronicznym, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadził postępowanie wyjaśniające, w trakcie którego ustalił, że sklep internetowy działający na stronie www.brava.pl prowadzi przedsiębiorca Marcin Gontarz w ramach działalności gospodarczej prowadzonej pod nazwą „BRAVA computer Polska”, ul. Sklepowa 7, 02-482 Warszawa (zwany dalej również: „Przedsiębiorcą” lub „Brava”), (dowód: karta nr 6). W toku postępowania wyjaśniającego Przedsiębiorca w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu do podania wszelkich informacji, jakie są przekazywane konsumentowi korzystającemu ze sklepu internetowego znajdującego się na stronie www.brava.pl najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, przekazał wydruk strony brava.pl/regulam.php (dowód: karty nr 9 – 11), oświadczając, że są to cyt.: „informacje przekazywane klientowi w momencie zawierania umowy kupna sprzedaży” (dowód: karta nr 5). Przedsiębiorca wyjaśnił również, iż cyt.: „w ramach prowadzonej działalności zawierane są umowy poza lokalem firmy. Są to umowy umowne – podobnie jak w innych formach sprzedaży. W momencie zakupu klient jest informowany o jego prawach i obowiązkach obu stron umowy. W momencie zakupu klient otrzymuje dowód zakupu – paragon fiskalny/fakturę VAT oraz podpisaną i podstemplowaną gwarancję producenta sprzętu będącego przedmiotem zakupu.” (dowód: karta nr 5).

W związku z dokonanymi ustaleniami Prezes Urzędu wszczął w dniu 10 grudnia 2009 r. postępowanie w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- braku informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) – zwaną dalej: „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów”, a poprzez to jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”;
- braku informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- braku informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, co narusza art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie

niektórych praw konsumentów, a poprzez to jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

- niedopełnieniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez zamieszczenie w regulaminie postanowienia o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.”, co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

o czym zawiadomił Przedsiębiorcę (dowód: karty Nr 1-3).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania, w piśmie z dnia 6 stycznia 2010 r. Przedsiębiorca wyjaśnił, iż informacje, których brak zarzucił Prezes Urzędu były i są prezentowane na podstronie sklepu Brava: http://www.brava.pl.zala_sh1.php (dowód: karta nr 20) oraz przekazał wydruk tej strony (dowód: karty nr 22-23).

W piśmie z dnia 16 marca 2010 r. (dowód: karty nr 29-30) Przedsiębiorca odniósł się do postawionych mu zarzutów następująco:

1. Przedsiębiorca ponownie wskazał, iż informacje, których brak zarzucił mu Prezes Urzędu są zawarte na stronie http://www.brava.pl.zala_sh1.php, czyli na stronie koszyka sklepu brava.pl oraz są prezentowane również w regulaminie sklepu dostępnym na stronie <http://www.brava.pl/regulam.php> (dowód: karta nr 29). W załączeniu Przedsiębiorca przekazał wydruk strony http://www.brava.pl.zala_sh1.php (dowód: karty nr 31-32), wydruk strony zawierającej regulamin zakupów (dowód: karty nr 36-39) oraz wydruk stron zawierających ofertę sprzedaży podkaszarki spalinowej STIHL FS 38 (dowód: karty nr 33-35).
2. W odniesieniu do zarzutu niedopełnienia obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, Przedsiębiorca wyjaśnił, iż informacje te cyt.: „są prezentowane w regulaminie sklepu, na stronie prezentacji produktu oraz są prezentowane na piśmie klientowi w kopii złożonego zamówienia w sklepie internetowym brava.pl (...)”, (dowód: karta nr 30). W załączeniu Przedsiębiorca przekazał wydruk e’mail stanowiącego kopię przykładowego zamówienia, która to kopia zostaje wysłana do klienta sklepu (dowód: karty nr 40-44).
3. Przedsiębiorca oświadczył, iż na żadnej z podstron sklepu brava.pl nie prezentuje informacji o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.” (dowód: karta nr 30).

W związku z faktem, iż Przedsiębiorca w toku postępowania wyjaśniającego przekazał dokumenty oraz informacje zupełnie inne niż te, które przekazywał w toku niniejszego postępowania, w piśmie z dnia 7 kwietnia 2010 r. Prezes Urzędu wezwał Przedsiębiorcę do wyjaśnienia rozbieżności (dowód: karta nr 46-47).

W piśmie z dnia 14 kwietnia 2010 r. (dowód: karty nr 50-51) Przedsiębiorca wskazał, iż cyt.: „rozbieżności w treści regulaminu przesłanego pismem z 1 października 2009 r. z regulaminem przesłanym 16 marca 2010 r. wynikają z mojego błędu. Wysłałem omyłkowo dane z testowego systemu, który nie był publikowany w internecie klientom firmy. Dane informacyjne dla klientów firmy, które Państwo zarzucają, iż jest ich brak, były publikowane na

stronie koszyka sklepu brava.pl, pod adresem http://www.brava.pl.zala_sh1.php – czyli były w tym czasie publikowane klientom bezpośrednio przed dokonaniem zakupu. Niemniej jednak, od dnia 16 marca 2010 r. wstawiłem te dane również na stronę <http://www.brava.pl/regulam.php>” (dowód: karta nr 50). W piśmie tym Przedsiębiorca wyjaśnił również, iż poinformował Prezesa Urzędu w toku postępowania wyjaśniającego, iż cyt.: „W momencie zakupu klient jest informowany o jego prawach i obowiązkach obu stron umowy w tym sensie – że klient dostaje wydruk zamówienia wraz z regulaminem (...) czyli innymi słowy, klient jest informowany na piśmie o jego prawach, zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r.” (dowód: karta nr 51).

Rozbieżności pomiędzy informacjami przekazanymi w toku postępowania wyjaśniającego, iż jedynymi dokumentami, które otrzymuje konsument dokonujący zakupów w sklepie internetowy brava.pl są: dowód zakupu – faktura VAT lub paragon fiskalny oraz dokument gwarancyjny producenta sprzętu, a informacjami przekazanymi w toku niniejszego postępowania, iż informacje, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów są potwierdzane konsumentowi na piśmie, Przedsiębiorca wyjaśnił następująco, cyt.: „Klient w momencie odbioru towaru, otrzymuje wydruk swojego zamówienia, na którym są zawarte wszystkie informacje (...). Wydruk zamówienia ze sklepu jest dokumentem generowanym przez dedykowany do tego celu system, jest dokumentem oczywistym w sklepie internetowym, dlatego o nim nie wspominałem.” (dowód: karta nr 51). Do pisma z dnia 14 kwietnia 2010 r. Przedsiębiorca załączył m.in. 10 kopii umów zawartych z klientami od dnia 1 września 2009 r. wraz z wszelkimi załącznikami w tym kartami gwarancyjnymi (dowód: karty nr 51 oraz 58 – 99).

W piśmie z dnia 4 maja 2010 r. Przedsiębiorca wskazał, iż oficjalną stroną sklepu internetowego był i jest sklep działający pod adresem <http://www.agdrtv.biz>, oraz podniósł kolejny raz, iż strona www.brava.pl była jedynie stroną testową firmy, nie była stroną sklepu internetowego firmy BRAVA computer Polska, za pośrednictwem jej nie były zawierane cyt.: „umowy kupna sprzedaży na odległość” (dowód: karta Nr 110).

Przedsiębiorca wskazał, iż rozbieżności w treści regulaminów przekazanych Prezesowi Urzędu wynikają z błędu związanego z faktem, iż nie przekazał informacji o zmianie domeny. Przedsiębiorca podniósł również, iż Prezes Urzędu zasugerował Przedsiębiorcy, iż cyt.: „(...) strona www.brava.pl jest sklepem dokonującym sprzedaży na odległość (...) i tą Państwa sugestią przyznaję iż zarówno Państwo skłoniliście mnie do spowodowania zamieszania i powstania nieścisłości” (dowód: karta Nr 110).

Ponadto Przedsiębiorca wskazał, iż cyt.: „(...) nie ma podstaw sądzić, iż łamię lub łamałem zbiorowe interesy konsumentów i wnoszę o w pełni umorzenie przedmiotowego postępowania” (dowód: karta Nr 110).

Postanowieniem Nr 5/61-31/09 z dnia 29 lipca 2010 r. (dowód: karty Nr 132-137) Prezes Urzędu zmienił zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na niedopełnieniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez zamieszczenie w regulaminie postanowienia o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.”, co jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów na zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na

zamieszczeniu w regulaminie postanowienia o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.”, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i narusza art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej”, a poprzez to jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Pozostałe zarzuty pozostały bez zmian.

W odpowiedzi na zawiadomienie o zmianie zarzutu (dowód: karty Nr 138-140) Przedsiębiorca przekazał pismo z dnia 10 sierpnia 2010 r. (dowód: karty Nr 144-145), w którym podtrzymał swoje stanowisko wyrażone w dotychczasowej korespondencji skierowanej do Prezesa Urzędu.

Pismem z dnia 18 sierpnia 2010 r. Prezes Urzędu zawiadomił Przedsiębiorcę o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy oraz o prawie do końcowego wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów oraz przedstawionych zarzutów (dowód: karta Nr 146).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Sklep internetowy działający na stronie www.brava.pl prowadzi pod nazwą BRAVA computer Polska przedsiębiorca Marcin Gontarz, wpisany pod numerem 23528 do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta m.st. Warszawy. Zgodnie z przedstawionym aktualnym zaświadczeniem o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej przedmiotem działalności ww. przedsiębiorcy jest m.in. handel detaliczny oraz serwis w zakresie sprzętu RTV, AGD (dowód: karta Nr 6).

W ramach prowadzonej działalności gospodarczej Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy sprzedaży na odległość za pośrednictwem funkcjonującego pod adresem www.brava.pl sklepu internetowego. Wszelkie informacje dotyczące zarówno sprzedawcy, jak i zasad zawierania umów, w tym postanowienia określające treść przysyłanych umów, jakie otrzymywał konsument w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy są umieszczone w „Regulaminie zakupów”, „Kontakt z BRAVA.PL”, „O firmie” (dowód: karty Nr 5, 9-11 oraz 104 – 106), który nie zawiera informacji o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, o miejscu i sposobie składania reklamacji (dowód: karty Nr 5, 9-11 oraz 104).

Wraz z zamówionym towarem konsument otrzymuje wydruk kopii zamówienia, paragon fiskalny/fakturę VAT (dowód: karty Nr 5 oraz 58 – 85). Nie otrzymuje natomiast żadnego dokumentu, który zawiera pisemne potwierdzenie informacji o imieniu, nazwisku, adresie Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, o zasadach zapłaty ceny, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, ze wskazaniem wyjątków, o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Stosowany przez Przedsiębiorcę „Regulamin zakupów” zawierał postanowienie o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do

domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.”

Dnia 16 marca 2010 r. Przedsiębiorca na stronie internetowej sklepu Brava zamieścił zmieniony „Regulamin zakupów”, który zawiera informacje o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, o miejscu i sposobie składania reklamacji (dowód: karty Nr 50 i 36-39).

W zmienionym „Regulaminie zakupów” nie ma postanowienie o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.” (dowód: karty Nr 36-39).

Przedsiębiorca w roku rozliczeniowym 2009 osiągnął przychód w wysokości (tajemnica przedsiębiorcy) zł. (dowód: karty nr 52 – 57).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest wobec tego, aby działania przedsiębiorców, którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy. Ustawa zatem, w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem działania Przedsiębiorcy nie były ograniczone do określonych odbiorców lub ich grupy. Dotyczyły wszystkich faktycznych jak i potencjalnych klientów sklepu internetowego Brava.

W tym stanie rzeczy uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I. sentencji niniejszej decyzji

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 ww. 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. 479⁴⁵ 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. Wskazany przepis zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Tym samym, udowodnienie praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały łącznie trzy przesłanki:

- 1) działanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 ze zm. – zwanej dalej „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej”). Przedsiębiorcą, w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 i 2 ww. ustawy, przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym albo do Ewidencji Działalności Gospodarczej. Wpisowi do ewidencji podlegają przedsiębiorcy będący osobami fizycznymi. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Marcin Gontarz jest przedsiębiorcą, będącym osobą fizyczną, wpisaną od dnia 15 maja 1997 r. pod numerem 23528 do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy. Przedsiębiorca wykonuje działalność gospodarczą pod nazwą BRAVA computer Polska, a przedmiotem wykonywanej działalności jest m.in. handel detaliczny oraz serwis w zakresie sprzętu RTV, AGD. Działalność tą Przedsiębiorca prowadzi w formie sklepu internetowego funkcjonującego pod adresem www.brava.pl. Tym samym Marcin Gontarz jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka** niezbędna do uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów **została spełniona.**

Ad 2)

Bezprawność jest to sprzeczność zachowania z przepisami prawa oraz z zasadami współżycia społecznego. Chodzi wobec tego o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Pojęcie porządek prawny obejmuje nakazy i zakazy wynikające z normy prawnej a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody, czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przy

ocenie bezprawności rozważenia wymaga kwestia, czy czyn był zgodny, czy też niezgodny z obowiązującymi zasadami porządku prawnego tj. normami prawa powszechnie obowiązującego a także z nakazami i zakazami wynikającymi z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.

Odnosząc się do postawionych zarzutów, należy stwierdzić, że bezprawność działania Przedsiębiorcy polega na niedopełnieniu obowiązku informacyjnego poprzez brak informacji w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o: imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1, pkt 6 oraz pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a poprzez to jest niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu ustalił, iż wszelkie informacje, jakie otrzymywał konsument w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy były zawarte w zakładkach „Regulamin zakupów”, „Kontakt z BRAVA.PL”, „O firmie” (dowód: karty Nr 5, 9-11 oraz 104 - 106).

Przedsiębiorca w żadnej z zakładek na stronie internetowej nie umieścił informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 1, pkt 6 oraz pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, o czym świadczy wydruk strony www.brava.pl z dnia 26 października 2009 r. oraz wyjaśnienia przekazane przez Przedsiębiorcę, iż wszelkie informacje przekazywane konsumentom najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy określa regulamin zamieszczony na stronie internetowej <http://www.brava.pl/regulam.php>.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów w przypadku składania propozycji zawarcia umowy na odległość, z czym mamy do czynienia w niniejszym przypadku, konsument powinien być poinformowany m. in. o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, o miejscu i sposobie składania reklamacji.

W przypadku zawierania umów za pośrednictwem Internetu dane te powinny być dostępne dla każdego odwiedzającego sklep, bez względu na to, czy w przyszłości zawrze on z Przedsiębiorcą umowę, czy też nie, gdyż propozycja zawarcia umowy jest mu składana od samego początku kontaktu z Przedsiębiorcą.

W związku z powyższym nie jest wystarczające podanie takich informacji konsumentowi dopiero w chwili składania zamówienia – na podstronie „Twój koszyk”, jak to ma miejsce w przypadku Brava, tym bardziej, iż jednym ze skutków niedopełnienia niniejszego obowiązku może być utrudnienie konsumentom możliwości weryfikacji danych dotyczących Przedsiębiorcy, co może wywoływać negatywne skutki w sytuacji, gdyby konsument chciał sprawdzić wiarygodność danych przekazywanych przez Przedsiębiorcę jeszcze przed zawarciem umowy. Brak informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa mogło powodować, że pomimo przysługującego konsumentowi z mocy prawa uprawnienia, nie skorzysta on z niego z uwagi na brak znajomości odpowiednich przepisów. Również brak informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji mogło doprowadzić do uszczuplenia uprawnień konsument, poprzez utrudnienie dochodzenia roszczeń z powodu nieznamości obowiązującej procedury reklamacyjnej.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka niezbędna do uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów została spełniona.**

Ad 3)

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów wówczas, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. Takie stanowisko trwale podtrzymuje w swoim orzecznictwie Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (por. wyroki Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001 r. sygn. akt XVII Ama 108/00, z dnia 23 lutego 2002 r. sygn. akt XVII Ama 133/2001).

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. sygn. akt III SK 27/07 stwierdził, że sformułowanie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów o treści „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”¹ 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, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”.

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej i nieokreślonej liczby najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci, zarówno faktyczni, jak i potencjalni, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się z dostępnym powszechnie wzorcem umowy zawierającym postanowienia, które naruszają obowiązujące przepisy prawa i zawarli, bądź mogli zawrzeć umowę ze Przedsiębiorcą. Działania Przedsiębiorcy podejmowane były w sposób powtarzalny. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy

¹ W dniu 21 kwietnia 2007 r. weszła w życie ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na podstawie art. 137 ww. ustawy straciła moc ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Obecnie problematyka zbiorowego interesu konsumentów została uregulowana w przepisie art. 24 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

kontrahentów Przedsiębiorcy.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna dla uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów **została spełniona.**

Zgodnie z art. 27 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej ustawy. W takim przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania, przy czym ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania zarzucanej praktyki spoczywa na przedsiębiorcy.

Z ustaleń dokonanych w niniejszej decyzji wynika, że Przedsiębiorca od dnia 16 marca 2010 r. zamieścił na stronie www.brava.pl „Regulamin zakupów”, który zawiera wszystkie wymagane prawem informacje.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania wskazanych w art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punktach I.1, I.2 i I.3 sentencji niniejszej decyzji.**

Ad II. sentencji niniejszej decyzji

Kolejną z zarzucanych Przedsiębiorcy praktyk jest zamieszczenie w regulaminie postanowienia o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.”, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i narusza art. 17 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej.

Jak wyżej już wskazano zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Tym samym dla stwierdzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1) i Ad 3)

Ponieważ w uzasadnieniu pkt. I sentencji niniejszej decyzji zostało wykazane, iż Marcin Gontarz jest przedsiębiorcą, którego działanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a omawiana w tym punkcie praktyka dotyczy tego samego stanu faktycznego, **Prezes Urzędu**

stwierdza, że pierwsza i trzecia przesłanka art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione.

Ad 2)

Jak wskazał Prezes Urzędu w uzasadnieniu pkt. I sentencji niniejszej decyzji bezprawność to sprzeczność zachowania z przepisami prawa oraz z zasadami współzycia społecznego. Chodzi wobec tego o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Pojęcie porządek prawny obejmuje nakazy i zakazy wynikające z normy prawnej a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów.

W art. 17 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej ustawodawca nałożył na przedsiębiorców obowiązek wykonywania działalności gospodarczej na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów.

Zgodnie z przyjętym w doktrynie prawa ochrony konkurencji konsumentów stanowiskiem, istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające od niedoinformowania, dezorientacji, wywołaniu błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006 r. sygn. akt XVII Ama 118/04).

Prawo do prawdziwej informacji jest jednym z fundamentalnych praw każdego konsumenta. Odesłanie zaś konsumenta do aktu prawnego, którego regulacje w zakresie poszczególnych typów czynności prawnych dokonywanych w stosunkach kupieckich przestały obowiązywać z dniem 1 czerwca 1965 r. z pewnością wywołuje u konsumenta błędne przekonanie i dezinformację.

W ocenie Prezesa Urzędu takie działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami, które niewątpliwie nakazują udzielać konsumentom prawdziwej informacji. Wobec tego działaniem tym Przedsiębiorca narusza obowiązek nałożony w art. 17 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, co przesądza o bezprawności tego działania.

W toku niniejszego postępowania Przedsiębiorca twierdził, iż nie zamieszczał takiej informacji. Twierdzenie to jest oczywiście nieprawdziwe, gdyż Przedsiębiorca sam przekazał Prezesowi Urzędu regulamin zakupów zawierający kwestionowane postanowienie. Prezes Urzędu nie przyjął za wiarygodne wyjaśnienia Przedsiębiorcy, iż regulamin ten został przekazany omyłkowo z testowego systemu, który nie był publikowany w Internecie, ponieważ w związku z czynnościami służbowymi dotyczącymi kontroli sklepów internetowych regulamin o identycznej treści został wydrukowany przez pracownika Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, co świadczy, iż był on powszechnie dostępny na stronach Brava.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka niezbędna do uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów została spełniona.**

Przedsiębiorca od dnia 16 marca 2010 r. zamieścił na stronie www.brava.pl „Regulamin

zakupów”, który nie zawiera kwestionowanego przez Prezesa Urzędu postanowienia, co wskazuje, iż Przedsiębiorca zaniechał stosowania tej praktyki.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania wskazanych w art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.**

Ad III. sentencji niniejszej decyzji

Prezes Urzędu w przedmiotowym postępowaniu postawił również zarzut niedopełnienia obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, o zasadach zapłaty ceny, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, ze wskazaniem wyjątków, o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Jak wyżej już wskazano zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Tym samym dla stwierdzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1) i Ad 3)

Ponieważ w uzasadnieniu pkt. I sentencji niniejszej decyzji zostało wykazane, iż Marcin Gontarz jest przedsiębiorcą, którego działanie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a omawiana w tym punkcie praktyka dotyczy tego samego stanu faktycznego, **Prezes Urzędu stwierdza, że pierwsza i trzecia przesłanka** art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **zostały spełnione.**

Ad 2)

Oceniając bezprawność działań będących przedmiotem niniejszego zarzutu Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż Przedsiębiorca naruszył wprost przepis art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, który nakłada obowiązek potwierdzenia konsumentowi na piśmie określonych w art. 9 ust. 1 tej ustawy informacji, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia.

Potwierdzenie treści umowy powinno być sporządzone najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia, a więc może do tego dojść przy zawieraniu umowy lub też na etapie późniejszym, jednak nie odleglejszym niż moment rozpoczęcia wykonywania umowy.

Z ustaleń dokonanych przez Prezesa Urzędu wynika, że wraz z zamówionym towarem konsument otrzymuje wydruk kopii zamówienia, paragon fiskalny/fakturę VAT. Nie otrzymuje natomiast żadnego dokumentu, który zawiera pisemne potwierdzenie informacji o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, o zasadach zapłaty ceny, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, ze wskazaniem wyjątków, o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Utrwalenie stosownych danych na piśmie umożliwia konsumentom weryfikację, czy umowa została należycie wykonana. Brak pisemnego potwierdzenia naraża konsumentów na utrudnienia przy dochodzeniu roszczeń oraz na możliwość dokonywania przez przedsiębiorcę jednostronnych zmian w zakresie realizacji przyjętego zamówienia.

W przedmiotowej sprawie sytuację kontrahentów Brava – konsumentów, pogarszał fakt, iż nie tylko nie otrzymywali pisemnego potwierdzenia na piśmie określonych prawem informacji, ale podawane im informacje w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy były oczywiście nieprawdziwe, jak np. ta, że zasady zakupów, zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje kodeks handlowy RP.

Przedsiębiorca w toku niniejszego postępowania nie uznał zasadności postawionego mu zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, twierdząc, że obowiązek ten spełnia. Ocena zebranego materiału dowodowego dała jednak Prezesowi Urzędu asumpt do stwierdzenia, iż Przedsiębiorca stosował i stosuje nadal zarzucaną mu praktykę. Podstawę takiego wniosku stanowi następujący materiał dowodowy:

- wyjaśnienia Przedsiębiorcy składane w toku postępowania wyjaśniającego, iż konsument wraz z zamówionym towarem otrzymuje paragon fiskalny/fakturę VAT (stanowiące dowód zakupu) oraz gwarancję producenta sprzętu,
- zapis pkt. 5 w obowiązującym do dnia 16 marca 2010 r. „Regulaminie zakupów” o treści: *„Wraz z zakupionym produktem otrzymujecie Państwo oryginalną gwarancję producenta podpisaną i podstemplowaną przez nasz sklep wraz z datowanym paragodem fiskalnym i opcjonalnie fakturą VAT”*,
- przekazane przez Przedsiębiorcę kopie 10 dowolnie wybranych przez niego umów, z których każda zawiera: wydruk kopii zamówienia, zawierającego informację, kiedy zamówienie wpłynęło, czego dotyczy wraz z opisem technicznym zamówionego przedmiotu oraz dane osobowe zamawiającego oraz paragon fiskalny, ale żadna z kopii umów nie zawiera dokumentu, w którym byłyby zawarte: pisemne potwierdzenie informacji o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, o zasadach zapłaty ceny, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, ze wskazaniem wyjątków, o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Przekazane przez Przedsiębiorcę w toku niniejszego postępowania kopie umów wskazują, iż Przedsiębiorca stosował praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, polegającą na niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

Wydruk kopii umów przekazanych przez Przedsiębiorcę przeczy informacji przekazanej przez niego w piśmie z dnia 4 maja 2010 r., iż za pośrednictwem strony www.brava.pl nie były zawierane umowy na odległość. Wszystkie umowy, których kopie Przedsiębiorca przekazał zostały zawarte za pośrednictwem właśnie tej strony. Strona www.brava.pl nie zawiera również żadnej informacji, iż jest to strona testowa.

W niniejszym postępowaniu nie ma znaczenia fakt, iż Przedsiębiorca uznaje za oficjalną stronę sklepu internetowego adres: <http://www.agdrtv.biz>. Materiał dowodowy zgromadzony przez Prezesa Urzędu jednoznacznie wskazuje, iż za pośrednictwem strony www.brava.pl Przedsiębiorca Marcin Gontarz zawiera umowy na odległość oraz narusza zbiorowe interesy konsumentów. Strony <http://www.agdrtv.biz> i www.brava.pl są równorzędne, co do celów i skutków związanych z ich zamieszczeniem w Internecie.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do uznania działań Przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów **została spełniona.**

Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.**

Ad IV. sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 106 ust 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z treści powyższego przepisu wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny, a zatem od Prezesa Urzędu zależy - w ramach uznania administracyjnego – uznanie w decyzji zasadności nałożenia kary pieniężnej wraz z określeniem jej wysokości. Wprawdzie ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary, jednakże art. 111 wskazuje, że przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ustalając wysokość kary pieniężnej w decyzjach stwierdzających naruszenie zakazów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, należy zatem uwzględnić wagę tego naruszenia, rozmiar skutków stosowanej praktyki ograniczającej konkurencję, bądź praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jak również zaistniałe okoliczności obciążające i łagodzące.

Podstawę obliczenia wysokości kar za orzeczone naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi przychód Przedsiębiorcy w wysokości (tajemnica przedsiębiorcy) zł. osiągnięty w 2009 r., tj. roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Maksymalna kara, jaka mogłaby zostać nałożona na Przedsiębiorcę za każdą z orzeczonych

praktyk, to kara w wysokości (tajemnica przedsiębiorcy) zł.

Odnosnie niedopełnienia obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 1, 6 oraz 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż kara ta dotyczy niedopełnienia podstawowych obowiązków informacyjnych, które ujawniają się na etapie przed zawarciem umowy oraz fakt, iż kwestionowane praktyki pomimo, że wprost nie wyłączały przysługujących konsumentom uprawnień, to wprowadzały konsumentów w błąd co do istnienia posiadanych uprawnień wynikających ze szczególnego uregulowania umów zawieranych na odległość, a tym samym prowadziły do zaniechania przez konsumentów dochodzenia praw zagwarantowanych przez ustawodawcę.

Praktyka ta była stosowana co najmniej od miesiąca września 2009 r. Uznać zatem należy, iż wskazany okres nie może jeszcze świadczyć o długotrwałości naruszenia.

Prezes Urzędu ustalając karę wziął ponadto pod uwagę okoliczność, iż Przedsiębiorca po raz pierwszy naruszył ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów.

Nakładając karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wziął 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. Z tego względu, nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, opisane w niniejszej decyzji zaniechania Przedsiębiorcy w podawaniu informacji wymaganych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa – powinny być się kojarzyć z nieuchronnością bezprawnego naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Należy jednak przyznać, że w zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyraźnej intencji Przedsiębiorcy naruszenia tych interesów. Zebrane w trakcie niniejszego postępowania wyjaśnienia i informacje mogą zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie Przedsiębiorcy. Pomimo tego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszenia polegająca na niedopełnieniu obowiązku informacyjnego, wynikającego z art. 9 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu wymiaru kary pieniężnej na poziomie (tajemnica przedsiębiorcy) % przychodu, tj. kwoty w wysokości 1.860 zł., po zaokrągleniu do pełnych złotych.

Prezes Urzędu ustalając karę wziął pod uwagę okoliczność wykazania przez Przedsiębiorcę zaniechania stosowania niedozwolonej praktyki. Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca uzupełnił regulamin informacjami o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o ustawowych wyjątkach od tego prawa, o miejscu i sposobie składania reklamacji, a od dnia 16 marca 2010 r. zamieścił ten regulamin na stronie internetowej sklepu Brava, tak aby informacje otrzymywał każdy konsument w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy. W związku z powyższym uznać należało, iż Przedsiębiorca niezwłocznie zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe

interesy konsumentów. Powyższe należy poczytać jako okoliczność łagodzącą, tym samym uzasadniającą obniżenie poziomu wymiaru kary o 30% i spowodowało, iż została ona ustalona na poziomie 1.302 zł. (słownie: jeden tysiąc trzysta dwa złote). Ustalona w ten sposób kwota kary stanowi (tajemnica przedsiębiorcy) % przychodu Przedsiębiorcy za 2009 r. i (tajemnica przedsiębiorcy) % kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że tak ustalona kara prawidłowo spełni zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń zarówno przez Przedsiębiorcę, jak i innych przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w handlu elektronicznym.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie IV.1 sentencji niniejszej decyzji.

Prezes Urzędu uznał, że naruszenie polegające na zamieszczeniu w regulaminie postanowienia o treści: „Zasady zakupów z zawarciem umowy kupna sprzedaży na odległość, tzn. zakupu z dostawą do domu - kurierem lub transportem własnym firmy lub zawarcia umowy kupna sprzedaży w siedzibie firmy - zwroty, reklamacje towaru itp. reguluje szczegółowo kodeks handlowy RP.” ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, ale ma wpływ na etap jego wykonywania.

Praktyka ta była stosowana co najmniej od miesiąca września 2009 r. Uznać zatem należy, iż wskazany okres nie może jeszcze świadczyć o długotrwałości naruszenia.

Prezes Urzędu ustalając karę wziął ponadto pod uwagę okoliczność, iż Przedsiębiorca po raz pierwszy naruszył ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów.

Nakładając karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wziął 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. Z tego względu, nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, opisane w niniejszej decyzji działania Przedsiębiorcy polegające na podawaniu informacji oczywiście nieprawdziwych powinny być się kojarzyć z nieuchronnością bezprawnego naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Należy jednak przyznać, że w zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyraźnej intencji Przedsiębiorcy naruszenia tych interesów. Zebrane w trakcie niniejszego postępowania wyjaśnienia i informacje mogą zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie Przedsiębiorcy. Pomimo tego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

W oparciu o osiągnięty przez Przedsiębiorcę przychód Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową na poziomie (tajemnica przedsiębiorcy)% przychodu, tj. kwotę w wysokości 1.860 zł., po zaokrągleniu do pełnych złotych. Za ustaleniem kwoty bazowej na takim poziomie przemawia fakt, iż praktyka ta ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, ale ma wpływ na etap jego wykonywania. Przy miarkowaniu tej kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż podając

informację nieprawdziwą Przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd, wykorzystując ich zaufanie do profesjonalizmu przedsiębiorcy. W związku z tym skutkiem stosowania przez Przedsiębiorcę tej praktyki może być nawet wyłączenie ustawowych uprawnień konsumentów, na skutek powstania błędnego przeświadczenia o nie istnieniu tych praw. Ponadto, Przedsiębiorca podając informację, iż działa w oparciu o akt prawa, który utracił moc obowiązującą blisko pół wieku temu, wykazał głęboko lekceważące podejście zarówno do konsumentów – swoich kontrahentów, jak i do obowiązującego porządku prawnego.

Prezes Urzędu ustalając karę wziął pod uwagę okoliczność wykazania przez Przedsiębiorcę zaniechania stosowania niedozwolonej praktyki. Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca usunął z regulaminu kwestionowane postanowienie, a od dnia 16 marca 2010 r. zamieścił ten regulamin na stronie internetowej sklepu Brava. W związku z powyższym uznać należało, iż Przedsiębiorca niezwłocznie zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Powyższe należy poczytać jako okoliczność łagodzącą, tym samym uzasadniającą obniżenie poziomu wymiaru kary o 30%, co pozwoliło na ostateczne ustalenie kary na poziomie 1.302 zł. (słownie: jeden tysiąc trzysta dwa złote). Ustalona w ten sposób kwota kary stanowi (tajemnica przedsiębiorcy) % przychodu Przedsiębiorcy za 2009 r. i (tajemnica przedsiębiorcy)% kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że tak ustalona kara prawidłowo spełni zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń zarówno przez Przedsiębiorcę, jak i innych przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w handlu elektronicznym.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie IV.2 sentencji niniejszej decyzji.

Odnośnie niedopełnienia obowiązku potwierdzenia konsumentom na piśmie informacji o imieniu, nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) Przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym Przedsiębiorca został zarejestrowany, o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, o zasadach zapłaty ceny, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, ze wskazaniem wyjątków, o miejscu i sposobie składania reklamacji, Prezes Urzędu zważył, iż obowiązek pisemnego potwierdzenia konsumentowi ww. informacji, spoczywa na Przedsiębiorcy najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, w związku z tym do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów dochodzi na etapie zawierania kontraktu, ale wpływa ono na etap wykonywania kontraktu.

Praktyka ta była stosowana co najmniej od miesiąca września 2009 r. Uznać zatem należy, iż wskazany okres nie może jeszcze świadczyć o długotrwałości naruszenia.

Prezes Urzędu ustalając karę wziął ponadto pod uwagę okoliczność, iż Przedsiębiorca po raz pierwszy naruszył ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów.

Nakładając karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wziął 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. Z tego względu, nakładając karę

pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, opisane w niniejszej decyzji zaniechania Przedsiębiorcy w pisemnym potwierdzeniu na piśmie informacji wymaganych przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa – powinny być się kojarzyć z nieuchronnością bezprawnego naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Należy jednak przyznać, że w zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyraźnej intencji Przedsiębiorcy naruszenia tych interesów. Zebrane w trakcie niniejszego postępowania wyjaśnienia i informacje mogą zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie Przedsiębiorcy. Pomimo tego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec tego Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową na poziomie (tajemnica przedsiębiorcy)% przychodu Przedsiębiorcy, tj. kwotę w wysokości 3.719 zł., po zaokrągleniu do pełnych złotych.

Elementem konstrukcyjnym umowy zawieranej na odległość jest brak jednoczesnej obecności stron przy jej zawarciu. Jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość jest szeroko ujęty obowiązek informacyjny. Jest on rozbudowany we wszystkich stadiach, tj. zarówno przed, jak i po zawarciu umowy. Ustawodawca wprowadził obowiązek potwierdzenia konsumentowi na piśmie wszystkich istotnych właściwości świadczenia. Pisemne potwierdzenie pozwala konsumentowi na weryfikację informacji podawanych przez Przedsiębiorcę oraz stanowi dowód przy dochodzeniu swoich praw w razie nienależytego wykonania umowy. W związku z tym Prezes Urzędu stwierdził brak okoliczności łagodzących, ponieważ praktyka polegająca na niedopełnieniu obowiązku potwierdzenia konsumentom na piśmie informacji, może wzmocnić skutki praktyki polegającej na niepodawaniu w ogóle określonych informacji, co w efekcie może doprowadzić do sytuacji, gdy konsumenci nie będą korzystać z przysługujących im uprawnień. Ustalona w ten sposób kwota kary w kwocie 3.719 zł. (słownie: trzy tysiące siedemset dziewiętnaście złotych) stanowi (tajemnica przedsiębiorcy) % przychodu Przedsiębiorcy za 2009 r. i (tajemnica przedsiębiorcy) % kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że tak ustalona kara prawidłowo spełni zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń zarówno przez Przedsiębiorcę, jak i innych przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w handlu elektronicznym.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie IV.3 sentencji niniejszej decyzji.

Ad V. sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 tej ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów tejże ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Przedmiotowe postępowanie wykazało, iż Przedsiębiorca

dopuszczył się stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu uznał – w zakresie określonym w pkt I, II i III sentencji decyzji – działania Przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 263 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia pism urzędowych. Kosztami niniejszego postępowania są koszty doręczenia Przedsiębiorcy – stronie postępowania pism urzędowych.

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił obciążyć przedsiębiorcę Marcina Gontarza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą „BRAVA computer Polska” w Warszawie kwotą 38,05 zł (słownie: trzydzieści osiem złotych 05/100).

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w punkcie V sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Przedsiębiorca jest zobowiązany do wpłaty kary pieniężnej w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Koszty niniejszego postępowania Przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

Jednak w przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 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 niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów
Dyrektor Delegatury*

Barbara Romańczak-Graca

Otrzymuje:

Marcin Gontarz

prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą
BRAVA computer Polska

BRAVA.pl,

ul. Sklepowa 7

02-482 Warszawa