



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

Wrocław, dn. 11 maja 2005 r.

RWR 61-6/05/JM

DECYZJA Nr 25 /2005

I. Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Spółce **Sportech Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu, ul. 28 czerwca 1956 nr 396, 61-441 Poznań**, reprezentowanej przez radcę prawnego Bolesława Skowalczyńskiego z Kancelarii Adwokatów i Radców Prawnych P.J. Sowisło spółka komandytowa w Poznaniu,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie Spółki Sportech Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu, prowadzącej działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.activio.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,
2. brak informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki,
3. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
4. brak określenia terminu odpowiedzi na reklamację,
5. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
6. brak w regulaminie określenia warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - o wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - o zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym,

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 27 stycznia 2005 r.

II. Na podstawie 105 § 1 k.p.a. w zw. z art. 80 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o *ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. Dz. U. Nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosowanie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w *sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. nr 18, poz. 172 ze zm.),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów :

umarza się jako bezprzedmiotowe postępowanie, wszczęte z urzędu w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem naruszenia przez Spółkę **Sportech Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu, ul. 28 czerwca 1956 nr 396, 61-441 Poznań**, reprezentowanej przez radcę prawnego Bolesława Skowalczyńskiego z Kancelarii Adwokatów i Radców Prawnych P.J. Sowisło spółka komandytowa w Poznaniu, prowadzącą działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.activio.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak możliwości skopiowania i wydrukowania warunków umownych przed złożeniem zamówienia,
- co mogło stanowić naruszenie art. 23 a przywołanej na wstępie ustawy.

UZASADNIENIE

1. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu, w ramach prowadzonego w sierpniu 2004 r. postępowania sygn. akt RWR 078-70/04/ZR, skontrolował 42 witryny sklepów internetowych, oferujących do sprzedaży sprzęt sportowy, w celu wstępnego ustalenia, czy zachodzi podejrzenie stosowania przez tych przedsiębiorców, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23 a ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zwanej dalej „ustawą o ochronie (...)”.

Analiza witryny internetowej www.activio.pl, należącej do Sportech Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu dała podstawę do podejrzenia, iż na jej stronach nie są zamieszczane wszystkie wymagane prawem informacje.
(Dowód: karta nr 4)

2. W związku z powyższym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu”, postanowieniem nr 28/2005 z dnia 26 stycznia 2005 r., wszczął postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23a ustawy o ochronie (...), w związku z podejrzeniem naruszenia przez Spółkę **Sportech Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu**, zwaną dalej „Spółką”, prowadzącą działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży przez internet sprzętu sportowego, obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczenie na swojej stronie internetowej (www.activio.pl) wymaganych prawem gwarancji ochronnych dla konsumentów, tj:

1. brak informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz oznaczenia organu, który zarejestrował działalność gospodarczą,
2. brak możliwości skopiowania i wydrukowania warunków umownych przed złożeniem zamówienia,

3. brak informacji o pełnych kosztach obejmujących wszystkie składniki, w szczególności cła i podatki,
4. brak określenia terminu, jak długo wiąże oferta,
5. brak określenia terminu odpowiedzi na reklamację,
6. brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy,
7. brak w regulaminie określenia warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - o wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - o zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym.

(Dowód: karta nr 1)

3. Jednocześnie postanowieniem nr 29/2005 z dnia 26 stycznia 2005 r. w poczet dowodów niniejszej sprawy zaliczono informacje uzyskane przez Prezesa Urzędu w sprawach:

1. sygn. RWR 078-70/04/ZR, tj. kartę „Badanie E-Comerce-Witryny Internetowe” wypełnioną przez badającego witrynę www.activio.pl,
2. sygn. 402-22/04/JM tj. wypis z KRS .

(Dowód: karta nr 4-8)

4. W odpowiedzi na postawione zarzuty, pełnomocnik Spółki w pismach z dnia 3 lutego 2005 r. i 21 marca 2005 r. (daty wpływu) podał, iż działalność sklepu z dniem 27 stycznia 2005 r. została zawieszona. Istnieje możliwość przeglądania zawartości witryny, wykluczona jest jednak możliwość składania zamówień i rejestracji nowych klientów. Jednocześnie nie zgodził się z zarzutem, iż nie można skopiować i wydrukować ze strony internetowej warunków umownych przed złożeniem zamówienia. Na potwierdzenie swojego stanowiska przesłał wydruk stron „regulamin”, „metody wysyłki i płatności”, polityka prywatności”, „gwarancja i zwroty”, „pomoc”, „kontakt” oraz ofertę butów umbro spectra-a in.

(Dowód: karta nr 21-34, 37-38)

5. W trakcie prowadzonego postępowania Prezes Urzędu sprawdził, iż, zgodnie z oświadczeniem pełnomocnika Spółki, witryna www.activio.pl funkcjonuje jako strona informacyjno-reklamowa, bez możliwości dokonania zakupu towarów.

(Dowód: karta nr 35)

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

1. Spółka Sportech Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w Poznaniu pod numerem 0000144863. Przedmiotem jej działania jest m.in. sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach oraz pozostała sprzedaż detaliczna nowych towarów w wyspecjalizowanych sklepach.

(Dowód: karta nr 5-7)

2. Za pośrednictwem strony internetowej www.activio.pl Spółka prowadziła sprzedaż sprzętu sportowego. Z jej oferty korzystać mogły zarówno osoby fizyczne (konsumenty), jak też przedsiębiorcy.

Warunkiem dokonania zakupu było prawidłowe wypełnienie dostępnego na stronie formularza zamówienia i przesłanie go do sprzedawcy za pośrednictwem internetu. W sposób automatyczny do zamawiającego (konsumenta) wysyłany był e-mail

potwierdzający złożenie zamówienia. Konsument powinien dokonać dodatkowego potwierdzenia zamówienia, podając jego numer.

(Dowód: karta nr 11)

2. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym Spółki oraz zgłaszania reklamacji uregulowane są na konkretnych stronach tej witryny tj. „regulamin”, „metody wysyłki i płatności”, polityka prywatności”, „gwarancja i zwroty”, zwanych dalej „regulaminem”.

(Dowód: karta nr 11-17)

3. Prezes Urzędu w stosowanym przez Spółkę regulaminie dopatrywał się braku, wymaganych przez ustawodawcę, informacji i danych, wskazanych w osnowie decyzji, dotyczących prawa konsumentów do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

(Dowód: karta nr 11-17)

4. W odpowiedzi na postawione zarzuty pełnomocnik podał, iż działalność sklepu z dniem 27 stycznia 2005 r. została zawieszona. Nie zgodził się przy tym z zarzutem, iż ze strony internetowej sklepu nie można skopiować i wydrukować warunków umownych przed złożeniem zamówienia. Na potwierdzenie swojego stanowiska przesłał wydruk znajdującego się tam regulaminu oraz stron „pomoc”, „kontakt” i oferta butów umbro spectra-a in.

(Dowód: karta nr 26-34)

5. Przesłane przez pełnomocnika przedsiębiorcy wydruki ww. stron sklepu internetowego nie zostały przez niego poświadczane za zgodność z oryginałem, zatem, na mocy art. 46 ustawy o ochronie (...), nie stanowią dowodu w prawie. Niemniej jednak Prezes Urzędu, w ramach prowadzonego postępowania dokonał w wydruku stron regulaminu tj. „regulamin”, „metody wysyłki i płatności”, polityka prywatności”, „gwarancja i zwroty”, które zostały włączone do materiału dowodowego sprawy.

(Dowód: karta nr 11-17)

III. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

I. Ustawa o ochronie (...) określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1). Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczno – prawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, dokonujących zakupów sprzętu sportowego w sklepie internetowym www.activio.pl.

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie: „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”. Zgodnie zaś z art. 23a ust. 2 powołanej ustawy „Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (...)”.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie prawnej przed godzącymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami, działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany katalog ma charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę działań,

które naruszają przepisy innych ustaw. W przepisie art. 23a ustawy nie ma odwołania do konkretnych ustaw (z tego względu, iż byłoby to sprzeczne z zasadami poprawnej legislacji, ale także ograniczało Prezesa UOKiK w jego decyzjach w sprawie niedozwolonych praktyk naruszających interesy konsumentów).

Do stwierdzenia praktyki z art. 23a powołanej ustawy o *ochronie (...)* konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

1. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
2. godzenie tymi działaniami w interes konsumentów,
3. naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

W powyższej sprawie poddano analizie sposób informowania i zakres informacji przekazywanych konsumentowi dokonującemu zakupów za pośrednictwem witryny internetowej www.activio.pl, o przysługujących mu prawach, a także obowiązkach. Podkreślić należy, iż z chwilą dokonania zamówienia konkretnego towaru w sklepie internetowym dochodzi do nawiązania stosunku zobowiązaniowego pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą (Spółką), z istoty którego wynika, iż na każdej ze stron umowy ciążą określone prawa i obowiązki. Sprzedawca, będący profesjonalistą, winien udzielić konsumentowi, jako stronie słabszej tego stosunku, pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji dotyczącej prawnych gwarancji ochronnych jego interesów.

Ad. 1)

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisaną procedury stosowanej przez Spółkę w sklepie internetowym (patrz pkt 2 i 3 ustalonego stanu faktycznego) był brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodziło z chwilą, gdy adresat oferty złożył ofertę oferentowi (Spółce), przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość jakim jest internet, oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Oznacza to, że w tej sprawie mamy do czynienia ze świadczeniem usługi drogą elektroniczną. Pod tym pojęciem, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.) rozumie się wykonywanie usługi, która następuje poprzez wysyłanie i odbieranie danych za pomocą systemów teleinformatycznych, na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności obu stron, przy czym dane te są transmitowane za pośrednictwem sieci publicznych w rozumieniu ustawy Prawo Telekomunikacyjne.

Natomiast w myśl art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o *ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) umowy, zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.), są umowami na odległość jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

Zatem do przedsiębiorców świadczących usługi drogą elektroniczną i zawierających z konsumentami umowy na odległość zastosowanie mają przepisy:

1. ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o *ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny* (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), zwana dalej „ustawą o prawach konsumentów”,

2. ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), zwana dalej „ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną”,
3. rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży, zwane dalej „rozporządzeniem”.

Stosownie do treści art. 7 ust. 1 i art. 10 ust. 1 *ustawy o prawach konsumentów* konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy. Dokonując zakupu (art. 9 ust. 1 i 2) konsument powinien być poinformowany w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, m.in. o:

- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany (art. 9 ust. 1 pkt 1),
 - 2) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu (art. 9 ust. 1 pkt 2),
 - 3) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki (art. 9 ust. 1 pkt 3),
 - 4) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia (art. 9 ust. 1 pkt 4),
 - 5) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy (art. 9 ust. 1 pkt 5),
 - 6) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni (art. 9 ust. 1 pkt 6),
 - 7) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (art. 9 ust. 1 pkt 8),
 - 8) miejscu i sposobie składania reklamacji (art. 9 ust. 1 pkt 10),
- Przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie powyższych informacji najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia (art. 9 ust.3). Zawarta pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem umowa powinna określać miejsce i sposób składania reklamacji, nie powodujące nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta (art. 11 ust 2).

Zgodnie z art. 8 ust. 1 *ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną* usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego udostępnienia tego regulaminu usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Regulamin ten powinien określać w szczególności (art. 8 ust. 3 ww. ustawy):

- 1) rodzaje i zakres usług świadczonych drogą elektroniczną,
- 2) warunki świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
 - a) wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
 - b) zakaz dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym,
- 3) warunki zawierania i rozwiązywania umów o świadczenie usług drogą elektroniczną,
- 4) tryb postępowania reklamacyjnego.

Stosownie zaś do art. 5 tej ustawy na stronie internetowej przedsiębiorca podaje imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres albo nazwę lub firmę oraz siedzibę i adres oraz adresy elektroniczne. Ma on również obowiązek (art. 7 pkt 1 lit b) zapewnić działanie systemu teleinformatycznego, którym się posługuje, umożliwiając nieodpłatnie usługobiorcy jednoznaczny identyfikację stron usługi świadczonej drogą elektroniczną oraz potwierdzenie faktu złożenia oświadczeń woli i ich treści, niezbędnych do zawarcia drogą elektroniczną umowy o świadczenie tej usługi, w szczególności przy wykorzystaniu bezpiecznego podpisu elektronicznego w

rozumieniu ustawy z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym (Dz. U. Nr 130, poz. 1450)).

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

Brak zatem na witrynie sklepu internetowego którejkolwiek z ww. informacji świadczy o sprzeniewierzeniu się woli prawodawcy i stanowi nie dopełnienie przez przedsiębiorcę obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o przysługujących im prawach. Tym samym jest działaniem bezprawnym.

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

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

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

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

Kolejnym naruszeniem *ww. ustawy*, a w szczególności jej **art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1**, jest brak określenia sposobu udostępniania konsumentowi treści zawartej umowy.

Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną w **art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b)** nakłada na przedsiębiorcę obowiązek określenia w regulaminie warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:

- wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
- zakazu dostarczania przez usługobiorcę (konsumenta) treści o charakterze bezprawnym.

Zatem, stwierdzony przez Prezesa Urzędu, brak ww. zapisów na witrynie internetowej www.activio.pl stanowi sprzeniewierzenie się woli ustawodawcy.

Z powyższego wynika, że została spełniona pierwsza z trzech ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu wskazanych powyżej przepisów ustaw i rozporządzenia, co jednocześnie naruszyło obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Wskazać przy tym należy, że prawo konsumenta do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji jest jednym z jego zasadniczych praw, a brak takiej informacji uniemożliwia konsumentowi swobodę oceny i wyboru najlepszej oferty, ograniczając wolność jego decyzji rynkowych. Profesjonalista zawsze obowiązany jest poinformować konsumenta, będącego z zasady słabszą stroną stosunku umownego, o istotnych okolicznościach dotyczących kontraktu – w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny, co jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania (vide: E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, Warszawa 2002, str. 215 i nast.).

Ad 2)

Dokonując analizy drugiej przesłanki zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 23a ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie Spółki, naruszające przepisy ustaw o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz o prawach konsumentów, niewątpliwie godziło w interes konsumenta i rodziło po jego stronie niekorzystne skutki.

Każdy konsument ma prawo sprawdzić wiarygodność przedsiębiorcy, u którego dokonuje zakupu i uiszcza zapłatę za towar. Niewątpliwie brak zaś informacji o numerze REGON przedsiębiorcy oraz o oznaczeniu organu, który zarejestrował działalność gospodarczą, może mu to utrudnić.

Konsument dokonując zakupu określonej rzeczy winien być w sposób jednoznaczny, jasny i czytelny poinformowany o jego cenie jednostkowej. Dlatego też przy danym produkcie powinna być ona uwidoczniiona. Również konsument powinien otrzymać informację, czy jest to cena ostateczna (brutto) tego artykułu, uwzględniająca wszystkie składniki, a w szczególności cła i podatki. Odpowiednie zapisy w tym zakresie przedsiębiorca winien umieścić przy każdym, oferowanym przez siebie do sprzedaży produkcie, jak również w regulaminie. Brak powyższych danych stawia konsumenta w sytuacji niepewności, czy za zamówiony towar zapłaci kwotę przy nim widniejącą, czy też zostanie ona powiększona np. o podatek VAT lub opłatę licencyjną zwiększającą wartość celną towaru z importu.

Określenie terminu, jak długo wiąże oferta, jest instytucją tzw. *warming up* – utrzymywania wiążącego charakteru w zakresie ceny zarówno oferty, jak i materiałów informacyjnych. Zatem okres obowiązywania oferty winien być wskazany przez przedsiębiorcę w sposób jednoznaczny i nie budzący wątpliwości, gdyż terminem tym jest on związany.

Ograniczeniem praw konsumenta jest pozbawienie go informacji o trybie postępowania reklamacyjnego usług świadczonych drogą elektroniczną, a w szczególności o terminie odpowiedzi na nią. W konsekwencji powoduje utrudnienia w dochodzeniu roszczeń przez konsumentów.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty, przedstawionej na witrynie internetowej, zawiera z przedsiębiorcą umowę kupna-sprzedaży tego towaru oraz dostarczenia go na wskazany przez siebie adres. Dlatego też, dla potwierdzenia wszelkich warunków na jakich ww. czynności mają być wykowane oraz praw i obowiązków obu stron tej umowy, niezbędnym jest określenie zasad i sposobu utrwalania, zabezpieczania oraz udostępniania konsumentowi jej treści. Ma to także istotne znaczenie dla konsumenta przy dochodzeniu roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę.

Sprzedawca winien podać minimalne parametry (niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje), jakie musi posiadać sprzęt komputerowy konsumenta, aby bez problemów mógł on dokonać zamówienia. Zatem konsument, otwierając stronę internetową, powinien od razu uzyskać informację, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera, bez

żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów.

Konsumenta, korzystającego z usług sklepów internetowych, obowiązuje ustawy zakaz dostarczania na jego witrynę treści o charakterze bezprawnym. Zgodnie zaś z wolą ustawodawcy to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek poinformowania go o powyższym. Brak informacji na ten temat może skutkować tym, iż nieświadomy tego konsument może przesłać na stronę materiały, których dostarczenie jest zagrożone karą. Pośrednio, zamieszczenie odpowiedniego zapisu zakazującego konsumentowi ww. działań leży także w interesie przedsiębiorcy, który ponosi odpowiedzialność za wszystkie informacje zawarte na jego stronie internetowej.

Jak zatem z powyższego wynika wolą ustawodawcy zostały stworzone prawne gwarancje ochronne interesów konsumentów, poprzez ustanowienie katalogu obowiązków przedsiębiorcy wobec nich. Podkreślając rangę tych zapisów nadano im formę obowiązków ustawowych. Przepisy prawa o charakterze bezwzględnie obowiązującym wprowadzono do porządku prawnego po to, by chronić dobro zasługujące na ochronę. Każde działanie bezprawne w ramach danego stosunku prawnego godzi w interesy drugiej strony kontraktu. Przyjąć zatem należy, iż nieuczynienie zadość ww. obowiązkom ustawowym godzi w interes konsumentów, który ustawodawca uznał za istotny i podlegający ochronie prawnej.

Zatem wypełniona została druga z przesłanek, niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Ad 3)

Zgodnie z art. 23a ust. 1 zd. 2 ustawy o *ochronie*, zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta, może być przejawem powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

Omówione działania Spółki dotyczyły niewątpliwie zbiorowego interesu konsumentów, tj. nieograniczonej liczby konsumentów, którzy dokonywali za pośrednictwem strony internetowej www.activio.pl zakupów w jej sklepie internetowym, jak i wszystkich potencjalnych konsumentów- użytkowników internetu, którzy są lub będą zainteresowani zamówieniem któregośkolwiek z towarów, prezentowanych na ww. stronie internetowej.

Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Uczestnika nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami kręgu kupujących konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Spółki.

W takich okolicznościach poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów niebędąca tylko – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego praktykę – przypadkową zbiorowością konsumentów, lecz jej odrębną kategorią, których łączy wspólny interes.

W tym stanie rzeczy należy uznać, że naruszony został zbiorowy interes konsumentów, a tym samym spełniona ostatnia z trzech ww. przesłanek.

Mając powyższe na względzie, Prezes UOKiK stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 23a ustawy o *ochronie* (...).

Jednakże zgodnie z art. 23e ust. 1 i 2 ustawy o *ochronie* (...) nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23 a. W takim przypadku Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie jej stosowania.

Taka sytuacja ma miejsce w niniejszej sprawie, gdzie Prezes Urzędu stwierdził, iż powyższa praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji miała charakter czasowy, a jej stosowanie zostało zaniechane z dniem 27 stycznia 2005 r. tj. z dniem zawieszenia działalności sklepu internetowego www.activio.pl (pisma pełnomocnika Spółki z dnia 3 lutego 2005 r. i 16 marca 2005 r. – karta nr 21 i 37, notatka służbowa – karta nr 35).

II. Zgodnie z art. 105 § 1 k.p.a. organ administracji państwowej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania, gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe. Przepis ten dotyczy działania organu administracyjnego i odnosi się do przypadków zobiektywizowanych. Umorzenie postępowania w tym trybie jest obligatoryjne, gdy zaistnieje przesłanka jego bezprzedmiotowości w postaci braku któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego uniemożliwiającego wydanie decyzji (B.Adamiak.J.Borkowski "Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz", Wyd.C.H.BECK, W-wa 1996r., s.461-462).

Zgodnie z ustalonym orzecznictwem NSA postępowanie jest bezprzedmiotowe m.in. wtedy, gdy nie istnieje w znaczeniu prawnym przedmiot postępowania (np. wyrok z 1 marca 1984 r., II SA 2085/83; ONSA 1984, z. 1, poz. 23 oraz z 13 października 1987 r., SA /Wr 460/97; ONSA 1987, z. 2, poz. 70).

W niniejszej sprawie Spółce został postawiony zarzut braku możliwości skopiowania i wydrukowania ze strony internetowej sklepu www.activio.pl warunków umownych przed złożeniem przez konsumenta zamówienia, co może stanowić naruszenie art. 23 a ustawy o *ochronie* (...). Tymczasem, już po wszczęciu postępowania, okazało się, że każdy konsument mógł bez przeszkód, nawet nie dokonując zamówienia, zapoznać się z treścią regulaminu i wydrukować go.

W tej sytuacji należy stwierdzić, iż w trakcie badania witryny doszło do pomyłki w ocenie jej zawartości, w wyniku której bezpodstawnie postawiono Spółce zarzut braku możliwości skopiowania i wydrukowania przez konsumenta z witryny internetowej sklepu www.activio.pl warunków umownych przed złożeniem zamówienia. Tym samym postępowanie w tym zakresie, jako bezprzedmiotowe, należało umorzyć.

Mając powyższe na uwadze orzeczono, jak na wstępie.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o *ochronie* w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura we Wrocławiu.

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