



Gdańsk, dnia 26 września 2013r.

RGD.61/16/12/13/IPW

DECYZJA Nr.11/2013

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy: Z. Rz., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz.,

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom pełnych i rzetelnych informacji poprzez:

1) niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 66¹ § 2 pkt 3 i § 3 kodeksu cywilnego,

2) informowanie, w Regulaminie sklepu internetowego (...) Z. Rz., na stronie: (...) , iż:

a) *Ceny prezentowane w Sklepie mają wyłącznie charakter orientacyjny [...] Podawane w sklepie ceny towarów nie określają ceny dostawy do Klienta, która ustalana jest odrębnie dla każdego zamówienia składanego przez klienta i której wysokość zależy od wartości zamówienia, daty realizacji zamówienia, dostępności towaru oraz warunków i sposobu realizacji dostawy i wykazywana jest odrębnie przy każdym zamówieniu.*

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 9 ust. 1 pkt 3 i pkt 5 oraz ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

b) *Klient ma prawo odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w ciągu 10 dni od złożenia zamówienia na warunkach, które określa ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),*

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

c) *W przypadku zwrotu towaru, klient otrzymuje na wskazane w „Formularzu zwrotu towaru” konto cenę uiszczoną tytułem nabycia towaru pomniejszoną o koszty wykonania przelewu i dostawy towaru,*

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w 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. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

3) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat *warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym postępuje się usługodawca,*

co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.),

4) niezamieszczenie na stronie sklepu internetowego (...) Z. Rz. (...) informacji o: adresie zamieszkania (siedzibie) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany - wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, z późn. zm.);

i nakazuje się zaniechanie stosowania tej praktyki.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Z. Rz., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz., polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom pełnych i rzetelnych informacji poprzez zamieszczenie w Regulaminie korzystania ze sklepu internetowego na stronie (...) postanowienia o treści:

Nie wysyłamy zamówienia przed otrzymaniem wpłaty, również w przypadku przesłania dowodu nadania,

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 11 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 3 czerwca 2013 r.

III. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu we wzorcu umownym pn. Regulamin postanowienia o treści: *Kupujący odbierający przesyłkę jest zobowiązany do sprawdzenia, czy przesyłka nie posiada uszkodzeń powstałych w czasie transportu, śladów otwierania. Warunkiem rozpatrzenia ewentualnej reklamacji jest spisanie w obecności pracownika firmy spedycyjnej Protokołu Reklamacji*



- uznanego za postanowienie niedozwolone i wpisane do Rejestru postanowień wzorców uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod poz. 1871, 1889 i 1993 oraz nakazuje się zaniechanie ich stosowania.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. 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 -

nakłada się na przedsiębiorcę Z. Rz., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz., kary pieniężne w wysokości:

- 1) 221 zł (słownie: dwieście dwadzieścia jeden złotych), płatną do budżetu państwa z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt I 1) i 3) niniejszej decyzji,
- 2) 133 zł (słownie: sto trzydzieści trzy złote), płatną do budżetu państwa z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt I 2 a) niniejszej decyzji,
- 3) 221 zł (słownie: dwieście dwadzieścia jeden złotych), płatną do budżetu państwa z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt I 2 b i c) niniejszej decyzji,
- 4) 221 zł (słownie: dwieście dwadzieścia jeden złotych), płatną do budżetu państwa z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt I 4) niniejszej decyzji,
- 5) 166 zł (słownie: sto sześćdziesiąt sześć złotych), płatną do budżetu państwa z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt II niniejszej decyzji,
- 6) 176 zł (słownie: sto siedemdziesiąt sześć złotych), płatną do budżetu państwa z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt III niniejszej decyzji.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -



obciąża się przedsiębiorcę Z. Rz., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz. w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 36 złotych (słownie: trzydzieści sześć złotych) w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

- VI. Na podstawie art.105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. 2013, poz. 267 t.j.), w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu, przeciwko przedsiębiorcy: Z. Rz., prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz., umarza się postępowanie w części dotyczącej stosowania przez przedsiębiorcę praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat *trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line*, co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. nr 144, poz. 1204 ze zm.).

UZASADNIENIE

- [1] Dnia 22 lutego 2012 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura w Gdańsku otrzymał drogą elektroniczną na adres gdansk@uokik.gov.pl zawiadomienie konsumenta o podejrzeniu stosowania przez skarżonego przedsiębiorcę - Z. Rz., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz., praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U., Nr 50, poz. 331 ze zm.).

W toku podjętych czynności ustalono, że skarżony przedsiębiorca uczestniczy w obrocie w ramach prowadzonej sprzedaży telefonów komórkowych, za pośrednictwem sklepu internetowego prowadzonego pod adresem (...).

Prezes Urzędu dokonał analizy informacji znajdujących się na stronie sklepu internetowego firmy (...) Z. Rz. tj. (...) (dowód: karta: 6-11)

- [2] W wyniku podjętych czynności Prezes Urzędu stwierdził, iż istnieje uzasadnione podejrzenie, iż skarżony przedsiębiorca dopuszcza się stosowania praktyk, o których mowa w art. 24 ust 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Analiza stosowanego w ramach prowadzonej sprzedaży za pośrednictwem Internetu „Regulaminu” wykazała, że zawiera on postanowienie wpisane do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c. - zwanego dalej „Rejestrem” - których stosowanie może prowadzić do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów, określonego w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...), a także ustalono, że zapisy zawarte na stronie internetowej sklepu, określające warunki sprzedaży,



naruszają obowiązki przedsiębiorcy w zakresie określonym w ustawie z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 z późn. zm.) oraz w ustawie z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.). Wstępnie ustalono także, że praktyki stosowane przez przedsiębiorcę mogą naruszać zbiorowy interes konsumentów poprzez naruszenie obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

[3] W związku z powyższym postanowieniem nr 263 z dnia 6 września 2012 r. Prezes UOKiK wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę Z. Rz., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz. (zwany dalej: przedsiębiorcą, (...)), praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie (...).

[4] W ramach postępowania Prezes UOKiK podniósł zarzut braku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

1) niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 66¹ § 2 pkt 3 i § 3 kodeksu cywilnego,

2) informowanie, w Regulaminie sklepu internetowego (...) Z. Rz., na stronie: (...), iż:

a) Ceny prezentowane w Sklepie mają wyłącznie charakter orientacyjny [...] Podawane w sklepie ceny towarów nie określają ceny dostawy do Klienta, która ustalana jest odrębnie dla każdego zamówienia składanego przez klienta i której wysokość zależy od wartości zamówienia, daty realizacji zamówienia, dostępności towaru oraz warunków i sposobu realizacji dostawy i wykazywana jest odrębnie przy każdym zamówieniu.

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 9 ust. 1 pkt 3 i pkt 5 oraz ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

b) Nie wysyłamy zamówienia przed otrzymaniem wpłaty, również w przypadku przestania dowodu nadania,

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 11 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

c) Klient ma prawo odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w ciągu 10 dni od złożenia zamówienia na warunkach, które określa ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz



odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

d) *W przypadku zwrotu towaru, klient otrzymuje na wskazane w „Formularzu zwrotu towaru” konto cenę uiszczoną tytułem nabycia towaru pomniejszoną o koszty wykonania przelewu i dostawy towaru,*

co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w 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. Nr 22, poz. 271 ze zm.),

3) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz.(...) informacji na temat :

a) *warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,*

co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.),

b) *trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line,*

co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.),

4) niezamieszczenie na stronie sklepu internetowego (...) Z. Rz. (...) informacji o:

adresie zamieszkania (siedzibie) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany - wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, z późn. zm.);

[5] Kolejny zarzut dotyczył stosowania we wzorcu umowy pod nazwą: „Regulamin” postanowienia umownego wpisanego na podstawie art. 479⁴⁵ k.p.c. do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone o treści: *„Kupujący odbierający przesyłkę jest zobowiązany do sprawdzenia, czy przesyłka nie posiada uszkodzeń powstałych w czasie transportu, śladów otwierania. Warunkiem rozpatrzenia ewentualnej reklamacji jest spisanie w obecności pracownika firmy spedycyjnej Protokołu Reklamacji”*,

- uznanego za postanowienie niedozwolone i wpisane do Rejestru postanowień wzorców uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów m.in. pod poz. 1993.

[6] W odpowiedzi na zawiadomienie Prezesa Urzędu z dnia 6 września 2012 r. przedsiębiorca w piśmie z dnia 15 grudnia 2012 r. (dowód: karta 21) oświadczył co następuje:



„[...] informuję, iż sklep został zrobiony próbnie przez informatyka na moje polecenie, ale umieścił on tam regulamin i inne dane próbnie bez mojej wiedzy. Gdy otrzymałem pismo do Państwa niezwłocznie się do niego dostosowałem usuwając punkty w w/w piśmie niezgodne lub sprzeczne z ustawami i uzupełniłem o brakujące dane.”

Następnie, w piśmie z dnia 10 kwietnia 2013 r. (dowód: karta 33) przedsiębiorca wyjaśnił, iż:

„[...] sklep internetowy o nazwie (...) został stworzony próbnie przez informatyka, do dnia dzisiejszego jest modyfikowany, gdyż on pracy nie dokończył a ja w tej formie go nie przejąłem i istnieje w formie testowej ponieważ informatyk tworząc ten sklep nie umiejętnie go wykonał, na co wskazuje sam wygląd, opis, jaki znikoma ilość towaru w sprzedaży.”

Ponadto przedsiębiorca podniósł, iż modernizacji sklepu dokonała jego żona w 2012 poprzez ustanowienie w nim regulaminu, opisu przedmiotów i danych przedsiębiorcy, o czym poinformowała Z. Rz. 8 kwietnia 2012 r.

W tym samym piśmie przedsiębiorca oświadczył, że: „[...] gdy otrzymałem pismo z dnia 06.09.2012 r. UOKiK które poinformowało mnie o działaniu sklepu, zdziwił mnie fakt że w owym sklepie jest regulamin, na który powołuje się urząd jak i opisy które mogą naruszać interesy i prawa konsumentów ponieważ nie wiedziałem że informatyk nie usunął sklepu z Internetu a co gorsza że ktoś bez mojej wiedzy umieścił w nim regulamin i moje dane, gdy dostałem powyższe pismo niezwłocznie poinformowałem informatyka aby te niezgodności usunął gdyż sprawę zgłoszę na policję ponieważ zostały tam umieszczone bez mojej wiedzy i żeby sklep doprowadził do należytego stanu tak abym mógł z niego korzystać, z moich informacji wynika iż jest w trakcie prac, a wcześniejsze niezgodności niezwłocznie usunął”.

- [7] W toku prowadzenia postępowania poprzedzającego wydanie niniejszej decyzji, Prezes UOKiK - Delegatura w Gdańsku otrzymał również pisma Pani K. Rz. (żony skarżonego przedsiębiorcy).

W pierwszym z nich - otrzymanym 21 listopada 2012 r. Pani K. Rz. poinformowała, iż pomyłkowo, przez przypadek odebrała wezwanie Prezesa UOKiK z dnia 6 września 2012 r., adresowane na jej męża - Z. Rz., i że nie jest w stanie mu go przekazać, gdyż nie ma kontaktu z Panem Rz., a dodatkowo ww. Pismo zagubiła. Poprosiła o ponowne przesłanie wezwania do Pana Z. Rz. na adres : (...). (dowód: karta 14).

Wraz z pismem przedsiębiorcy z dnia 10 kwietnia 2013 r. Prezes Urzędu otrzymał oświadczenie Pani K. Rz. o następującej treści:

„Pragnę oświadczyć, iż wszelkie zmiany, próby regulaminu oraz opis przedmiotów w sklepie internetowym (...) w styczniu 2012 r. dokonywałam osobiście oraz korzystałam z pomocy informatyka wprowadzając tam dane mojego męża bez jego wiedzy. Podczas, gdy informatyk wykonywał prace na panelu internetowym sklepu ja nie miałam do niego dostępu, a po źle wykonanej i nieskończonej pracy ponieważ nie zapłaciłam informatykowi za źle wykonaną pracę on zablokował mi dostęp do tego sklepu i nie miałam wpływu na dalsze działania. Męża o fakcie powiadomiłam dnia 8 kwietnia 2013 r. gdy on powiadomił mnie, iż sprawą



zainteresował się UOKiK, ja nie wiedziałam, iż mogę w ten sposób narazić na kalus odpowiedzialność mojego męża.” (dowód: karta 35).

- [8] W piśmie z dnia 12 kwietnia 2013 r. przedsiębiorca poinformował Prezesa Urzędu, iż sklep internetowy (...) w roku 2012 uzyskał przychód w kwocie (...) zł. (dowód: karta 36)

Wraz z pismem z dnia 1 lipca 2013 r. przedsiębiorca doręczył swoje zeznanie o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) w roku podatkowym 2012 r. (PIT-36), z którego wynika, iż w roku 2012 r. przychód przedsiębiorcy z prowadzonej przez niego działalności gospodarczej wyniósł (...) zł (słownie: (...)) (dowód: karta 49-52).

Prezes UOKiK ustalił, co następuje:

- [9] Przedsiębiorca Z. Rz. prowadzi jednoosobową działalność gospodarczą pod nazwą: (...) Rz. Z. w Sz.. W ramach prowadzonej działalności zajmuje się także sprzedażą telefonów komórkowych za pośrednictwem sklepu internetowego (...) Klientami sklepu internetowego mogą być zarówno osoby fizyczne dokonujące zakupów niezwiązanych bezpośrednio z działalnością gospodarczą lub zawodową, a także podmioty profesjonalne.
- [10] Kontrola działalności prowadzonego pod adresem (...) sklepu internetowego wykazała, że postanowienia „Regulaminu” tego sklepu mogą naruszać interesy konsumentów poprzez zawarcie w nim niedozwolonej klauzuli umownej o treści: *„Kupujący odbierający przesyłkę jest zobowiązany do sprawdzenia, czy przesyłka nie posiada uszkodzeń powstałych w czasie transportu, śladów otwierania. Warunkiem rozpatrzenia ewentualnej reklamacji jest spisanie w obecności pracownika firmy spedycyjnej Protokołu Reklamacji”*
- [11] Do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone - zwanego dalej „Rejestrem” - zostały wpisane, na podstawie art. 479⁴⁵ k.p.c., postanowienia, które są tożsame z przedmiotową klauzulą zakwestionowaną przez Prezesa UOKiK. Są to postanowienia o następującej treści:
- *„W przypadku braku Nagrody w przesyłce, uszkodzeń mechanicznych powstałych w czasie transportu reklamacja zgłoszona Organizatorowi będzie rozpatrzona wyłącznie wtedy, gdy Uczestnik doręczy Organizatorowi wraz z reklamacją protokół sporządzony przez przewoźnika/doręczyciela, z którego jasno wynikać będzie, że uszkodzenie Nagrody nastąpiło w czasie transportu, albo że nie było jej w przesyłce” (§ 15 ust 1 Regulaminu)* (wpis na podstawie wyroku SOKiK z dnia 21.04.2010r. o sygn. akt XVII AmC 543/09 pod pozycją 1993);
 - *„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 na podstawie wyroku SOKiK z dnia 4.11.2009r. o sygn. akr XVII AmC 1066/09 pod pozycją 1889)
 - *„Towar uszkodzony przez pocztę - może być reklamowany, jeżeli został spisany odpowiedni protokół - w obecności poczty”* (wpis na podstawie wyroku SOKiK z dnia 28.01. 2010r. o sygn. akt XVII AmC 633/09 pod pozycją 1871)
- [12] Ponadto, Prezes UOKiK podniósł zarzut braku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez:



- niepowiadanie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy,
- informowanie konsumentów, iż ceny prezentowane w sklepie mają jedynie charakter orientacyjny - co narusza obowiązki wskazane w art.9 ust. 1 pkt 3 i 5 oraz ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów [...],
- nakładanie na konsumenta obowiązku zapłaty ceny przed otrzymaniem świadczenia, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 11 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów [....],
- określenie rozpoczęcia biegu terminu do odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość poprzez zastrzeżenie terminu dziesięciu dni od złożenia zamówienia, zamiast dziesięciu dni od otrzymania towaru, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów,
- nakładanie na konsumenta, w przypadku odstąpienia od umowy, obowiązku zapłaty kosztów wykonania przelewu i dostawy towaru, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności [...],
- niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat:
 - warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.),
 - trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez Przedsiębiorcę usługi on-line, co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.),
- niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji o:
 - adresie zamieszkania (siedzibie) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany - wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów [...].

[13] Zgodnie z dokonany w dniu 3 czerwca 2013 roku ze strony (...) wydrukiem wzorca umowy o nazwie „Regulamin” dokonano jednej zmiany polegającej na wykreśleniu postanowienia o treści:

„Nie wysyłamy zamówienia przed otrzymaniem wpłaty, również w przypadku przestania dowodu nadania” (dowód: karta 39-41).

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

[14] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy



zagrożony został w niej interes publicznoprawny, stosownie bowiem do art. 1 ust. 1 ustawy ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach powołanej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie poszczególnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy.

Zgodnie z orzecznictwem sądów polskich interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu [por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 stycznia 1991 r. sygn. akt Amr 8/90; wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 29 maja 2001 r., I CKN 1217/98, (OSNC 2002 nr 1, poz. 13) z dnia 28 stycznia 2002 r., sygn. akt I CKN 112/99, (OSNC 2002 nr 11, poz. 144)].

Rozpatrywana sprawa ma, w ocenie Prezesa Urzędu, charakter publicznoprawny, albowiem dotyczy ochrony interesu nie poszczególnych osób, tj. interesów indywidualnych, ale szerszej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być klientami przedsiębiorcy tj. interesu zbiorowego. Jednocześnie, zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

[15] Z. Rz., prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą (...) Z. Rz. w Sz. jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, odpowiednio do którego pod tym pojęciem rozumie się m.in. przedsiębiorcę w znaczeniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz.U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 ze zmianami), w której, stosownie do art. 4, przyjęto, iż:

- 1) przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą,
- 2) za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Zdaniem Prezesa UOKiK zupełnie bez znaczenia są okoliczności przywołane przez przedsiębiorcę w pismach z dnia 15 grudnia 2012 r. (odwód: karta ...) oraz z dnia 10 kwietnia 2013 r. (dowód: karta ...), jak również podniesione w oświadczeniu Pani K. Rz. dnia 10 kwietnia 2013 r. (dowód: karta ...), w których Przedsiębiorca próbuje się usprawiedliwić brakiem dostępu do strony internetowej swojego sklepu oraz samowolnym działaniem małżonki w porozumieniu z informatykiem działającym na jego zlecenie. Z. Rz., jako samodzielny podmiot prawa, działający w obrocie gospodarczym i posiadający status przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ponosi pełną odpowiedzialność za podejmowane przez siebie czynności, w tym za informacje znajdujące się na stronie internetowej prowadzonego przez niego sklepu. Kwestie nielegalnego wykorzystywania danych osobowych przedsiębiorcy, bądź też bezprawnego zamieszczenia na jego stronie internetowej informacji bez jego zgody, nie mają wpływu na ocenę działań przedsiębiorcy przez Prezesa UOKiK w kontekście ustawy o ochronie konkurencji i konsumenten-



tów. Nie wyklucza to oczywiście podjęcia przez przedsiębiorcę stosownych działań takich jak np. zgłoszenie zawiadomienia o możliwości popełnienia przestępstwa organom ścigania (mimo złożonych deklaracji Przedsiębiorca nie dostarczył Prezesowi Urzędu żadnych dowodów, iż tego dokonał).

[16] W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, przedsiębiorcy postawiono zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Odpowiednio do art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a odpowiednio do ust. 2 tego artykułu przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, niezbędne jest zatem wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:

- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji przedsiębiorca-konsument,
- stanowią działanie bezprawne,
- naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

[17] Zgodnie z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. W przedmiotowej sprawie okoliczność, że przedsiębiorca oferuje sprzedaż telefonów komórkowych za pośrednictwem strony internetowej wszystkim potencjalnym odbiorcom w tym konsumentom nie budzi wątpliwości, co przesądza jednocześnie o tym, iż pierwszą z przesłanek należy uznać za spełnioną.

Ad pkt I sentencji decyzji

Przesłanki naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

[18] Odnosząc się do przesłanki bezprawności wskazanej w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie (...), tj. bezprawności działań przedsiębiorcy, stwierdzić należy, iż bezprawność rozumie się jako sprzeczność zachowania danego podmiotu z przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego. Chodzi tu mianowicie o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tzn. niezależnym od wystąpienia szkody, czy zaistnienia zamiaru po stronie podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Podkreślenia wymaga okoliczność, że przepisy ustawy o ochronie (...) nie definiują pojęcia bezprawności działań przedsiębiorcy, na co zwrócił uwagę SOKiK w wyroku z dnia 23.06.2006r. (sygn. akt XVII Ama 32/05), stwierdzając, iż art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie (...) z 15 grudnia 2000r. - którego odpowiednikiem w ustawie o ochronie (...) z dnia 16 lutego 2007r. jest art. 24 ust. 2 - 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, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem.

[19] W ramach postępowania postawiono przedsiębiorcy zarzut stosowania niezgodnej z prawem praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zarzuty te dotyczyły:

- 1) niepowiadomienia konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy,
- 2) informowania konsumentów, iż ceny prezentowane w sklepie mają jedynie charakter orientacyjny - co narusza obowiązki wskazane w art.9 ust. 1 pkt 3 i 5 oraz ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów [...],
- 3) określenia rozpoczęcia biegu terminu do odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość poprzez zastrzeżenie terminu dziesięciu dni od złożenia zamówienia, zamiast dziesięciu dni od otrzymania towaru, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów,
- 4) nakładanie na konsumenta, w przypadku odstąpienia od umowy, obowiązku zapłaty kosztów wykonania przelewu i dostawy towaru, co jest sprzeczne z zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności [...],
- 5) niezamieszczenia w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat:
 - warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.),
- 6) niezamieszczenia w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat:
 - adresu zamieszkania (siedzibie) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany - wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów [...].

Zamieszczenie we wzorcu umownym, jakim niewątpliwie jest Regulamin znajdujący się na stronie sklepu internetowego, postanowień sprzecznych z przepisami ustaw, jak i zaniechanie zamieszczenia w nim prawem nakazanych informacji może w świetle art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

[20] Cechą charakterystyczną świadczenia usług w systemie sklepu internetowego jest brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość.



Jak wskazuje się w literaturze przedmiotu¹, zawieranie umowy przy pomocy technik komunikowania się na odległość wiąże się z pewnym niebezpieczeństwem i ryzykiem spowodowanym brakiem jednoczesnej obecności obu stron oraz zawieraniu umowy, bez możliwości zapoznania się przez konsumenta z przedmiotem świadczenia. Dodatkowe trudności z przygotowaniem treści przyszłej umowy w sposób uwzględniający wymagania współpracy kontraktowej, a także trudności z dochodzeniem odpowiedzialności na wypadek niewłaściwego wykonania umowy, wymagają rozwiniętego obowiązku informacyjnego, który ciąży przede wszystkim na kontrahencie konsumenta.

Oferta przedsiębiorcy oraz możliwość zawarcia umowy, także przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, kierowana jest do konsumenta przeciętnego.

Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 8 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), przez przeciętnego konsumenta rozumie się osobę wyedukowaną, rozważną, krytyczną, a także świadomą swoich praw. Przeciętny konsument posiada pewien zasób wiedzy oraz doświadczenie życiowe, dzięki czemu potrafi samodzielnie analizować adresowane do niego wypowiedzi i przekazy informacyjne. Przeciętny konsument jest dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych - charakterystycznych dla środowiska, w którym funkcjonuje. Takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegający na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, jednak - z drugiej strony - nie można założyć, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Przyjąć należy, że przeciętny konsument ma pełne prawo określonych rzeczy nie wiedzieć. Z tych też względów to na jego kontrahencie, przedsiębiorcy, profesjonalistcie spoczywa zarówno obowiązek udzielenia konsumentowi, w sposób dla niego zrozumiały, pełnej i wyczerpującej informacji, jak również wymóg prowadzenia działalności gospodarczej w taki sposób, iż respektowane są prawa jego klientów, w szczególności wynikające z obowiązujących aktów prawnych.

W polskim prawie wymagania informacyjne, jakie winien spełnić przedsiębiorca oferujący konsumentowi zawarcie umowy, na odległość, zawiera art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Katalog informacji określony tym przepisem jest dla przedsiębiorcy bezwzględnie wiążący, tzn. nie może go on modyfikować w dowolny dla siebie sposób, zawężać jego zakresu, minimalizować, przemilczać lub zatajać przed konsumentem choćby części wymaganych informacji.

[21] W przypadku (...) do zawarcia umowy dochodzi z chwilą, gdy adresat oferty złoży oferentowi (przedsiębiorcy), przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość jakim jest internet, oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Oznacza to, że w sprawie mamy do czynienia ze świadczeniem usługi drogą elektroniczną. Pod tym pojęciem, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną rozumie się „wykonanie usługi

¹ Łętowska E., Prawo umów konsumenckich, 2 wydanie, Warszawa 2002, s. 272-292.



świadczony bez jednoczesnej obecności stron (na odległość), poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy, przesyłanej i otrzymywanej za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, włącznie z kompresją cyfrową, i przechowywania danych, która jest w całości nadawana, odbierana lub transmitowana za pomocą sieci telekomunikacyjnej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne”.

Stosunki prawne w zakresie handlu elektronicznego można klasyfikować według sposobu wykonania umowy. Ten podział pozwala opisać tzw. transakcje bezpośrednie oraz transakcje pośrednie. Transakcje bezpośrednie występują wówczas, gdy przedmiotem umowy są dobra zapisane w postaci elektronicznej. W tego typu transakcjach możliwe jest nie tylko zawarcie umowy za pośrednictwem sieci, ale również jej wykonanie. Ich przedmiotem mogą być na przykład pliki programów komputerowych, pliki dźwięków do telefonów komórkowych, dostęp do elektronicznych baz danych lub aplikacji, usługi bankowości elektronicznej. Transakcje pośrednie charakteryzują się jedynie możliwością zawarcia umowy za pośrednictwem sieci. Wykonanie takiej umowy wiąże się natomiast z koniecznością wykorzystania tradycyjnych sposobów dostawy (poczta, przesyłki kurierskie). Aby doszło do wykonania takich umów, konieczne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. Transakcje pośrednie są typowymi stosunkami zawieranymi w sklepach internetowych, które oferują dobra materialne np. książki, płyty CD, urządzenia gospodarstwa domowego (patrz: A. Stosio „Umowy zawierane przez Internet”, Warszawa 2002, s. 213-214; P.Podrecki „Prawo Internetu”, Warszawa 2004, LexisNexis, s. 43).

Natomiast w myśl art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności drukowanego lub elektronicznego formularza zamówienia niezadresowanego lub zaadresowanego, poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, są umowami na odległość, jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

[22] W niniejszej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczącym usługi drogą elektroniczną i zawierającym z konsumentami umowy na odległość. Tego rodzaju transakcje należy zaliczyć do transakcji pośrednich, dla wykonania których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. A zatem zakresem przedmiotowym ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną objęte będą wyłącznie wszystkie czynności związane z zawarciem umowy, dokonywane on-line. Natomiast do zawieranej przez przedsiębiorcę z konsumentem umowy związanej z materialnym obrotem towarowym zastosowanie mają przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz kodeksu cywilnego.

[23] Poddając analizie kolejną przesłankę zastosowania art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) należy wykazać, iż bezprawne było działanie (...), opisane w punktach 1 - 6 - powyżej.

[24] Ad [19] 1

W myśl art. 66¹ § 1 kc oferta złożona w postaci elektronicznej wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie. Przedsiębiorca



składający ofertę w postaci elektronicznej jest obowiązany przed zawarciem umowy poinformować drugą stronę w sposób jednoznaczny i zrozumiały m.in. o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (art. 66¹ § 2 pkt 3 kc). Przepis ten nie określa w jaki sposób przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta o tej okoliczności. Nakłada jedynie obowiązek informacyjny o sposobie utrwalenia i zabezpieczenia umowy przed nieuprawnioną ingerencją oraz sposobie dostępu konsumenta do jej treści.

Przedsiębiorca nie zwał tego typu informacji w stosowanym przez siebie „Regulaminie” naruszając tym samym wskazany przepis kodeksu cywilnego.

Opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepis art. 66¹ § 2 pkt 3 kc niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty kupna, przedstawionej na witrynie internetowej, zawiera z przedsiębiorcą umowę sprzedaży tego towaru oraz dostarczenia go na wskazany przez siebie adres. Dlatego też, w celu określenia warunków na jakich ww. czynności mają być wykonane oraz praw i obowiązków obu stron tej umowy, niezbędnym jest potwierdzenie konsumentowi, przez przedsiębiorcę, treści zawartej umowy. Konsument musi więc zostać poinformowany, w jaki sposób powyższy obowiązek zostanie spełniony, gdyż ma to dla niego istotne znaczenie przy dochodzeniu ewentualnych roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę (art. 66¹ § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego).

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż zaniechanie podania przez (...) powyższych informacji jest działaniem bezprawnym i godzi w zbiorowy interes konsumentów.

[25] Ad [19] 2

Zgodnie z postanowieniami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...], konsument, który zawarł umowę na odległość, powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość o cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki oraz o kosztach oraz terminie i sposobie dostawy (art. 9 ust. 1 pkt 3) i 5)).

W myśl art. 3 ust. 1 pkt 1) ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. (Dz.U.2013.385 - tj.) „cena” oznacza wartość wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę; w cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu podatkiem od towarów i usług oraz podatkiem akcyzowym.

Dlatego, zdaniem Prezesa Urzędu, sformułowanie zawarte w „Regulaminie” sklepu internetowego: *Ceny prezentowane w Sklepie mają wyłącznie charakter orientacyjny [...] Podawane w sklepie ceny towarów nie określają ceny dostawy do Klienta, która ustalana jest odrębnie dla każdego zamówienia składanego przez klienta i której wysokość zależy od wartości zamówienia, daty realizacji zamówienia, dostępności towaru oraz warunków i sposobu realizacji dostawy i wykazywana jest odrębnie przy każdym zamówieniu, uznać należy za niespełniające wymogów wskazanych w przywołanych przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...].*

[26] Ad [19] 3



Zgodnie z postanowieniami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...], konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy (art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1). W myśl art. 7 ust. 1 tej ustawy „Konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowane oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni w sposób określony w art. 10 ust.1”. Natomiast art. 10 ust. 1 wskazuje, iż „Termin dziesięciodniowy, w którym konsument może odstąpić od umowy, liczy się od dnia wydania rzeczy [...]”.

Stąd też postanowienie o treści: „Klient ma prawo odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w ciągu 10 dni od złożenia zamówienia na warunkach, które określa ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), zawarte w regulaminie sklepu internetowego uznać należy za niezgodne z cytowanym przepisem. Odmienne bowiem niż ustawa określa ono początek biegu dziesięciodniowego terminu w którym konsument ma prawo odstąpić od umowy, na chwilę „złożenia zamówienia”, co powoduje pogorszenie sytuacji konsumenta, gdyż zdecydowanie skraca przyznany ustawowo, czas na podjęcie decyzji o ewentualnym odstąpieniu od zawartej umowy.

Zdaniem Prezesa Urzędu skutku tego nie niweluje dodane w drugiej części zdania stwierdzenie: *na warunkach, które określa ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)*. Może ono wręcz wywołać u konsumenta mylne przekonanie, iż tak określony początek biegu terminu na odstąpienie od umowy jest zgodny z ww. ustawą.

[27] Ad[19] 4

Zgodnie z postanowieniami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy (art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1). W myśl art. 7 ust. 3 tej ustawy „W przypadku 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. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.”

Mając na uwadze treść powyższych przepisów prawnych, zdaniem Prezesa Urzędu, niezgodne z prawem jest oddanie konsumentowi, korzystającemu z prawa do odstąpienia od umowy w ww. terminie, jedynie części opłaty którą poniósł w wysokości odpowiadającej wartości zakupionego towaru, po potrąceniu kosztów wykonania przelewu i dostawy towaru, a niezwrócenie mu kosztów wysyłki, jak ma to miejsce w niniejszej sprawie. (W przypadku zwrotu towaru, klient otrzymuje na wskazane w „Formularzu zwrotu towaru” konto cenę uiszczoną tytułem nabycia towaru pomniejszoną o koszty wykonania przelewu i dostawy towaru).

Oceniając działanie (...) pod kątem naruszenia zasady określonej w powyżej powołanym przepisie prawnym ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów



[...]dodatkowo wskazać należy, iż w wyroku z dnia 15 kwietnia 2010 roku Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej „ETS”) orzekł, iż koszty wysyłki towaru nie powinny obciążać konsumenta, który odstępuje od umowy zawartej z przedsiębiorcą na odległość. Innymi słowy, w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, przedsiębiorca nie ma prawa żądać od niego zwrotu kosztów wysyłki towaru. Strony mają wówczas obowiązek zwrotu jedynie wzajemnych świadczeń - konsument na własny koszt odsyła towar, natomiast przedsiębiorca zwraca otrzymaną cenę. Uzasadniając swoje stanowisko ETS wskazał, iż dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość definiuje umowę zawieraną na odległość jako „każdą umowę dotyczącą towarów lub usług zawartą między konsumentem i dostawcą (rozumianym jako każdy przedsiębiorca, który w umowach objętych dyrektywą działa w granicach swojej działalności) w ramach systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, zorganizowanego przez dostawcę, który do celów umowy wykorzystuje wyłącznie jeden lub kilka środków porozumiewania się na odległość do momentu zawarcia umowy wyłącznie”. Takimi środkami porozumiewania się na odległość są m. in. internet, media drukowane (np. formularze, listy seryjne, katalogi, reklamy prasowe), środki komunikacji telefonicznej (w tym telefon, automatyczne urządzenie wywołujące, telefaks) oraz środki komunikacji radiowej i telewizyjnej (radio, telewizja, wideotekst). Każdy konsument, który zawiera umowę w wyżej opisany sposób ma prawo odstąpienia od niej. Dyrektywa stanowi, że termin do odstąpienia nie może wynosić mniej niż siedem dni roboczych (w Polsce wynosi on 10 dni kalendarzowych) bez żadnych sankcji i bez konieczności podawania powodu odstąpienia. W razie skorzystania przez kupującego z prawa odstąpienia od umowy, przedsiębiorca zobowiązany jest do zwrócenia mu zapłaconej ceny bez dodatkowych kosztów. Nie może on również ponosić z tytułu wykonywania przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy żadnych opłat poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów. ETS podkreślił, że cel dyrektywy to bez wątpienia zapobieganie zniechęcaniu konsumenta do skorzystania z przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy. Obciążenie konsumenta nie tylko kosztami odesłania towarów, lecz również ich wysyłki mogłoby zaburzyć zrównoważony podział ryzyka pomiędzy stronami w umowach zawieranych na odległość, przez przeniesienie na konsumenta całości kosztów związanych z transportem towarów.

Powyższy wyrok ETS ma również znaczenie dla polskich przedsiębiorców oraz konsumentów zawierających umowy na odległość, których prawa i obowiązki reguluje ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów [...], która wprowadziła do polskiego systemu prawnego przepisy dyrektywy, będącej przedmiotem wyroku ETS. Dlatego też również do interpretacji polskiej ustawy niezbędna jest znajomość m.in. omawianego wyroku (patrz „Odstąpienie od umowy a zwrot kosztów wysyłki” oprac. B.Jureczek, A. Wrona / Kancelaria Prawna M. Szulikowski i Partnerzy <http://www.egospodarka.pl/article/articleprint/52641/-1/84>).

Tym samym, jak wynika z treści art. 7 ust. 3 ustawy o prawach konsumentów rezygnacja z zakupionego w sklepie internetowym towaru w ustawowym terminie 10 dni nie upoważnia (...) do pobierania jakichkolwiek opłat z tego tytułu, ani też do zatrzymania części należności uiszczonych przez konsumenta w wysokości odpowiadającej kosztom wykonania przelewu i dostawy towaru. Zatem nie zwracanie konsumentowi pełnej opłaty jaką uiścił przedsiębiorcy jest działaniem bezprawnym, godzącym w ekonomiczny interes konsumenta, którego (...) obciąża



całym ryzykiem gospodarczym. Tym samym dochodzi do zachwiania równowagi pomiędzy sprzedającym a kupującym, na którego przenoszony jest cały ciężar kosztów związanych z transportem zakupionych towarów, jak również kosztów jego odesłania.

[28] Ad [19] 5

W myśl art. 8 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego jego udostępnienia usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Regulamin ten winien określać w szczególności warunki świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:

a) wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit a) tej ustawy),

Po myśli art. 8 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego jego udostępnienia usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. W niniejszej sprawie, (...) taki regulamin o nazwie „REGULAMIN” zamieściła na stronie internetowej pod adresem (...). W powyższym regulaminie przedsiębiorca nie zamieścił informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca. Taki obowiązek przewiduje zaś przepis art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Tym samym opisane wyżej zachowanie jest zachowaniem bezprawnym, polegającym na niewykonaniu obowiązku opisanego w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a tym samym niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Jak podkreślano powyżej obowiązkiem sprzedawcy wobec konsumenta jest wskazanie wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Będą to na przykład informacje dotyczące rodzajów przeglądarek internetowych prawidłowo współpracujących z daną witryną, konieczności posiadania dodatkowego oprogramowania, rozdzielczości dla jakiej jest zoptymalizowana strona internetowa. Zatem konsument, „otwierając” stronę internetową, powinien od razu uzyskać informację, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów. Zaniechanie podania przez przedsiębiorcę powyższych informacji godzi w prawo konsumenta do jasnej i pełnej informacji oraz może wpływać na podjęcie błędnych decyzji.

[29] Ad [19] 6

Kolejny zarzut postawiony przedsiębiorcy przez Prezesa UOKiK dotyczy niezamieszczenia w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat:

- adresu zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, do czego obliguje art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...].



Prezes Urzędu, jeszcze raz podkreśla, iż w świetle art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Przepis ten nie nakłada samodzielnie na przedsiębiorców obowiązków informacyjnych, a jedynie wskazuje, że naruszenie takich obowiązków przewidzianych w innych ustawach może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Dla udowodnienia przedmiotowej praktyki, konieczne jest zatem stwierdzenie naruszenia obowiązków informacyjnych ustanowionych w przepisach szczególnych.² Obowiązki takie nakładają na przedsiębiorcę m.in. ustawy wskazane powyżej.

W toku postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów Prezes UOKiK stwierdził na stronie internetowej (...) brak informacji o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, jego adresie zamieszkania oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany. Dane te są wymagane zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...], który stanowi, że konsument, w przypadku zawierania umowy na odległość - a tak jest w omawianej sprawie - powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, m.in. o imieniu i nazwisku (nazwie) i adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany. Natomiast na stronie internetowej (...) w Regulaminie” - znajdowały się jedynie informacje o tym, że: *Sklep internetowy (...) Z. Rz., znajdujący się na stronie internetowej pod adresem (...) umożliwi dokonywanie zakupów za pośrednictwem internetu.*

Przedsiębiorca podał zatem co prawda imię i nazwisko, jednakże nie wskazał wprost, iż jest to imię i nazwisko przedsiębiorcy, a jedynie nazwa sklepu. Ponadto nie wskazał ani adresu zamieszkania, ani organu, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, co w praktyce uniemożliwia kontakt z usługodawcą i dochodzenie roszczeń przez konsumenta. Uwidoczniony bowiem na stronie internetowej sklepu adres prowadzonej działalności gospodarczej jest do tego niewystarczający.

Analizując postawiony przedsiębiorcy zarzut należy wskazać, że obowiązek informacyjny wobec konsumenta jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość.³ Przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta przede wszystkim o swoim imieniu i nazwisku (nazwie) oraz o swoim adresie zamieszkania. Są to tzw. informacje podstawowe, które mają na celu umożliwienie prawidłowej identyfikacji usługodawcy.⁴ Nabiera to istotnego znaczenia w warunkach zawierania umów bez jednoczesnej obecności obu stron, w szczególności z wykorzystaniem sieci Internet, gdyż brak bezpośredniego kontaktu stron przyszłej umowy prowadzi do ich anonimowości i

² Dawid Miąsik [w:] Tadeusz Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa, 2009, s. 970

³ Ewa Łętowska, *Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz*. Warszawa 2001, s.57.

⁴ por. Łukasz Wroński, *Ochrona praw konsumentów w handlu elektronicznym*, Warszawa 2005, s.11 i 17;



może skutkować utrudnieniem lub uniemożliwieniem dochodzenia ewentualnych roszczeń przez konsumenta. W przypadku strony internetowej (...) stwierdzono powyżej opisane uchybienia obowiązku informacyjnego, wywiedzionego z ustaw szczególnych, polegające na niepodaniu części istotnych danych o przedsiębiorcy lub podaniu ich w sposób niepełny.

- [30] Reasumując, (...) nie czyniąc zadość nałożonym na niego przez ustawodawcę ww. zobowiązaniom, o których mowa w art. 66¹ § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego oraz art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną uchybił obowiązkowi udzielania swoim kontrahentom (konsumentom) rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Zasada ta została również naruszona poprzez informowanie przez (...) swoich kontrahentów (konsumentów), że: ceny mają charakter orientacyjny, zamówienie nie zostanie wysłane przed uiszczeniem wpłaty, że przysługuje im prawo odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od złożenia zamówienia, że w przypadku skorzystania z prawa odstąpienia w terminie 10 dni, nie otrzymają pełnej kwoty, którą uiszcili, co narusza odpowiednio zasady zawarte w art.: 9 ust. 1 pkt 3 i 5 oraz ust.2, art. 11 ust.1, art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 oraz srt. 7 ust. 3 ustawy o niektórych prawach konsumentów [...]. Zatem takie działanie uznac należy za bezprawne.

Wobec tego orzeczono jak w punkcie I sentencji.

Ad pkt II sentencji decyzji

- [31] W świetle przepisu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności polegające na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Jak już wcześniej wspomniano, przepis ten nie nakłada samodzielnie na przedsiębiorców obowiązków informacyjnych, a jedynie wskazuje, że naruszenie takich obowiązków przewidzianych w innych ustawach może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Dopuszczenia się opisanej w przepisie, o którym mowa praktyki wymaga zatem stwierdzenia naruszenia obowiązków informacyjnych ustanowionych w przepisach szczególnych.⁵ Obowiązki takie nakładają na przedsiębiorcę m.in. ustawy wskazane powyżej.

Zgodnie z art. 11 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...]umowa nie może nakładać na konsumenta obowiązku zapłaty ceny lub wynagrodzenia przed otrzymaniem świadczenia.

- [32] Mając powyższe na uwadze w ocenie Prezesa UOKiK, zamieszczenie w Regulaminie postanowienia o treści:

Nie wysyłamy zamówienia przed otrzymaniem wpłaty, również w przypadku przesłania dowodu nadania, uznać należy za sprzeczne ze wskazanym przepisem prawa.

⁵ Dawid Miąsik [w:] Tadeusz Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa, 2009, s. 970



Prezes Urzędu ustalił, iż od dnia 3 czerwca 2013 r. (dowód: karta 39-41 - screen ze strony (...)) Regulamin sklepu internetowego prowadzonego przez Z. Rz. pod adresem (...) nie zawiera już przedmiotowego postanowienia. Przedsiębiorca nie udowodnił w żaden sposób, iż wykreślenie tego postanowienia nastąpiło z datą wcześniejszą.

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. Należy mieć na względzie, iż zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów [...] „Ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, spoczywa na przedsiębiorcy.”

Wobec tego orzeczono jak w punkcie II sentencji.

Ad pkt III sentencji decyzji

Przesłanki naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

[33] Jak już wspomniano w niniejszej decyzji, zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów „za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego.

Należy w tym miejscu wskazać, iż wzorce umowne wykorzystywane przy zawieraniu umów z konsumentami mogą być poddane kontroli abstrakcyjnej. Kontroli abstrakcyjnej wzorca jako takiego (art. 479³⁶ – 479⁴⁵ k.p.c.) dokonuje się niezależnie od tego, czy postanowienia wzorca były, czy też nie były zastosowane przy konkretnej umowie. Kontrola taka obejmuje klauzule pojedyncze lub zbiorowe (cały wzorzec lub jego fragment). Oceny postanowień w wypadku kontroli abstrakcyjnej dokonuje Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wyłącznie do kompetencji tego Sądu należy uznanie postanowień wzorców umownych za niedozwolone. Art. 479⁴³ k.p.c. rozszerza prawomocność wyroku wydanego w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone na osoby trzecie. Skutek tzw. prawomocności rozszerzonej następuje od chwili wpisania wzorca umowy do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c. Konsekwencją umieszczenia postanowienia umownego w w/w rejestrze jest to, że postuluje się nim będzie miało skutek wprowadzenia do umowy elementu bezwzględnie przez prawo zakazanego. Wpis do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oznacza, że od tego momentu stosowanie takiej klauzuli jest zakazane we wszystkich wzorcach umownych. Powyższe stanowisko Prezesa Urzędu zgodne jest z orzecznictwem Sądu Najwyższego, który w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06) stwierdził, iż „(...) stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 kp.c., może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów (...)”. W uzasadnieniu do



powyższej uchwały Sąd uznał m.in., że „(..) praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów art. 23a u.ok.ik. [obecnie art. 24] obejmuje również przypadki wprowadzania jedynie zmian kosmetycznych polegających na przestawieniu wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej, co wpisana do rejestru (..). Przyjęta powyżej rozszerzająca wykładnia art. 23a u.ok.ik. znajduje również uzasadnienie w dyrektywach 93/13 oraz 98/27 a także orzecznictwie ETS dotyczącym zasady efektywności (..) „,

Nie jest zatem konieczna dokładna, literalna identyczność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej i stąd niedozwolone będą także takie postanowienia umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, której treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną jej wykładnię.

[34] Przedmiotem postępowania było m.in. wykazanie, że zakwestionowany przez Prezesa Urzędu zapis wzorca umownego o treści: *Kupujący odbierający przesyłkę jest zobowiązany do sprawdzenia, czy przesyłka nie posiada uszkodzeń powstałych w czasie transportu, śladów otwierania. Warunkiem rozpatrzenia ewentualnej reklamacji jest spisanie w obecności pracownika firmy spedycyjnej Protokołu Reklamacji jest tożsamy z treścią postanowienia uznanego za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanego do Rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego pod pozycją 1993:*

- *„W przypadku braku Nagrody w przesyłce, uszkodzeń mechanicznych powstałych w czasie transportu reklamacja zgłoszona Organizatorowi będzie rozpatrzona wyłącznie wtedy, gdy Uczestnik doręczy Organizatorowi wraz z reklamacją protokół sporządzony przez przewoźnika/doręczyciela, z którego jasno wynikać będzie, że uszkodzenie Nagrody nastąpiło w czasie transportu, albo że nie było jej w przesyłce” (§ 15 ust 1 Regulaminu)* (wpis na podstawie wyroku SOKIK z dnia 21.04.2010r. o sygn. akt XVII AmC 543/09 pod pozycją 1993);

Ale również pod pozycjami 1889 oraz 1871:

- *„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 na podstawie wyroku SOKIK z dnia 4.11.2009r. o sygn. akr XVII AmC 1066/09 pod pozycją 1889),

- *„Towar uszkodzony przez pocztę - może być reklamowany, jeżeli został spisany odpowiedni protokół - w obecności poczty”* (wpis na podstawie wyroku SOKIK z dnia 28.01. 2010r. o sygn. akt XVII AmC 633/09 pod pozycją 1871)

Zdaniem Prezesa Urzędu, należy zauważyć, iż „uszkodzenia powstałe w czasie transportu” mogą być „ukryte”, czy też niewidoczne dla klienta. 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, iż w trakcie jego odbioru od kuriera ma zazwyczaj ograniczone możliwości sprawdzenia należytego 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. Sąd zważył, iż w takiej sytuacji, kiedy defekt nie zostanie rozpoznany przez klienta sklepu, nie zostanie również zgłoszony kurierowi. W konsekwencji zgodnie z kwestionowanym postanowieniem, reklamacja taka nie byłaby rozpatrywana przez powoda.

Nadto z różnych przyczyn kurier może odmówić przyjęcia reklamacji lub nie sporządzić protokołu reklamacyjnego. Przykładowo w sytuacjach, gdy badanie towaru miałoby długo trwać bądź w wypadku innych obiektywnych okoliczności niezależnych od kuriera. Wówczas brak protokołu reklamacyjnego zdecydowałby o niemożności reklamacji zdefektowanego produktu.

[35] Prezes UOKiK nie kwestionuje zasadności badania towaru przez konsumentów w momencie jego odbioru. Przedmiotem zarzutu w niniejszym punkcie jest odgórne uzależnienie we wzorcu umowy uznania reklamacji od sporządzenia protokołu w obecności kuriera. Wymaga podkreślenia, iż dla dokonania właściwej oceny treści postanowień w ramach kontroli abstrakcyjnej wzorca, konieczne jest przyjęcie takiej ich interpretacji, która jest najmniej korzystna dla konsumenta⁶. Nie można więc wykluczyć sytuacji, w której to protokół nie zostanie sporządzony z winy kuriera (którą będzie bardzo trudno udowodnić), mimo zamiaru w tym zakresie po stronie konsumenta.

Powyższe argumenty przesądzają - w ocenie Prezesa UOKiK - o tożsamości analizowanych postanowień z przytoczonymi klauzulami wpisanymi do rejestru.

Mając na uwadze powyższe, w niniejszym przypadku Prezes UOKiK uznał przesłankę bezprawności za spełnioną.

[36] W myśl art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stosowanie postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone oraz naruszanie obowiązku udzielania konsumentom pełnej, prawdziwej i rzetelnej informacji jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa o ochronie (...) nie podaje jego definicji, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw licznej grupy konsumentów, obecnych i przyszłych klientów (...), którzy za pośrednictwem internetu nabyli lub nabędą towary w sklepie internetowym (...).

Tak więc, w rozpatrywanym stanie faktycznym zachowanie uczestnika 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 określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

⁶ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 27 października 2010 r. (sygn. akt VI ACa 775/10).



[37] Uwzględniając powyższe wywody Prezes UOKiK uznał, że zostały spełnione wszystkie przesłanki konieczne do zakwalifikowania działań przedsiębiorcy jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz 2 ustawy o ochronie (...). Na podstawie materiału dowodnego zebranego w aktach Prezes UOKiK przyjął, że „Regulamin” sklepu Internetowego (...) był stosowany w obrocie konsumenckim od 24 lutego 2012r., a od dnia 3 czerwca 2013 r. obowiązuje w wersji zmodyfikowanej. Przedsiębiorca wykreślił bowiem jedno postanowienie, o którym mowa w pkt. II sentencji decyzji, a w pozostałym zakresie - pozostawił wzorzec umowy bez zmian.

Zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu określonego w art. 24 tejże ustawy Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Wobec tego orzeczono jak w punkcie III sentencji

Ad pkt IV sentencji decyzji

[38] Zgodnie z art. 106 ust.1 pkt 4 ustawy o ochronie (...), Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze 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 tej ustawy. Z treści powyższego przepisu wynika, iż kara ma charakter fakultatywny, a zatem do Prezesa UOKiK należy - w ramach uznania administracyjnego - decyzja w sprawie zasadności nałożenia kary pieniężnej w danej sprawie. Wprawdzie ustawa o ochronie (...) nie zawiera katalogu przestępstw, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary, jednakże w jej art. 111 zostało wskazane, że ustalając wysokość kary Prezes UOKiK winien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Kara nakładana przez Prezesa UOKiK na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania przedsiębiorcy, który jako profesjonalista powinien wiedzieć, że określając warunki umowne stosowanego przez siebie regulaminu na stronach internetowych prowadzonego sklepu nie mogą zawierać klauzul uznanych za abuzywne, ani pomijać obowiązków wynikających z ustaw, czy nierzetelnie i niejasno o nich informować. Takie zachowanie niewątpliwie narusza prawa konsumentów.

Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. W opinii Prezesa UOKiK należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

[39] W przedmiotowym postępowaniu kary pieniężne zostały nałożone w związku ze stosowaniem przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na postępowaniu się w obrocie konsumenckim klauzulą umowną tożsamą z wpisanymi do Rejestru oraz naruszeniem przepisów do-



tyczących praw konsumenta uregulowanych w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów [...], a także przepisów Kodeksu Cywilnego. Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kar, tj. w 2012r.

[40] Według zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku od osób fizycznych za rok podatkowy 2012 (PIT-36), przychody Z. Rz. z pozarolniczej działalności gospodarczej wyniosły (po zaokrągleniu do pełnej złotówki) (...) zł (słownie: (...) złotych). Stosownie do treści przepisu art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie (...), maksymalna kara nakładana na przedsiębiorcę może stanowić 10 % jego przychodów, co w niniejszej sprawie daje kwotę (...) złotych (słownie: (...) złote).

[41] Ad I 1) i 3)

Pierwsza z kar pieniężnych określonych w niniejszej decyzji - w punkcie IV 1) sentencji decyzji - wymierzona została za stosowanie praktyk opisanych w punkcie I 1) i 3) sentencji niniejszej decyzji.

Ponownie wskazać należy, iż wymierzając karę za powyższe naruszenia przede wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż polegały one na niezamieszczeniu w regulaminie sklepu internetowego informacji wymaganych art. 8 ust. 3 pkt 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz na sprzeniewierzeniu się obowiązkowi wynikającemu z art. 66¹ § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której konsument dokonując zakupu w ww. sklepie internetowym zawiera z przedsiębiorcą umowę na warunkach określonych w regulaminie tego sklepu. W regulaminie tym brak jest wymaganych prawem zapisów informujących o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści, a także informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca. Podkreślić należy, iż to na przedsiębiorcy prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalście, ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa oraz udzielania konsumentom wszelkich, prawem wymaganych informacji.

Aczkolwiek brak wskazanych wyżej, wymaganych prawem informacji, narusza przepisy dwóch różnych ustaw, tj. ustawy Kodeks cywilny oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, tym niemniej przy wymierzaniu kary Prezes Urzędu postanowił o łącznym rozpatrzeniu obu zarzutów. U podstaw takiego stanowiska legło przekonanie, że dotyczą one technicznych aspektów współpracy sprzedawcy z klientami w handlu elektronicznym i związanych z nimi obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, których ten nie dopełnił. Zarówno bowiem informacja co do zasad i sposobów utrwalania, zabezpieczania oraz udostępniania treści umowy, jak i zasad współpracy z systemem teleinformatycznym użytkowanym przez przedsiębiorcę nie wskazuje na szczególne uprawnienia konsumentów, ale jest dla nich źródłem wiedzy o tym na jakich warunkach technicznych ta współpraca ma się opierać. Mając to na uwadze zasadnym wydaje się być rozpatrzenie obu naruszeń łącznie, jako, że dotyczą one tego samego, bądź bardzo zbliżonego przedmiotowo zagadnienia.

Oceniając wagę powyższych naruszeń przyjąć należy, iż nastąpiły one [na etapie](#) zawierania kontraktu i spowodowały nierównomierne ukształtowanie praw i ob-



owiązków stron umowy sprzedaży. Z akt sprawy wynika ponadto, iż powyższe praktyki Spółka stosowała co najmniej od lutego 2012 roku.

Wszystkie powyżej opisane okoliczności oraz długotrwałość stosowania praktyk (prawie dwa lata) pozwoliły Prezesowi Urzędu na stwierdzenie, iż łącznie waga naruszeń wskazanych w pkt I 1) i 3) sentencji decyzji kształtuje się na poziomie 0,05 % przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2012 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość 0,05 % przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę wynosi (...) zł. (po zaokrągleniu do zł.)

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie występowały okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Niewątpliwie okolicznością obciążającą jest znaczny zasięg naruszania związany z działalnością sklepu internetowego, co skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. W niniejszej sprawie brak natomiast okoliczności łagodzących. Całokształt opisanych wyżej okoliczności łagodzących i obciążających skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Obliczona w ten sposób kara pieniężna z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie (...) w zakresie opisanym w pkt. I 1) i 3) sentencji decyzji została określona w wysokości 221 zł (słownie: dwieście czterdzieści cztery), co stanowi około 0,06 % przychodu przedsiębiorcy w 2012r. oraz około 0,6 % maksymalnego wymiaru kary.

[42] Ad I 2) a)

Przy określaniu sankcji pieniężnej określonej w pkt IV 2) sentencji decyzji, Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że naruszenie interesów konsumentów wynikało z braku uwzględnienia w działalności przedsiębiorcy obowiązków wynikających z ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...). Określenie ceny podawanej na stronie sklepu internetowego jako „orientacyjnej”, a zatem brak informacji na temat pełnej, ostatecznej ceny produktu naraża konsumenta na dokonanie zakupu za nieokreśloną z góry kwotę.

W pierwszej kolejności, Prezes UOKiK ustalając wymiar kary pieniężnej dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych wyliczeń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wymiar kary - dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej. Stosując ten algorytm wzięto pod uwagę obligatoryjność ustawowych obowiązków przedsiębiorcy w zakresie prawidłowego poinformowania konsumenta o cenie, która winna zawierać wszystkie elementy wpływające na jej ostateczną wysokość, do zapłaty której zobowiązany jest konsument, a także ustalono, iż przedmiotowe naruszenie ma miejsce na etapie przedkontraktowym.

Powyższą praktykę należy uznać jako ograniczenie, wyłączające możliwość pełnego korzystania przez klientów sklepów internetowych z ustawowo przyznanych im praw. W efekcie, stopień zagrożenia rozważaną praktyką należało ocenić jako względnie umiarkowany. Okoliczności te oraz długotrwałość stosowania praktyki (prawie dwa lata) pozwoliły Prezesowi UOKiK na ustalenie, wagi naruszenia w rozpatrywanym zakresie na poziomie 0,03 % przychodów osiągniętych przez przedsiębiorcę w 2012 r., co w wyniku mnożenia daje kwotę (...) zł (słownie (...) złotych) [po zaokrągleniu do zł]



Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie występowały okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Niewątpliwie okolicznością obciążającą jest znaczny zasięg naruszenia związany z działalnością sklepu internetowego, co skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Brak jest natomiast okoliczności łagodzących. Całokształt opisanych wyżej okoliczności łagodzących i obciążających skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Obliczona w ten sposób kara pieniężna z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie (...) w zakresie opisanym w pkt. 1 2) a) sentencji decyzji została określona w wysokości (...) zł (słownie: (...) złote), co stanowi około 0,036 % przychodu przedsiębiorcy w 2012 r. oraz około 0,36 % maksymalnego wymiaru kary.

[43] Ad I 2) b i c)

Przy określaniu sankcji pieniężnej określonej w pkt IV 2) b) sentencji decyzji, Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że również to naruszenie interesów konsumentów wynikało z braku uwzględnienia w działalności przedsiębiorcy obowiązków nałożonych na niego przepisami prawa. Wadliwie określony termin do odstąpienia od umowy zawartej na odległość oraz pomniejszanie w takim przypadku uiszczonych przez konsumenta ceny o koszty związane z dostawą towaru stanowi naruszenie na etapie zawierania kontraktu i wpływa na uprawnienia konsumenta w momencie wykonania umowy.

W pierwszej kolejności, Prezes UOKiK ustalając wymiar kary pieniężnej dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych wyliczeń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wymiar kary - dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę obligatoryjność ustawowych obowiązków przedsiębiorcy w zakresie prawidłowego poinformowania konsumenta terminie, w którym konsument może odstąpić od umowy zawartej na odległość, a także warunków tego odstąpienia. W ocenie Prezesa UOKiK, pominięcie istotnych, określonych ustawą informacji prowadzi w konsekwencji do sytuacji, w której konsument będzie mieć trudności z identyfikacją swoich roszczeń. Zastrzeżenie 10 dni od zawarcia umowy na odstąpienie od niej w wielu przypadkach może skutkować niemożliwością odbioru i oględzin towaru przed upływem tego terminu, a zatem powodować zamknięcie drogi do prawa gwarantowanego ustawowo.

Rozpatrując oba zarzuty, Prezes Urzędu postanowił o łącznym ich rozstrzygnięciu przy wymierzaniu kary. U podstaw takiego stanowiska legło przekonanie, że oba naruszenia wiążą się z ograniczeniem uprawnień konsumenta występującym wówczas, gdy ten decyduje się na odstąpienie od umowy. Miarkując i wymierzając karę w tym zakresie dokonano więc oceny zaistniałej sytuacji, jako jednego mogącego wystąpić zdarzenia i wynikających stąd negatywnych konsekwencji dla konsumenta, a nie jako ciąg zdarzeń, tj. przedmiotem oceny był przewidziany w umowie przypadek odstąpienia klienta od współpracy z przedsiębiorcą i związane z tym regulacje kontraktowe a nie poszczególne aspekty takiej sytuacji.

Dlatego też przedmiotową praktykę należy uznać jako istotną, wyłączającą możliwość korzystania z ustawowego prawa przez klientów sklepów



internetowych. W efekcie, stopień zagrożenia rozważaną praktyką należało ocenić jako względnie umiarkowany. Zważenia te oraz długotrwałość stosowania praktyki (prawie dwa lata) pozwoliły Prezesowi UOKiK na ustalenie, iż waga naruszenia stosowanego przez przedsiębiorcę w tym zakresie kształtuje się na poziomie 0,05 % przychodów osiągniętych przez przedsiębiorcę w 2012 r., co w wyniku mnożenia daje kwotę (...) zł (po zaokrągleniu do zł)

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie występowały okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Niewątpliwie okolicznością obciążającą jest znaczny zasięg naruszenia związany z działalnością sklepu internetowego, co skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. W niniejszej sprawie brak natomiast okoliczności łagodzących. Całokształt opisanych wyżej okoliczności łagodzących i obciążających skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Obliczona w ten sposób kara pieniężna z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie (...) w zakresie opisanym w pkt. 1 2) b i c) sentencji decyzji została określona w wysokości (...) zł (słownie: (...) złotych), co stanowi około 0,06 % przychodu przedsiębiorcy w 2012r. oraz około 0,6 % maksymalnego wymiaru kary.

[44] Ad. 1 4)

Karę określoną w pkt IV 3) sentencji decyzji nałożono w związku z niedopełnieniem przez przedsiębiorcę ustawowego obowiązku udzielenia konsumentom zawierającym umowę na odległość rzetelnej, prawdziwej, pełnej informacji. Pomimo wyraźnego obowiązku wyrażonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw (...) przedsiębiorca nie udostępnił konsumentom zawierającym z nim umowy na odległość danych w zakresie organu, który zarejestrował działalność gospodarczą sklepu internetowego (...) oraz numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany na podstawie odpowiednich przepisów. Tego typu naruszenie wpływa na treść umowy już na etapie zawierania. Powyższa praktyka - stosowana co najmniej od lutego 2012r. - została uznana jako działanie o umiarkowanej szkodliwości. Jednocześnie uwzględnić należy, że jej stosowanie oddziaływało na dotychczasowych konsumentów, ale także na wszystkich potencjalnych zainteresowanych ofertą sklepu. Z drugiej strony stwierdzić należy, że ujawniały się one na rynku, na którym występuje coraz więcej przedsiębiorców oferujących podobne usługi, co powodowało, że konsumenci mieli znaczną swobodę przy wyborze kontrahenta i oferty. A zatem, choć usługi sprzedaży internetowej należą do usług, z których konsumenci korzystają w sposób powszechny, to biorąc pod uwagę możliwość wyboru innej oferty, stopień zagrożenia rozważanymi praktykami należało ocenić jako względnie umiarkowany.

Ostatecznie podsumowanie wagi stwierdzonych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów pozwoliło Prezesowi UOKiK na ustalenie, iż łącznie waga naruszeń stosowanych przez przedsiębiorcę w tym zakresie, kształtuje się na poziomie 0,05% przychodów osiągniętych przez przedsiębiorcę w 2012r. Identycznie jak w poprzednich przypadkach, po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie występowały okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Znaczny zasięg naruszenia związany z działalnością sklepu internetowego skutkuje



podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. W niniejszej sprawie brak natomiast okoliczności łagodzących. Całokształt opisanych wyżej okoliczności łagodzących i obciążających skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Obliczona w ten sposób kara pieniężna z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o ochronie (...) w zakresie opisanym w pkt. I.A 4) sentencji decyzji została określona w wysokości (...) zł (słownie: (...) złotych), co stanowi około 0,06 % przychodu przedsiębiorcy w 2012r. oraz około 0,6 % maksymalnego wymiaru kary.

[45] Ad II

Przy określaniu sankcji pieniężnej wskazanej w pkt IV 4) sentencji decyzji, Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że naruszenie interesów konsumentów, do którego odnosi się przedmiotowa kara polegało na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom pełnych i rzetelnych informacji poprzez zamieszczenie w Regulaminie sklepu internetowego postanowienia, zgodnie z którym przedsiębiorca zastrzegł sobie prawo do niewysyłania towaru konsumentowi aż do momentu otrzymania wpłaty za zamówiony towar. Zgodnie z art. 11 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów [...] umowa nie może nakładać na konsumenta obowiązku zapłaty ceny lub wynagrodzenia przed otrzymaniem świadczenia. Tym samym przedsiębiorca, wbrew wyraźnemu brzmieniu ustawy, nałożył na konsumentów obowiązek uiszczenia ceny przed otrzymaniem towaru, uzależniając od tego jego doręczenie.

Powyższą praktykę należy uznać jako istotną, wyłączającą korzystanie z ustawowych praw klientów sklepów internetowych. W efekcie, stopień zagrożenia rozważanymi praktykami należało ocenić jako względnie umiarkowany.

Oceniając wagę naruszenia opisanego w pkt II decyzji przyjąć należy, iż nastąpiło także [na etapie](#) zawierania kontraktu i spowodowało nierównomierne ukształtowanie praw i obowiązków stron umowy sprzedaży, poprzez zobowiązanie konsumenta do zapłaty ceny przed wykonaniem zobowiązania przez przedsiębiorcę.

Określenie wag stwierdzonych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz długotrwałość stosowania praktyki (prawie dwa lata) pozwoliło Prezesowi UOKiK na ustalenie, iż łącznie waga naruszeń stosowanych przez przedsiębiorcę w tym zakresie kształtuje się na poziomie 0,05 % przychodów osiągniętych przez przedsiębiorcę w 2012r. wynosi (...) zł (po zaokrągleniu do zł)

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie występowały okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Niewątpliwie okolicznością obciążającą jest znaczny zasięg naruszenia związany z działalnością sklepu internetowego, co skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Okolicznością łagodzącą jest natomiast fakt zaniechania stosowania praktyki przez przedsiębiorcę, w trakcie postępowania poprzedzającego wydanie niniejszej decyzji, co niewątpliwie stanowi okoliczność łagodzącą i pozwala na obniżenie kwoty bazowej o 30%. Tym samym suma okoliczności obciążających i łagodzących doprowadziła do obniżenia kwoty bazowej o 10%. Obliczona w ten sposób kara pieniężna z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie (...) w zakresie opisanym w pkt. II sentencji decyzji została określona w wysokości (...) zł (słownie: (...)



złotych), co stanowi około 0,045 % przychodu przedsiębiorcy w 2012r. oraz około 0,45 % maksymalnego wymiaru kary.

[46] Ad III

W odniesieniu do pkt IIII sentencji decyzji, Prezes UOKiK ustalając wymiar kary pieniężnej z tytułu stosowania niedozwolonej klauzuli umownej, dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych wyliczeń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wymiar kary - dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż naruszenie przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów polegało na stosowaniu niedozwolonego postanowienia umownego, wpisanego do publicznego i powszechnie dostępnego Rejestru niedozwolonych postanowień umownych, prowadzonego przez Prezesa UOKiK. Kwestionowana klauzula umowna tożsama z wpisaną do Rejestru to zapis, który skutkuje odmową rozpatrzenia reklamacji w przypadku niedostarczenia protokołu sporządzonego przez kuriera w chwili odbioru. Treść takiego zapisu naraża konsumenta na dodatkowe, uciążliwe formalności i sugeruje potencjalnemu klientowi, że jest to jedyna forma realizacji roszczeń. Tego typu klauzulę należy zakwalifikować jako istotną regulację umowy, których zastosowanie - po zaistnieniu określonych w nich okoliczności - mogą doprowadzić do zmiany zakresu wynikających z niej świadczeń, tj. włączyć odpowiedzialność przedsiębiorcy wobec konsumentów i uniemożliwić korzystanie z ustawowych gwarancji przez klientów sklepów internetowych. Uwzględniając powyższe argumenty należało zaklasyfikować powyższą bezprawną praktykę jako działanie o umiarkowanej szkodliwości. Prezes UOKiK wziął także pod uwagę fakt, że „Regulamin” zamieszczony na stronie sklepu internetowego (...) - jak ustalił Prezes Urzędu - obowiązywał co najmniej od 24 lutego 2012 r. Jednocześnie uwzględnić należy, że jej stosowanie mogło rodzić zagrożenie dla wszystkich konsumentów, którzy byli od 2012r. lub mogli być w tym czasie jego kontrahentami ze względu na nieograniczony dostęp do stron internetowych sklepu. Choć usługi sprzedaży internetowej należą do usług, z których konsumenci korzystają w sposób powszechny, to biorąc pod uwagę możliwość wyboru innej oferty, stopień zagrożenia rozważanymi praktykami należało ocenić jako względnie umiarkowany. Ostatecznie podsumowanie wagi stwierdzonych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów pozwoliło Prezesowi UOKiK na ustalenie, iż łącznie waga naruszeń stosowanych przez przedsiębiorcę w przedmiotowej sprawie, kształtuje się na poziomie 0,04 % przychodów osiągniętych przez przedsiębiorcę w 2012r., co daje kwotę (...) zł. (po zaokrągleniu do pełnego zł.)

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie występowały okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Niewątpliwie okolicznością obciążającą jest znaczny zasięg, wynikający ze specyfiki działalności wykonywanej przez przedsiębiorcę, która polegała na prowadzeniu sklepu internetowego, co skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Z drugiej strony podkreślenia wymaga okoliczność, iż Prezes nie stwierdził w przedmiotowej sprawie żadnych okoliczności łagodzących. Całokształt opisanych wyżej okoliczności łagodzących i obciążających skutkuje podwyższeniem kwoty bazowej o 20%. Obliczona w ten sposób kara pieniężna z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 1 ustawy o



ochronie (...) w zakresie opisanym w pkt. III sentencji decyzji została określona w wysokości (...) zł (słownie: (...) złotych), co stanowi około 0,048 % przychodu przedsiębiorcy w 2012r. oraz około 0,48 % maksymalnego wymiaru kary.

- [47] Podkreślenia wymaga fakt, iż sankcja w postaci nałożenia kary może być na przedsiębiorcę nałożona niezależnie od tego, czy dopuścił się on naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Zgodnie z art. 106 ustawy o ochronie (...) Prezes UOKiK może nałożyć karę finansową na przedsiębiorcę, który dopuścił się naruszenia "chociażby nieumyślnie". Tym samym stwierdzenie co najmniej nieumyślności jest w ogóle warunkiem nałożenia kary.

Materiał dowodowy zgromadzony w trakcie postępowania poprzedzającego wydanie niniejszej decyzji daje podstawę do stwierdzenia, iż przedsiębiorca stosując praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, opisane w pkt. I, II i III decyzji działał w sposób nieumyślny, a naruszenia których się dopuścił były wynikiem raczej zaniedbania niż świadomego, celowego działania, zmierzającego do pokrzywdzenia konsumentów.

- [48] Reasumując, w przedmiotowym postępowaniu Prezes UOKiK z tytułu naruszenia zbiorowego interesu konsumentów nałożył sankcje finansowe o łącznej kwocie (...) zł (słownie: (...) złotych), które w sumie stanowią około 0,3 % przychodu przedsiębiorcy w 2012 r. i około 3 % maksymalnego wymiaru kary zastrzeżonego w art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie (...).

Nakładając niniejszą decyzją karę pieniężną za naruszenie przepisów ustawy o ochronie (...), Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że sankcja finansowa ma charakter represyjny (nakładana jest za naruszenie ustawowych zakazów) oraz prewencyjny (ma zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości i zniechęcać do naruszania prawa), zaś zagrożenie nią, czyli potencjalna możliwość nałożenia kary przez Prezesa UOKiK, nadaje jej charakter dyscyplinujący (vide: wyrok SN z dnia 7.04.2004r., sygn. akt: III SK 31/04). Biorąc pod uwagę powyższe, kara pieniężna nałożona na przedsiębiorcę jest adekwatna do stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...). Decydując o nałożeniu kary pieniężnej i jej wysokości wzięto pod uwagę wszystkie wyżej opisane okoliczności. Orzeczona kara powinna również stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak, aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Ważny jest też wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanych sankcji, który ma wpłynąć na przedsiębiorcę w zakresie jego przyszłych decyzji gospodarczych. Poza wymiarem indywidualnym kar, należy również podkreślić ich wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

- [49] Przyjmując wspomniane wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć karę w wysokości określonej jak w punkcie IV sentencji decyzji.

- [50] Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie (...) karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawa: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.



Ad. pkt V sentencji decyzji

[51] Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie (...) 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 (...) 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 przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKiK - w pkt UOKiK i II sentencji decyzji - stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie (...). 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 (...) zł (słownie: (...) złotych). 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.

Ad pkt VI sentencji decyzji

[52] Zgodnie z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w sprawach nie uregulowanych w tej ustawie, do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego. Artykuł 105 k.p.a. stanowi natomiast, że gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

[53] Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego, o której stanowi art. 105 § 1 k.p.a. oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a wobec tego nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie, co do jej istoty (wyrok WSA w Warszawie z dnia 18 października 2012 r., sygn. akt II SA/Wa 442/12). W uzasadnieniu do przedmiotowego wyroku Sąd podniósł, iż przepis art. 105 § 1 k.p.a., jako przesłankę obligatoryjną umorzenia postępowania wskazuje bezprzedmiotowość tego postępowania. Przywołany przepis zezwala zatem organom administracji na wydanie decyzji o umorzeniu postępowania w sytuacji, gdy w świetle przepisów prawa materialnego i ustalonego stanu faktycznego brak jest sprawy administracyjnej mogącej być przedmiotem postępowania. (patrz: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 9 listopada 1995 r., sygn. akt III ARN 50/59 - OSNP 11/96/150). Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego, o której stanowi art. 105 § 1 k.p.a. oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a wobec tego nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Oznacza to, iż wszystkie elementy badanego



stanu prawnego i faktycznego są tego rodzaju, że niepotrzebne jest postępowanie mające na celu wyjaśnienie wszystkich tych okoliczności w sprawie. Należy przy tym brać pod uwagę okoliczności podnoszone zarówno przez stronę, jak i przez organ z urzędu (wyrok WSA w Lublinie, z dnia 11 września 2012 r., sygn. akt II SA/Lu 637/12).

[54] W ramach postępowanie poprzedzającego wydanie niniejszej decyzji, Prezes UOKiK postawił przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat *trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line*, co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.). Jednakże w toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, iż na ww. stronie internetowej, będącej adresem sklepu internetowego prowadzonego przez przedsiębiorcę znajdują się zapisy regulujące w sposób szczegółowy kwestie dotyczące sposobu i trybu składania reklamacji, zamieszczone pod pozycją „Gwarancje i reklamacje”.

Zarzut naruszenia art. 24 ust.1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wymaga udowodnienia, że przedsiębiorca narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Skoro, przesłanka ta nie ma miejsca w okolicznościach sprawy, w zakresie wskazanym w punkcie V sentencji decyzji tj. w części dotyczącej stosowania przez przedsiębiorcę praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczanie w Regulaminie sklepu (...) Z. Rz. (...) informacji na temat *trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line*, co jest sprzeczne z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.) - brakuje elementu materialnoprawnego warunkującego wydanie decyzji merytorycznej, a zatem postępowanie należy umorzyć jako bezprzedmiotowe na podstawie art. 105 §1 k.p.a, w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stąd orzeczono, jak w punkcie VI sentencji.

POUCZENIE:

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 Gdańsku.



W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie V niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie (...) oraz art. 479³² § 1 i 2 k.p.c. oraz art. 264 § 2 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie (...), 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 Delegatura w Gdańsku.

Otrzymuje:

Z. Rz.

(...)