



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, 10 września 2019 r.

RKT.610.6.2018.AR

**DECYZJA Nr RKT - 6/2019**

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2019 r. poz. 369), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Bonprix Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki Bonprix Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi polegające na:

1) stosowaniu na stronie sklepu internetowego [www.bonprix.pl](http://www.bonprix.pl) postanowienia:

„W przypadku uznania roszczeń za zasadne, bonprix zwraca reklamującemu również poniesione koszty dostarczenia w równowartości najtańszej oferowanej przez bonprix opcji dostawy”;

które jest niezgodne z art. 561<sup>2</sup>, art. 561<sup>3</sup> i art. 566 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2019 r. poz. 1145) i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

2) naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji dotyczącej terminu wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2019 r. poz. 134 ze zm.) co jest niezgodne z art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta i stanowi naruszenie z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

3) naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad, co jest niezgodne z art. 12 ust. 1 pkt 13 ustawy o prawach konsumenta i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

4) wprowadzaniu w błąd co do konieczności wystania reklamacji składanej przez konsumenta korzystającego z uprawnień wynikających z rękojmi wraz z reklamowaną rzeczą, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 21 stycznia 2019 r.

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów określa się środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów polegające na obowiązku poinformowania konsumentów o stosowaniu postanowień uznanych przez

Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów za naruszające zbiorowe interesy konsumentów, poprzez wysłanie przez Bonprix Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi wiadomości e-mail do konsumentów, którzy w okresie obowiązywania kwestionowanych postanowień tj. od dnia 4 lipca 2016 r. do dnia 21 stycznia 2019 r. zawarli umowy za pośrednictwem sklepu internetowego bonprix.pl o następującej treści:

„Szanowna Pani/Szanowny Panie,

informujemy, że decyzją nr RKT-6/2019 Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał, że w okresie od dnia 4 lipca 2016 r. do dnia 21 stycznia 2019 r. Bonprix Sp. z o.o. stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, polegające na:

1) stosowaniu na stronie sklepu internetowego [www.bonprix.pl](http://www.bonprix.pl) postanowienia:

„W przypadku uznania roszczeń za zasadne, bonprix zwraca reklamującemu również poniesione koszty dostarczenia w równowartości najtańszej oferowanej przez bonprix opcji dostawy”;

2) naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji dotyczącej terminu wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2019 r. poz. 134 ze zm.);

3) naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad;

4) wprowadzaniu w błąd co do konieczności wysłania reklamacji składanej przez konsumenta korzystającego z uprawnień wynikających z rękojmi wraz z reklamowaną rzeczą.

Treść decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dostępna jest na stronie internetowej [www.bonprix.pl](http://www.bonprix.pl)”;

przy czym obowiązek ten powinien być zrealizowany z zastosowaniem następujących zasad:

A. w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, powyższy obowiązek powinien być zrealizowany odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub jego następcy prawnego, ze wskazaniem nazwy dawnej i nowej,

B. w przypadku zmiany adresu strony internetowej, należy niniejsze rozstrzygnięcie zastosować odpowiednio do strony internetowej funkcjonującej w dacie uprawomocnienia się niniejszej decyzji,

C. w razie zmiany treści sentencji decyzji lub jej uzasadnienia przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów lub sąd powszechny, w zakresie podlegającym obowiązkowi zastosowania środków usunięcia skutków naruszenia, należy obowiązek ten wykonać zgodnie ze zmienioną treścią decyzji.

III. Na podstawie art. 26 ust. 3 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nakazuje się w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji, na koszt Bonprix Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi, na stronie internetowej sklepu bonprix.pl, która na dzień wydania niniejszej decyzji mieści się pod adresem [www.bonprix.pl](http://www.bonprix.pl), publikację całości treści niniejszej decyzji, przez okres 3 miesięcy, z zaznaczeniem, że decyzja ta jest prawomocna, przy czym treść decyzji powinna być dostępna za pomocą hipertącza (linku) widocznego w górnej części strony głównej, a tekst hipertącza powinien wyglądać następująco: napis „Decyzja Prezesa UOKiK dotycząca składania reklamacji i odstąpienia od umowy” w kolorze czerwonym, czcionką Times New Roman, wielkości co najmniej 13 pkt;

przy czym obowiązek ten powinien być zrealizowany z zastosowaniem następujących zasad:

A. w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, powyższy obowiązek publikacyjny powinien być zrealizowany odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub jego następcy prawnego, ze wskazaniem nazwy dawnej i nowej,

B. w przypadku zmiany adresu strony internetowej, należy niniejsze rozstrzygnięcie zastosować odpowiednio do strony internetowej funkcjonującej w dacie uprawomocnienia się niniejszej decyzji,

C. w razie zmiany treści sentencji decyzji lub jej uzasadnienia przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów lub sąd powszechny, w zakresie podlegającym obowiązkowi publikacji, należy obowiązek ten wykonać zgodnie ze zmienioną treścią decyzji.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 w zw. z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2018 r. poz. 2096 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się obciążyć Bonprix Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi kosztami przeprowadzonego postępowania i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty 60 PLN (słownie złotych: sześćdziesiąt) w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

#### **Uzasadnienie**

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczęte zostało postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie stosowania przez Bonprix Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi (dalej: Spółka) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (RKT-405-02/17/MZ). W wyniku dokonanych w toku przedmiotowego postępowania ustaleń powzięto podejrzenie, że Spółka mogła dopuścić się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2019 r. poz. 369, dalej także: u.o.k.k.), w zakresie przedstawionym w pkt I sentencji niniejszej decyzji. W związku z powyższym postanowieniem nr 1 z dnia 22 maja 2018 r. (dalej: Postanowienie) wszczęte zostało w tej sprawie postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Dowód:

postanowienie nr 1 z dnia 22 maja 2018 r. (k. 3-5).

Pismem z dnia 22 maja 2018 r. Spółka została zawiadomiona o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Dowód:

zawiadomienie z dnia 22 maja 2018 r. (k. 6-7).

W piśmie z dnia 12 czerwca 2018 r. Spółka przedstawiła odpowiedź na zawiadomienie o wszczęciu postępowania.

Dowód:

pismo z dnia 12 czerwca 2018 r. (k. 28-46).

Pismem z dnia 21 stycznia 2019 r. Spółka poinformowała o zmianie kwestionowanych przez Prezesa Urzędu postanowień z dniem 21 stycznia 2019 r.

Dowód:

pismo z 21 stycznia 2019 r. (k. 52-53).

Pismem z dnia 9 maja 2019 r. Prezes Urzędu przedstawił Spółce szczegółowe uzasadnienie zarzutów oraz poinformował o możliwości przedstawienia stanowiska co do przedstawionych w treści tego pisma ustaleń faktycznych i ich oceny prawnej.

Dowód:

szczełogółowe uzasadnienie zarzutów z dnia 9 maja 2019 r. (k. 64-71).

Spółka nie skorzystała z możliwości przedstawienia stanowiska w sprawie.

Pismem z dnia 27 czerwca 2019 r. Spółka została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w prowadzonym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy, z którego to prawa Spółka nie skorzystała.

Dowód:

pismo z dnia 27 czerwca 2019 r. (k. 74).

### **Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny**

Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 114651.

Dowód:

informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu (k. 9-12, 19-22, 34-37).

W ramach prowadzonej działalności gospodarczej Spółka prowadzi sklep internetowy bonprix.pl. W okresie od dnia 4 lipca 2016 r. do dnia 21 stycznia 2019 r. Spółka stosowała wzorzec umowy (dalej: Regulamin) zawierający m.in. następujące postanowienia:

„W przypadku uznania roszczeń za zasadne, bonprix zwraca reklamującemu również poniesione koszty dostarczenia w równowartości najtańszej oferowanej przez bonprix opcji dostawy”;

„Odstąpić od umowy można w ciągu 14 dni od daty otrzymania przesyłki. Dla zachowania terminu 14 dni na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy wystarczające jest złożenie oświadczenia przed jego upływem (...)”;

„Towar wadliwy wraz z reklamacją należy odesłać pod adres bonprix sp. z o.o. skr. Pocz. 2020, 90-959 Łódź załączając opis wady oraz dane umożliwiające identyfikację klienta”.

Dodatkowo Spółka we wskazanym okresie nie informowała konsumentów o obowiązku sprzedawcy dostarczenia rzeczy bez wad.

Dowód:

zrzuty ekranu ze strony: <https://www.bonprix.pl/serwis/warunki-zakupow-z-dnia-21-maja-2018-r> (k. 13-15);

pismo Spółki z dnia 3 sierpnia 2017 r. z załącznikami (k. 16-25).

W dniu 21 stycznia 2019 r. Spółka zmieniła Regulamin w kwestionowanym przez Prezesa Urzędu zakresie nadając mu następujące brzmienie:

„W przypadku uznania roszczeń za zasadne bonprix zwraca reklamującemu również poniesione koszty dostarczenia reklamowanego towaru na podstawie przedłożonego przez reklamującego dowodu ich poniesienia, a w przypadku nie przedłożenia takiego dowodu, w równowartości najtańszej oferowanej przez bonprix opcji dostawy”;

„Odstąpić od umowy można w ciągu 14 dni od daty otrzymania przesyłki. Dla zachowania terminu 14 dni na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy wystarczające jest wysłanie oświadczenia przed jego upływem na adres: bonprix Sp. z o.o. skrytka pocztowa 2020, 90-959 Łódź lub na adres e-mail: poczta@bonprix.pl”;

„Bonprix dokłada wszelkich starań, aby towar dostarczany konsumentowi był wolny od wad oraz zgodny ze złożonym zamówieniem”;

„Oświadczenie reklamacyjne może być przekazane do bonprix w dowolnej formie, przy czym przestanie go wraz z reklamowanym towarem może przyspieszyć proces rozpatrzenia reklamacji”.

Dowód:

pismo Spółki z 12 czerwca 2018 r. (k. 28-46);

pismo Spółki z 21 stycznia 2019 r. (k. 52-53).

### **Stanowisko Spółki**

Pismem z dnia 12 czerwca 2018 r. Spółka odniosła się do poszczególnych zarzutów przedstawionych w Postanowieniu.

Ad 1

Spółka wskazała, że kwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienie wprowadzone zostało w celu zapewnienia korelacji pomiędzy zabezpieczeniem uzasadnionych interesów konsumentów i przedsiębiorcy w przypadku, gdy reklamacja jakościowa dotyczy produktów o niewielkiej wartości w stosunku do kosztów ich dostarczenia. W ocenie Spółki uzasadnieniem przyjętego rozwiązania jest przepis art. 560 § 2 i art. 561 § 3 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2019 r. poz. 1145, dalej: k.c.). Ponadto Spółka podkreśliła, iż stosowaną przez nią dobrą praktyką jest niedomaganie się w ogóle zwrotnego przestania produktu, którego reklamacja została uznana za zasadną, a jego wartość nie przewyższa kwoty 70 zł. Na potwierdzenie stosowanej praktyki Spółka przedłożyła 10 przykładów rozstrzygnięć reklamacyjnych.

Jednocześnie Spółka oświadczyła, że w związku z faktem, iż stosowane postanowienie nie ma „znaczenia krytycznego z operacyjnego punktu widzenia”, deklaruje ona możliwość zmiany Regulaminu, nadając mu w powyższym zakresie następujące brzmienie:

„W przypadku uznania roszczeń za zasadne bonprix zwraca reklamującemu również poniesione koszty dostarczenia reklamowanego towaru na podstawie przedłożonego przez reklamującego dowodu ich poniesienia, a w przypadku nie przedłożenia takiego dowodu, w równowartości najtańszej oferowanej przez bonprix opcji dostawy”.

Ad 2

Spółka podniosła, że zamienne użycie sformułowań „wysłanie” i „złożenie” w odniesieniu do oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość ma miejsce w przepisie art. 30 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2019 r. poz. 134 ze zm., dalej: u.p.k.) tj. w § 1 mowa jest o „złożeniu oświadczenia” z użyciem formularza stanowiącego załącznik do ustawy, podczas gdy w § 2 tego samego artykułu użyto sformułowania „wysłanie” oświadczenia przed upływem ustawowego terminu.

Niemniej jednak, w celu uniknięcia jakichkolwiek wątpliwości interpretacyjnych, Spółka zadeklarowała możliwość zmiany kwestionowanego postanowienia nadając mu następujące brzmienie:

„Odstąpić od umowy można w ciągu 14 dni od daty otrzymania przesyłki. Dla zachowania terminu 14 dni na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy wystarczające jest wysłanie oświadczenia

przed jego upływem na adres: bonprix Sp. z o.o. skrytka pocztowa 2020, 90-959 Łódź lub na adres e-mail: [poczta@bonprix.pl](mailto:poczta@bonprix.pl)".

Ad 3

Spółka podniosła, że stosowany wzorzec umowy w stopniu wystarczającym realizuje obowiązek informacyjny wynikający z przepisu art. 12 ust. 1 pkt 13 u.p.k. Zdaniem Spółki w literaturze przedmiotu powstałej na tle komentowanej regulacji podkreśla się, że jej ratio legis jest uświadomienie konsumentowi, iż niezależnie od reżimu odpowiedzialności wynikającego z udzielonej przez przedsiębiorcę gwarancji jakości, odpowiedzialność za istnienie wad przedmiotu sprzedaży wynika również z przepisów powszechnie obowiązujących. W praktyce wymóg ten ogranicza się więc do wskazania istnienia takiego obowiązku i odesłania do odpowiednich przepisów prawa.

Ad 4

Kwestionowane przez Prezesa Urzędu postanowienie jest w ocenie Spółki zgodne z art. 560 § 1 k.c. W uzasadnieniu swojego stanowiska Spółka podniosła, że tylko łączne przekazanie oświadczenia reklamacyjnego wraz z reklamowanym produktem daje Spółce możliwość skorzystania z uprawnień alternatywnych wobec żądania konsumenta, wynikających z ww. przepisu tj. niezwłoczne usunięcie zgłoszonych wad lub wymiana rzeczy na niewadliwą wobec żądania obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy. Dodatkowo Spółka podkreśliła, że skoro przepisy prawa nie przewidują żadnej szczególnej formy na złożenie oświadczenia reklamacyjnego, to Spółka może w stosowanej procedurze reklamacyjnej zawrzeć wymagania dotyczące skutecznego i efektywnego zrealizowania prawa do reklamacji wadliwej rzeczy. Zdaniem Spółki brak możliwości łącznego zestawienia oświadczenia reklamacyjnego oraz reklamowanego towaru uniemożliwia kompletację reklamacji, a nawet gdyby przyjąć, że jest ona możliwa w dłuższej perspektywie czasowej, to na pewno znacząco wydłużyła czas rozpatrywania reklamacji. Niezależnie od przedstawionych wyżej argumentów Spółka podkreśliła, że w praktyce większość procesów reklamacyjnych jest inicjowana poprzez wcześniejszy kontakt ze strony konsumenta (mailowy lub za pośrednictwem konsultanta call center), a dopiero później następuje przesłanie reklamowanego towaru. Nadto Spółka nie odnotowała jakichkolwiek zastrzeżeń, uwag lub wniosków konsumentów, którzy upatrywaliby faktycznie utrudnienia w realizacji uprawnień reklamacyjnych w związku ze stosowaniem kwestionowanego postanowienia. W związku z powyższym Spółka oświadczyła, że nie identyfikuje potrzeby oraz prawnego uzasadnienia zmiany Regulaminu w powyższym zakresie.

## **Prezes Urzędu zważył, co następuje**

Ad I

### Naruszenie interesu publicznego

Artykuł 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów, podejmowanej w interesie publicznym. Oznacza to, że warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w tej ustawie jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców - naruszając jej przepisy - stanowią potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Niniejsze postępowanie dotyczy działania Spółki wobec nieograniczonego kręgu usługobiorców korzystających z Internetu, posiadających status konsumentów. W opinii Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli skorzystać z oferty Spółki. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu

publicznoprawnego. Zatem w niniejszej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów. W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego niniejszej sprawy zastosowanie mają przepisy ww. ustawy, a dotyczące jej postępowanie jest prowadzone w interesie publicznym.

#### Naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k. zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 24 ust. 2 u.o.k.k. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Stwierdzenie przez Prezesa Urzędu stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem stwierdzenia łącznego zaistnienia następujących przesłanek:

- 1) kwestionowane zachowania są działaniami przedsiębiorcy,
- 2) zachowania są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
- 3) zachowania naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

#### Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 u.o.k.k. przez przedsiębiorcę rozumie się między innymi przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 646 ze zm., dalej: p.p.). Stosownie do art. 4 ust. 1 i ust. 2 p.p. przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną wykonująca działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Stroną postępowania jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością prowadząca działalność gospodarczą, działająca na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Tym samym Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, a jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

#### Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Zatem dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. W związku z tym, że bezprawność jest kategorią obiektywną, dokonując oceny, czy działanie przedsiębiorcy jest bezprawne, w pierwszej kolejności należy stwierdzić, czy wykazuje ono sprzeczność z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym.<sup>1</sup> Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.

---

<sup>1</sup> Małgorzata Sieradzka: Komentarz do art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Lex 2014.

Rozważenia wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego lub dobrymi obyczajami. Jednocześnie, dla stwierdzenia powyższego bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu.

Ustawodawca w art. 24 ust. 2 u.o.k.k. nie wskazuje konkretnie jakiego rodzaju sprzeczność z prawem zachowania przedsiębiorcy stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Dla stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ust. 1 u.o.k.k. wystarczy stwierdzenie sprzeczności zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami. Z tego względu, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie wykazanie, że w ustalonym stanie faktycznym Spółka dopuściła się naruszenia przepisów - w zakresie przedstawionym poniżej.

Ad 1

Spółka zawarła w Regulaminie następujące postanowienie: „W przypadku uznania roszczeń za zasadne, bonprix zwraca reklamującemu również poniesione koszty dostarczenia w równowartości najtańszej oferowanej przez bonprix opcji dostawy”.

W ocenie Prezesa Urzędu postanowienie to jest niezgodne z przepisami Kodeksu cywilnego. Na podstawie art. 561<sup>2</sup> § 1 k.c. konsument, który wykonuje uprawnienia z tytułu rękojmi, jest obowiązany na koszt sprzedawcy dostarczyć rzecz wadliwą do miejsca oznaczonego w umowie sprzedaży, a gdyby takiego miejsca nie określono w umowie - do miejsca, w którym rzecz została wydana kupującemu. Zgodnie z kolei z § 3 tego samego przepisu § 1 stosuje się do zwrotu rzeczy w razie odstąpienia od umowy i wymiany rzeczy na wolną od wad. Z powyższego wynika, że w przypadkach gdy wykonanie uprawnień z tytułu rękojmi wiąże się z obowiązkiem zwrotu rzeczy sprzedającemu (odstąpienie od umowy i wymiana rzeczy na wolną od wad), konsument ma obowiązek odesłać towar, jednakże nie będzie ponosił związanych z tym kosztów. Koszty te w całości będą obciążać Spółkę.

W sytuacjach, w których realizowanie uprawnień z tytułu rękojmi może, ale nie musi zgodnie z ustawą, wiązać się z koniecznością przekazania sprzedającemu zakupionych produktów (żądanie obniżenia ceny bądź naprawy rzeczy), ustawodawca przewidział następujące rozwiązania:

- 1) na podstawie art. 561<sup>3</sup> k.c. sprzedawca zobowiązany jest do pokrycia wszelkich kosztów naprawy rzeczy, w tym w szczególności kosztów demontażu i dostarczenia rzeczy, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia;
- 2) na podstawie art. 566 k.c., w przypadku złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy albo o obniżeniu ceny, jak również w razie dostarczenia przez sprzedawcę rzeczy wolnej od wad zamiast rzeczy wadliwej bądź usunięcia wady, sprzedawca zobowiązany jest do naprawienia szkody, którą poniósł konsument przez to, że zawarł umowę nie wiedząc o istnieniu wady, w tym w szczególności zwrotu kosztów zawarcia umowy, kosztów odebrania, przewozu, przechowania i ubezpieczenia rzeczy.

Jak wynika z powyższych regulacji, niezależnie od tego, czy przesłanie wadliwej rzeczy przez konsumenta jest obligatoryjne na podstawie obowiązujących przepisów prawa, czy też związane jest z koniecznością naprawy rzeczy bądź potrzebą ustalenia, że reklamacja konsumenta jest zasadna, Spółka ma obowiązek zwrócić konsumentowi poniesione przez niego koszty związane z dostarczeniem wadliwego towaru.

Jednocześnie ustawa nie pozwala na ograniczenie odpowiedzialności Spółki w tym zakresie. Zgodnie z treścią art. 558 § 1 k.c. jeżeli kupującym jest konsument, ograniczenie lub wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest dopuszczalne tylko w przypadkach określonych w przepisach szczególnych. Stosowanie zatem przez Spółkę postanowień ograniczających co do wysokości odpowiedzialności Spółki za poniesione przez konsumenta koszty dostarczenia wadliwej rzeczy może zostać uznane za niezgodne z przepisami ustawy. Cytowane wyżej przepisy nie dają,



w ocenie Prezesa Urzędu, podstaw do obciążania Spółki kosztami znacząco odbiegającymi od zwyczajowych kosztów dostarczenia rzeczy danego rodzaju. Nie uprawniają jednak również przedsiębiorców do arbitralnego określania maksymalnej kwoty, powyżej której obowiązek pokrycia kosztów dostawy będzie wyłączony.

Stosowanie w obrocie konsumenckim postanowień Regulaminu niezgodnych z przytoczonymi przepisami może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 24 ust. 2 u.o.k.k. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem zachowanie przedsiębiorcy. Jak wynika z powyższego zachowanie Spółki musi być bezprawne. Bezprawność najogólniej należy rozumieć jako niezgodność działania z prawem. Zdaniem Prezesa Urzędu stwierdzona powyżej niezgodności stosowanych przez Spółkę postanowień Regulaminu z obowiązującymi przepisami, jest wystarczająca dla spełnienia przesłanki bezprawności działania.

Odnosząc się do przedstawionych przez Spółkę wyjaśnień Prezes Urzędu zwraca uwagę, że zapewnienie ochrony interesów ekonomicznych Spółki w przypadku reklamacji produktów o niewielkiej wartości, nie może uzasadniać przerzucania na konsumentów obowiązku poniesienia kosztów dostarczenia reklamowanego produktu. Podstawą przyjętego przez Spółkę rozwiązania, nie może być również w ocenie Prezesa Urzędu, powołany przez nią art. 560 § 2 i art. 561 § 3 k.c. Oba wskazane przepisy wprowadzają uprawnienie sprzedawcy do usunięcia wady rzeczy w sposób odmienny niż żąda tego reklamujący, z uwagi na związane z tym niewspółmierne dla sprzedawcy koszty. Należy jednak rozróżnić możliwość zastosowania przez sprzedawcę odmiennego sposobu usunięcia wady, od obowiązku pokrycia przez niego kosztów dostarczenia rzeczy. W samej ustawie oba zagadnienia zostały uregulowane w oddzielnych jednostkach redakcyjnych. Art. 561<sup>2</sup> k.c. nie odsyła wprost bądź odpowiednio do regulacji wynikających z art. 560 § 2 i art. 561 § 3 k.c. Tym samym przepisy ustawy nie dają podstaw do stosowania zasad wynikających z art. 560 § 2 i art. 561 § 3 k.c. do obowiązku ponoszenia kosztów dostarczenia wadliwej rzeczy do sprzedawcy uregulowanego w art. 561<sup>2</sup> k.c.

Ad 2

Na podstawie art. 12 ust. 1 pkt 9 u.p.k. najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 u.p.k. Przepis ten należy interpretować jako nakaz zamieszczenia w informacjach przedkontraktowych prostej informacji o tym, jakie kroki i w jakim czasie powinien podjąć kolejno konsument, jeżeli chce zrezygnować z zakupu. Informacja ta powinna być zgodna z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa.

Na podstawie art. 27 u.p.k. konsument, który zawarł umowę na odległość, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów. Konsument może odstąpić od umowy, składając przedsiębiorcy oświadczenie o odstąpieniu od umowy (art. 30 ust. 1 u.p.k.). Do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem (art. 30 ust. 2 u.p.k.).

Jak wynika z przytoczonych wyżej przepisów dla skutecznego odstąpienia od umowy zawartej na odległość wystarczające jest wysłanie przez konsumenta w terminie 14 dni oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Ustalenie, czy konsument dochował ustawowego terminu wymaga zatem sprawdzenia daty nadania przesyłki (wiadomości elektronicznej) zawierającej oświadczenie o odstąpieniu. Bez znaczenia pozostaje natomiast okoliczność, kiedy oświadczenie to zostało przedsiębiorcy doręczone.

W toku postępowania stwierdzono, że Spółka zamieszczała na stronie sklepu internetowego bonprix.pl niepełną i nierzetelną informację dotyczącą terminu wykonania prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość. W części zatytułowanej „Prawo zwrotu towaru (prawo odstąpienia

od umowy)” Regulaminu zawarte zostało postanowienie, zgodnie z którym „Odstąpić od umowy można w ciągu 14 dni od daty otrzymania przesyłki. Dla zachowania terminu 14 dni na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy wystarczające jest złożenie oświadczenia przed jego upływem (...)”.

Spółka wskazywała, że konsument może odstąpić od umowy w terminie 14 dni od dnia otrzymania przesyłki. Jednocześnie informowała, że 14-dniowy termin na odstąpienie od umowy zostanie zachowany, jeżeli konsument złoży oświadczenie w tym zakresie przed upływem ww. terminu.

Spółka nie informowała, że wystarczające do zachowania terminu jest samo wysłanie przez konsumenta oświadczenia przed upływem 14-dniowego terminu.

Zwrócić należy w tym miejscu uwagę na różnicę pomiędzy znaczeniem zwrotu „wysłanie oświadczenia” (użytego w art. 30 ust. 2 u.p.k.), a zwrotu „złożenie oświadczenia” (użytego w Regulaminie). Zgodnie z art. 61 § 1 k.c., oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią. Z kolei oświadczenie wyrażone w postaci elektronicznej jest złożone innej osobie z chwilą, gdy wprowadzono je do środka komunikacji elektronicznej w taki sposób, żeby ta osoba mogła zapoznać się z jego treścią (art. 61 § 2 k.c.). Z zasad kodeksowych wynika więc, że przed doręczeniem oświadczenia adresatowi, nie można uznać, że zostało ono złożone. Chwila złożenia oświadczenia jest ściśle związana z chwilą jego dostarczenia do adresata. Uzasadnione jest to tym, że osoba do której oświadczenie jest kierowane, powinna przynajmniej mieć możliwość zapoznania się z jego treścią. Tak aby skutki wynikające z treści oświadczenia nie nastąpiły wcześniej niż moment dowiedzenia się przez adresata o fakcie jego złożenia. W przypadku, gdy ustawa bądź czynność prawna wymaga złożenia oświadczenia woli w określonym terminie, wówczas ocena zachowania tego terminu będzie musiała uwzględniać chwilę złożenia oświadczenia. Istotny będzie więc moment doręczenia oświadczenia, a nie chwila jego wysłania przez składającego. W niektórych szczególnych przypadkach ustawodawca decyduje się jednak na wprowadzenie odstępstwa od powyższej reguły. Z sytuacją taką mamy do czynienia w art. 30 ust. 2 u.p.k. Jak już wskazano wyżej, zgodnie z treścią tego przepisu do zachowania 14-dniowego terminu na odstąpienie od umowy wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. W związku z powyższym informowanie przez Spółkę konsumentów o tym, że do zachowania terminu na odstąpienie od umowy zawartej na odległość, wystarczające jest jego złożenie w ciągu 14 dni od daty otrzymania przesyłki, może naruszać obowiązek wynikający z art. 27 u.p.k. Niewątpliwie złożenie oświadczenia o odstąpieniu (rozumiane jako jego dostarczenie do Spółki) przed upływem ustawowego terminu, będzie spełniać wymagania wynikające z art. 30 u.p.k. Informacja ta jest zatem zgodna z treścią ustawy. Jednakże jest ona niepełna, albowiem nie wskazuje konsumentom, że także samo wysłanie oświadczenia w ciągu 14 dni od dnia odebrania rzeczy, będzie wystarczające - niezależnie od tego, kiedy faktycznie dotrze ono do adresata.

Zachowanie Spółki godzi zatem w interesy konsumentów, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informacyjnego, stwierdzić należy, że jego nienależyte wypełnienie mogło prowadzić do rezygnacji przez konsumenta z wysłania oświadczenia o odstąpieniu np. w ostatnim dniu upływu wyznaczonego terminu bądź też znacznie skrócić czas na podjęcie przez konsumenta decyzji co do rezygnacji z zakupu.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego wynikającego z postanowień ustawy o prawach konsumenta stanowi działanie bezprawne, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 u.o.k.k.

Prezes Urzędu nie podziela przytoczonej przez Spółkę argumentacji mającej uzasadnić stosowane brzmienie Regulaminu w omawianym zakresie. W art. 30 ust. 1 u.p.k. mowa jest o „składaniu oświadczenia” przez konsumenta, gdyż zwrot ten jest powszechnie w obowiązujących przepisach prawa stosowany do oznaczenia zachowania polegającego na wyrażeniu woli danej osoby - art. 60

i 61 k.c. W przypadku, gdy przepisy szczególne nie wprowadzają odmiennych regulacji, owo „wyrażenie woli” adresowane do innej osoby uważa się za skuteczne wówczas, gdy dotarło do adresata w sposób umożliwiający mu zapoznanie się z jego treścią. W przypadku jednak szczególnego rodzaju oświadczenia, jakim jest oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość, ustawodawca zdecydował się na wprowadzenie w art. 30 ust. 2 u.p.k. wyjątku od regulacji kodeksowej. W konsekwencji czynność polegająca na uzewnętrznieniu przez konsumenta woli zniweczenia skutków zawartej umowy, nadal będzie mogła być określana mianem „złożenia oświadczenia”, jednakże skutek w postaci dotarcia oświadczenia do adresata nie będzie miał znaczenia dla oceny zachowania 14-dniowego terminu na odstąpienie od umowy. Inaczej mówiąc użycie w art. 30 ust. 2 u.p.k. zwrotu „wysłanie” oświadczenia jest zasadne i ma na celu modyfikację zasad wynikających z Kodeksu cywilnego. Stąd nie można przyjąć, że ustawodawca w art. 30 u.p.k. stosuje oba pojęcia zamiennie.

Ad 3

Na podstawie art. 12 ust. 1 pkt 13 u.p.k. najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad. Przepis ten należy interpretować jako nakaz zamieszczenia w informacjach przedkontraktowych prostego przypomnienia o prawnym obowiązku, zgodnie z którym przedsiębiorca powinien dostarczyć konsumentowi rzeczy zgodne z umową<sup>2</sup>.

W toku postępowania stwierdzono, że Spółka nie zamieszczała na stronie sklepu internetowego bonprix.pl wskazanej wyżej informacji. W treści Regulaminu wprowadzono wprawdzie pewne postanowienia dotyczące reklamacji, w tym odnoszące się do ponoszenia przez Spółkę odpowiedzialności za wady fizyczne i prawne towaru, jednakże żadne z nich nie zawierało jasnej informacji o spoczywającym na Spółce obowiązku dostarczenia rzeczy bez wad.

Zachowanie Spółki może godzić w interesy konsumentów, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informacyjnego, stwierdzić należy, że jego niedopełnienie może powodować niedoinformowanie konsumenta, co z kolei może prowadzić do utrudnienia dochodzenia roszczeń w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez Spółkę. Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego wynikającego z postanowień ustawy o prawach konsumenta może stanowić działanie bezprawne, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Odnosząc się do przedstawionych przez Spółkę w tym zakresie wyjaśnień, Prezes Urzędu podkreśla, że ustawa o prawach konsumenta wśród obowiązków informacyjnych odrębnie wskazuje na konieczność poinformowania konsumentów o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze reklamacyjnej (art. 12 ust. 1 pkt 8 u.p.k.), odrębnie natomiast o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad (art. 12 ust. 1 pkt 13 u.p.k.). Dodatkowo w odmienny sposób ustawodawca określił obowiązki przedsiębiorcy zawierającego umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (rozdział 3 u.p.k.) oraz przedsiębiorcy zawierającego innego rodzaju umowy z konsumentami (rozdział 2 u.p.k.). W pierwszym przypadku w art. 12 ust. 1 pkt 13 u.p.k. wyraźnie wskazano, że najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad. W przypadku natomiast pozostałych umów, przedsiębiorcy zobowiązani zostali do poinformowania konsumentów o przewidzianej przez prawo odpowiedzialności za jakość świadczenia (art. 8 pkt 5 u.p.k.). Wskazany przez Spółkę zapis Regulaminu mógłby być brany pod uwagę przy rozważeniu wykonania obowiązku informacyjnego wynikającego z art. 8 pkt 5 u.p.k., a zatem odnoszącego się

---

<sup>2</sup> Tomasz Czech, op. cit., komentarz do art. 12 ustawy o prawach konsumenta, WKP 2017.

do innego rodzaju działalności niż sprzedaż za pośrednictwem sklepu internetowego. W przypadku zawierania umów na odległość konieczne jest natomiast spełnienie wymagań jednoznacznie określonych w art. 12 ust. 1 pkt 13 u.p.k. W ocenie Prezesa Urzędu przepis ten należy interpretować jako nakaz zamieszczenia w informacjach przedkontraktowych przypomnienia o prawnym obowiązku, zgodnie z którym przedsiębiorca powinien dostarczyć konsumentowi rzeczy zgodne z umową. W konsekwencji wskazanie przez Spółkę ponoszenia odpowiedzialności za wady fizyczne i prawne w postanowieniach dotyczących stosowanej przez Spółkę procedury reklamacyjnej może być uznane za nienależyte wykonanie obowiązku, o którym mowa w art. 12 ust. 1 pkt 13 u.p.k.

Uwzględniając stanowisko Prezesa Urzędu Spółka dokonała zmiany Regulaminu w powyższym zakresie.

Ad 4

W Regulaminie Spółka stosowała następujące postanowienie: „Towar wadliwy wraz z reklamacją należy odesłać pod adres bonprix sp. z o.o. skr. Pocz. 2020, 90-959 Łódź załączając opis wady oraz dane umożliwiające identyfikację klienta”.

Powyższe postanowienie wprowadzało konsumentów w błąd co do konieczności wysłania reklamacji przez konsumentów wraz z reklamowaną rzeczą.

Zgodnie z art. 560 § 1 zdanie pierwsze k.c. „Jeżeli rzecz sprzedana ma wadę, kupujący może złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od umowy, chyba że sprzedawca niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla kupującego wymieni rzecz wadliwą na wolną od wad albo wadę usunie.”

Konsument występując do Spółki z roszczeniem reklamacyjnym składa oświadczenie woli. Zgodnie z zasadami wynikającymi z Kodeksu cywilnego oświadczenia woli mogą być składane w dowolnej formie z wyjątkiem przypadków przewidzianych przepisami ustaw. W zakresie oświadczenia konsumenta o obniżeniu ceny, odstąpieniu od umowy, żądaniu wymiany bądź naprawy rzeczy, ustawodawca nie przewidział, ani w Kodeksie cywilnym, ani w ustawie o prawach konsumenta, konieczności zachowania szczególnej formy. Należy zatem przyjąć, że kupujący może zrealizować swoje uprawnienie w jakikolwiek sposób (np. pisemnie, mailowo, telefonicznie, osobiście), z tym jedynie zastrzeżeniem, że oświadczenie takie musi dotrzeć do adresata w sposób umożliwiający zapoznanie się z jego treścią (art. 61 k.c.).

Cytowane powyżej postanowienie Regulaminu sugerowało, że złożenie reklamacji jest możliwe jedynie poprzez wysłanie wadliwego towaru wraz z treścią oświadczenia reklamacyjnego. Po zapoznaniu się z treścią Regulaminu konsument mógł dojść do przekonania, że zgłoszenie Spółce żądania reklamacji np. drogą elektroniczną narazi konsumenta na jej nieuwzględnienie z powodu niezachowania wymogów formalnych.

Zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070, dalej: u.p.n.p.r.) za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd. Działaniem wprowadzającym w błąd jest z kolei takie działanie, które w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, w tym w szczególności dotyczące wynikających z rękojmi praw konsumenta (art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 u.p.n.p.r.). Konsument po zapoznaniu się z treścią Regulaminu mógł pozostawać w błędnym przekonaniu, że Spółka nie dopuszcza innego sposobu zgłaszania reklamacji poza jej wysłaniem wraz z wadliwą rzeczą. Zwrócić należy jednocześnie uwagę, że na Spółce ciążyą obowiązki informacyjne, o których mowa w art. 12 u.p.k., w tym obowiązek pouczenia konsumentów o stosowanej przez Spółkę procedurze reklamacyjnej (art. 12 pkt 8 u.p.k.). Podkreślić należy, że procedura reklamacyjna nie może ograniczać uprawnień konsumenta wynikających z

obowiązujących przepisów prawa, w tym w zakresie sposobu zgłaszania roszczeń z tytułu rękojmi. Wprowadzony do ustawy o prawach konsumenta obowiązek informowania konsumentów o sposobie składania reklamacji świadczy o tym, że są to okoliczności istotne z punktu widzenia kupującego. Dlatego też ich treść nie może wprowadzać konsumentów w błąd. Konsument po zapoznaniu się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej Spółki powinien mieć pełną wiedzę na temat tego, co może zrobić, aby skutecznie zareklamować kupiony towar. Stosowane przez Spółkę postanowienie, przy jednoczesnym braku innych zapisów w tym zakresie, mógł wprowadzać konsumenta w błąd, a tym samym spełniać wskazane wyżej przesłanki uznania takiego działania za nieuczciwą praktykę rynkową zdefiniowaną w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 u.p.n.p.r.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k. zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe.

Odnosząc się do wyjaśnień Spółki w zakresie omawianego zarzutu, wskazać należy, że konsument występując do przedsiębiorcy z roszczeniem reklamacyjnym składa oświadczenie woli. Zgodnie z zasadami wynikającymi z Kodeksu cywilnego oświadczenia woli mogą być składane w dowolnej formie z wyjątkiem przypadków przewidzianych przepisami ustaw. Powyższa zasada wynika wprost z art. 60 k.c., zgodnie z którym „z zastrzeżeniem wyjątków w ustawie przewidzianych, wola osoby dokonującej czynności prawnej może być wyrażona przez każde zachowanie się tej osoby, które ujawnia jej wolę w sposób dostateczny, w tym również przez ujawnienie tej woli w postaci elektronicznej (oświadczenie woli)”. W zakresie składania reklamacji dotyczących przedmiotów sprzedaży, ustawodawca nie przewidział, ani w Kodeksie cywilnym, ani w innych aktach prawnych, konieczności zachowania szczególnej formy. Należy zatem przyjąć, że konsument może zrealizować swoje uprawnienie w jakikolwiek sposób (np. pisemnie, mailowo, osobiście), z tym jedynie zastrzeżeniem, że oświadczenie takie musi dotrzeć do Spółki w sposób umożliwiający zapoznanie się z jego treścią (art. 61 k.c.).

W analizowanym Regulaminie Spółka nie przewidziała wprost obowiązku zachowania formy pisemnej dla składanych przez konsumentów reklamacji, jednakże wprowadziła wymóg przesłania wadliwego towaru wraz z reklamacją na wskazany adres. W konsekwencji konsument może pozostawać w mylnym przekonaniu, że złożenie reklamacji w jakiegokolwiek innej formie np. za pośrednictwem poczty elektronicznej jest niedopuszczalne. Podkreślić w tym miejscu należy, że Prezes Urzędu nie kwestionuje obowiązku odesłania przez konsumenta reklamowanego towaru na podany przez Spółkę adres. Obowiązek taki wynika wprost z art. 561<sup>2</sup> § 1 k.c. Niemniej jednak nie pozbawia to konsumenta prawa do złożenia oświadczenia reklamacyjnego w dowolnej, wybranej przez niego formie. Przedstawiając swoje stanowisko Spółka wyjaśniła między innymi, że kwestionowany zapis uzasadniony jest w praktyce koniecznością skutecznego i efektywnego rozpatrywania reklamacji konsumentów. W ocenie Spółki połączenie w jednej wysyłce żądania reklamacyjnego z produktem umożliwia szybsze skompletowanie reklamacji. Jakkolwiek przedstawione przez Spółkę argumenty mogą mieć praktyczne znaczenie w procesie obsługi reklamacji, to jednak ciężar z tym związany nie może być przez przedsiębiorcę przerzucany na konsumenta. Zwrócić należy szczególną uwagę na fakt, że Spółka zawiera z konsumentami umowy na odległość. Klientami sklepu internetowego są zatem konsumenci, dla których korzystanie ze środowiska internetowego może być zwyczajową formą kontaktu z przedsiębiorcą. Ponadto przyjęcie, że złożenie reklamacji przez konsumenta wymaga od niego zachowania surowszych wymogów staranności niż zawarcie umowy z przedsiębiorcą mogłoby prowadzić do naruszenia równowagi wzajemnych praw i obowiązków stron kontraktu. W związku z powyższym w ocenie Prezesa Urzędu dopuszczalne jest żądanie przez Spółkę dostarczenia reklamowanego towaru, jednakże przy jednoczesnym zapewnieniu konsumentom możliwości złożenia reklamacji w wybranej przez nich formie, w tym w szczególności za pośrednictwem poczty elektronicznej.

Stosowany obecnie przez Spółkę wzorzec umowy sugeruje natomiast, że jedyną dopuszczalną formą zgłaszania roszczeń reklamacyjnych jest pisemne nadanie przesyłki wraz z reklamowanym towarem.

Uwzględniając stanowisko Prezesa Urzędu Spółka dokonała zmiany Regulaminu w powyższym zakresie.

#### Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie objaśnia znaczenia pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 u.o.k.k. jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Działanie Spółki godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.

Zgodnie z art. 24 ust. 3 u.o.k.k. nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów) wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. W ww. wyroku Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie: „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów” należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Zdaniem Prezesa Urzędu działania Spółki mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu klientów, przez co mógł być na nie narażony każdy konsument, który zawarł ze Spółką umowę sprzedaży na odległość za pośrednictwem sklepu internetowego.

Przedstawione zarzuty dotyczą dwóch istotnych z punktu widzenia konsumentów zagadnień: zasad odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu rękojmi oraz odstąpienia od umowy zawieranej na odległość. W jednym i drugim przypadku prawa i obowiązki stron umowy określone zostały przez bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa, których modyfikacja w obrocie konsumenckim (nawet za zgodną wolną stron) jest niemożliwa. Powyższe świadczy o istotnym charakterze regulacji ustawowych, a w konsekwencji o szczególnym znaczeniu należytego ich przestrzegania. Wszelkie działania mogące powodować naruszenie zasad wynikających z obowiązujących przepisów, wprowadzające konsumentów w powyższym zakresie w błąd, jak również powodujące, że przekazywane konsumentom informacje są niepełne, będą zatem godzić w interesy konsumentów. Skutkiem stosowania kwestionowanych przez Prezesa Urzędu postanowień może być bowiem zaniechanie przez konsumenta dochodzenia przysługujących mu roszczeń bądź realizacji przysługujących mu uprawnień, takich jak: żądanie zwrotu pokrycia pełnych kosztów dostarczenia reklamowanej rzeczy, złożenie reklamacji bądź odstąpienie od umowy zawartej na odległość. Z drugiej strony stosowany wzorzec umowy może stanowić podstawę uchylenia się przez Spółkę od odpowiedzialności z tytułu rękojmi poprzez uznanie nieskuteczności reklamacji złożonych w sposób odmienny niż wskazany w Regulaminie, nierozliczenia w pełnej wysokości poniesionych przez konsumenta kosztów dostarczenia wadliwego produktu, jak też uznania nieskuteczności złożonego oświadczenia o odstąpieniu od umowy z powodu niezachowania przez konsumenta ustawowego terminu. W ocenie Prezesa Urzędu stosowany przez Spółkę wzorzec

umowy nie powinien w żadnym zakresie kształtować stosunku zobowiązaniowego w sposób niezgodny z normami bezwzględnie obowiązującymi, jak również wywoływać u konsumentów jakichkolwiek wątpliwości co do przysługujących im praw i sposobu ich realizacji. Działania takie należy w każdym przypadku uznać za godzące w interesy konsumentów.

### Rozstrzygnięcie

Stwierdzenie zaniechania stosowania praktyk

Zgodnie z art. 26 ust. 1 u.o.k.k., jeżeli Prezes Urzędu stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 u.o.k.k. nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Jak wynika z poczynionych w toku postępowania ustaleń Spółka zaniechała stosowania zarzuczanych jej praktyk z dniem 21 stycznia 2019 r. - na dowód czego przedłożyła zmieniony wzorzec umowy, stanowiący załącznik do pisma z dnia 26 lutego 2019 r.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

### Ad II i III Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia i nakaz publikacji decyzji

Uwzględniając przedstawione w niniejszej decyzji ustalenia faktyczne i ich ocenę prawną, a także wyjaśnienia dotyczące zajętego przez Spółkę w sprawie stanowiska, Prezes Urzędu na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 u.o.k.k. uznał praktykę Spółki objętą postawionymi zarzutami za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie ich stosowania.

Zgodnie z art. 27 ust. 4 u.o.k.k. wobec decyzji wydawanej na podstawie art. 27 ust. 2 tej ustawy przepisy art. 26 ust. 2-4 u.o.k.k. stosuje się odpowiednio. Zgodnie z ww. przepisami w decyzji, o jakiej mowa powyżej, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Środki, o których mowa w art. 26 ust. 2 u.o.k.k., powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.

Mając na uwadze powyższe, a także uwzględniając ponad 2,5-letni okres stosowania praktyk, szeroki zasięg terytorialny ich oddziaływania, okoliczność, że praktyki wymierzone były w bardzo liczną grupę konsumentów oraz fakt, że dotyczyły zasadniczych z punktu widzenia konsumentów uprawnień związanych z roszczeniami reklamacyjnymi oraz uprawnieniem do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, Prezes Urzędu nałożył na Spółkę w pkt II niniejszej decyzji środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu orzeczone obowiązek poinformowania konsumentów o uznaniu stosowanych przez Spółkę praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów jest proporcjonalny do wagi i rodzaju stwierdzonych naruszeń. Przede wszystkim należy podkreślić, że Spółka prowadząc sklep internetowy zobowiązana jest do zachowania należytej staranności w przygotowywaniu przekazywanych konsumentom informacji. Postanowienia stosowanego przez Spółkę Regulaminu nie mogą tym samym zawierać informacji, które są niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa bądź wprowadzają konsumentów w błąd co do sposobu realizacji przysługujących im uprawnień. Jeżeli zakwestionowane przez Prezesa Urzędu praktyki polegały na uchybieniach Spółki w realizacji powyższego obowiązku, poinformowanie o tym konsumentów jest w pełni uzasadnione. W wyniku działań Spółki konsumenci otrzymali błędne bądź niepełne informacje. Najlepszą więc i najskuteczniejszą metodą odwrócenia zaistniałego stanu jest zawiadomienie konsumentów o tym, że w ocenie Prezesa Urzędu, Spółka nie była uprawniona do stosowania praktyk wskazanych w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Dodatkowo na podstawie art. 26 ust. 3 w zw. z art. 27 ust. 4 u.o.k.k., Prezes Urzędu nakazał Spółce w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji, na jej koszt, opublikować na stronie internetowej sklepu bonprix.pl, całość treści niniejszej decyzji. Zastosowany obowiązek publikacyjny jest ściśle związany z nałożonym na Spółkę obowiązkiem zastosowania środków usunięcia skutków naruszenia. W szczególności należy podkreślić, że obie metody zmierzają do poinformowania konsumentów o stwierdzonych przez Prezesa Urzędu nieprawidłowościach. Jednocześnie ich równoległe zastosowanie zagwarantuje wszystkim konsumentom, którzy mogli zostać narażeni na uszczuplenie uprawnień, dostęp do pełnej wiedzy o poczynionych przez Prezesa Urzędu ustaleniach i ocenie prawnej.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II. i III. sentencji niniejszej decyzji.

#### Ad IV Rozstrzygnięcie o kosztach postępowania

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2018 r. poz. 2096 ze zm., dalej: k.p.a.). Stosownie do 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.

Niniejsze postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zostało wszczęte z urzędu. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu w związku z niniejszą sprawą, których wysokość wyniosła 60 zł.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie IV. sentencji.

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

#### **Pouczenie**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w zw. z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2018 r. poz. 1360 ze zm., dalej: k.p.c.) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 81 ust. 5 u.o.k.k. w związku z art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 k.p.c., Spółce przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury w Katowicach.



Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2019 r. poz. 785, dalej: u.k.s.c.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. u.o.k.s.c. zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 u.o.k.s.c., Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 u.o.k.s.c., wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, 3 i 4 k.p.c. strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Dyrektor Delegatury  
Urzędu Ochrony Konkurencji  
i Konsumentów w Katowicach  
*Maciej Frągsztajn*