



**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

RWR 61-3/10/JM

Wrocław, 14.09.2010 r.

**DECYZJA RWR 20 /2010**

**I.** Na podstawie art. 27 ust.1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. *w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko MTS Notebook S.A. z/s w Poznaniu,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której nowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów** działanie przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielania 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 (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego),
- 2) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) 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.)),  
**oraz stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 17 lutego 2010 r.**

**II.** Na podstawie art. 26 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. *w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko MTS Notebook S.A. z/s w Poznaniu,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów** działanie

przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie zamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną),  
**i nakazuje się zaniechania jej stosowania.**

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

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**nakłada się** na MTS Notebook S.A. z/s w Poznaniu, **karę pieniężną** w wysokości:

- a) **4.096 zł** (słownie: cztery tysiące dziewięćdziesiąt sześć złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa
- b) **5.852 zł** (słownie: pięć tysięcy osiemset pięćdziesiąt dwa złote), z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt II sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa.

## UZASADNIENIE

1. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „*Prezes Urzędu*”, postanowieniem nr 22/2010 z dnia 28.01.2010 r., zmienionym postanowieniem nr 112/2010 z dnia 28.05.2010 r., wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie podejrzenia stosowania przez MTS Notebook S.A. z/s w Poznaniu, ul. Grochowe Łąki 7a, dalej: „*Spółka*”, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej: „*ustawa o ochronie (...)*”, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania 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 (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego),
- 2) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl):
  - a) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) 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 (art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną)”.

Jednocześnie, ww. postanowieniem nr 22 /2010 z dnia 28.01.2010 r., zmienionym postanowieniem nr 112/2010 z dnia 28.05.2010 r., Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów następujące materiały zgromadzone w postępowaniu wyjaśniającym sygn. akt RWR 403-34/09/JM:

- regulamin sklepu internetowego,

- wypis z KRS z dnia 19.10.2009 r.  
(dowód: karta 1-17, 47-48)

2. Ustosunkowując się do postawionego zarzutu Spółka podała, iż dokonała z dniem 17 lutego 2010 r. zmian na stronie internetowej swojego sklepu [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) poprzez zamieszczenie w regulaminie sklepu postanowień o treści:

- a) „Zamawiający zobowiązany jest do przestrzegania zakazu nadużywania środków komunikacji elektronicznej oraz dostarczania przez systemy teleinformatyczne MTS Notebook S.A. treści naruszające dobra osób trzecich, ogólnie przyjęte normy społeczne, które są niezgodne z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, a w szczególności treści o charakterze bezprawnym, mogące wprowadzić w błąd, obraźliwe, a także treści zawierające wirusy lub mogące wywoływać zakłócenia czy też uszkodzenia systemów komputerowych lub powodujące przeciążenie systemów teleinformatycznych Sprzedawcy lub zakłócenie jego pracy.”
- b) „Wymagania techniczne, niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym MTS Notebook S.A.:
  - dostęp do sieci Internet,
  - dostęp do witryn WWW-przeglądarka www (rekomendowany Microsoft Internet Explorer),
  - dostęp do odbierania wiadomości pocztą elektroniczną – posiadanie konta email.”
- c) „Wraz z towarem wydawany jest dowód zakupu (faktura VAT lub paragon fiskalny) wraz z regulaminem oraz dokumentem gwarancyjnym.”

Jednocześnie Spółka wskazała, iż w Regulaminie zawarte są już informacje dot. sposobu składania reklamacji przez konsumenta w przypadku zastrzeżeń, co do stanu otrzymanej przesyłki oraz napraw gwarancyjnych. Dlatego też, zdaniem Spółki, zarzut braku informacji o trybie postępowania reklamacyjnego dot. wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line jest bezpodstawny.

(dowód: karta nr 18-22, 25-31)

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

1. MTS Notebook Sp. z o.o. z/s w Poznaniu była spółką prawa handlowego wpisaną do KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Poznaniu, pod numerem 0000053257. Dnia 14 maja 2009 r. nadzwyczajne zgromadzenie wspólników podjęło uchwałę w sprawie przekształcenia MTS Notebook Sp. z o.o. w MTS Notebook S.A., która jest następcą prawnym ww. spółki z ograniczoną odpowiedzialnością.

MTS Notebook S.A. z/s w Poznaniu wpisana została do KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Poznaniu, pod numerem 0000346729. Przedmiotem jej działalności jest m.in. sprzedaż detaliczna komputerów, urządzeń peryferyjnych i oprogramowania oraz sprzętu audiowizualnego i pozostałych nowych wyrobów, prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach, a także sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet.

(dowód: karta nr 11-17, 32-38)

2. Za pośrednictwem strony internetowej [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) Spółka prowadzi sprzedaż komputerów i drukarek, sprzętu komputerowego i akcesoriów komputerowych, a także m.in. aparatów cyfrowych, telewizorów, nawigacji GPS. Z jej oferty korzystać mogą zarówno osoby fizyczne (konsumenci), jak też przedsiębiorcy. Warunkiem dokonania zakupu jest złożenie zamówienia za pomocą prawidłowo wypełnionego formularza, dostępnego na stronie internetowej sklepu, i przesłanie go do sprzedawcy za pośrednictwem internetu. Produkty, znajdujące się na stronie sklepu internetowego można również zamówić osobiście w wybranym oddziale sklepu.

(dowód: karta nr 4, 23, 26)

3. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym przedsiębiorcy uregulowane są w „Regulaminie” zamieszczonym na stronie internetowej sklepu. W regulaminie tym Prezes Urzędu dopatrywał się braku, wymaganych przez ustawodawcę, informacji i danych, wskazanych w pkt 1 uzasadnienia decyzji (s.2 decyzji).

(dowód: karta nr 4-11, 28-35)

4. Spółka, uznając za zasadne zarzuty postawione jej przez Prezesa Urzędu w ww. postanowieniu nr 22/2010, zmienionym postanowieniem nr 112/2010 z dnia 28.05.2010 r., dotyczące naruszenia art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego oraz art. 8 ust. 3 pkt 2 lit.a) i b) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, dalej: „ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną”, z dniem 17 lutego 2010 r. zamieściła w Regulaminie następujące postanowienia:

- a) „Zamawiający zobowiązany jest do przestrzegania zakazu nadużywania środków komunikacji elektronicznej oraz dostarczania przez systemy teleinformatyczne MTS Notebook S.A. treści naruszające dobra osób trzecich, ogólnie przyjęte normy społeczne, które są niezgodne z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, a w szczególności treści o charakterze bezprawnym, mogące wprowadzić w błąd, obraźliwe, a także treści zawierające wirusy lub mogące wywoływać zakłócenia czy też uszkodzenia systemów komputerowych lub powodujące przeciążenie systemów teleinformatycznych Sprzedawcy lub zakłócenie jego pracy.”
- b) „Wymagania techniczne, niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym MTS Notebook S.A.:
  - dostęp do sieci Internet,
  - dostęp do witryn WWW-przeglądarka www (rekomendowany Microsoft Internet Explorer),
  - dostęp do odbierania wiadomości pocztą elektroniczną – posiadanie konta email.”
- c) „Wraz z towarem wydawany jest dowód zakupu (faktura VAT lub paragon fiskalny) wraz z regulaminem oraz dokumentem gwarancyjnym.”

Natomiast Spółka nie zgodziła się z trzecim zarzutem dotyczącym braku w Regulaminie informacji, o których mowa w art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną uznając, iż zawiera on regulacje w kwestiach zastrzeżeń co do stanu otrzymanej przesyłki i napraw gwarancyjnych.

(dowód: karta nr 18-22, 26-27)

**Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył:**

#### **Określenie zarzutu**

W ramach niniejszego postępowania postawiono Spółce zarzut stosowania niezgodnej z prawem praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania 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 (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego),
- 2) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl):
  - a) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną),

b) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną)..

### **Naruszenie interesu publicznoprawnego**

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie (...) jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, zgodnie z którym „Ustawa określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów”.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub w przyszłości będą klientami Spółki. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy - naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest równoznaczne z naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie (...).

### **Zbiorowy interes konsumentów**

W myśl art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej 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 wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw licznej grupy konsumentów, obecnych i przyszłych klientów Spółki, którzy za pośrednictwem internetu nabyli lub nabędą towary w sklepie internetowym [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl).

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.

### **Oznaczenie przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 lit a) ustawy o ochronie (...), pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a także osobę fizyczną, osobę prawną, oraz jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej.

Natomiast art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807 z późn. zm.), definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatacja zasobów naturalnych, a także działalność zawodową

wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 tej ustawy przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym albo do Ewidencji Działalności Gospodarczej.

Spółka jest spółką prawa handlowego i prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000346729. A zatem - w świetle powyższego – Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...). Oznacza to, iż przepisy tej ustawy odnoszą się do ww. Spółki wprost.

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

Spółce został postawiony zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust.2 pkt 2) ustawy o ochronie (...).

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie (...) stanowi, iż „Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.” Natomiast art. 24 ust. 2 określa, iż „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: (...) 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; (...).”

Aby doszło do naruszenia ww. przepisów prawa muszą kumulatywnie zostać spełnione dwie przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes 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 zatem stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisaney procedury stosowanej przez Spółkę w sklepie internetowym jest brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. 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 tej 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 świadczonej 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 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 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.

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 ww. ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz kodeksu cywilnego.

### **Rozstrzygnięcie zawarte w pkt I sentencji decyzji**

Poddając analizie pierwszą przesłankę zastosowania art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy wykazać, iż bezprawne było działanie Spółki polegające na:

- niepowiadomianiu konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy oraz
- niezamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym.

W myśl art. 66<sup>1</sup> § 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. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc).

Zgodnie z 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). ,
- b) zakaz dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym(art. 8 ust. 3 pkt 2 lit b) tej ustawy).

A zatem Spółka, nie czyniąc zadość nałożonym na nią przez ustawodawcę ww. zobowiązaniom, uchybiła obowiązkowi udzielania swoim kontrahentom (konsumentom) rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zatem takie jej działanie uznać należy za bezprawne.

**Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu uznał, że powyższe działania Spółki spełniają pierwszą z dwóch ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegającą na naruszeniu powyżej powołanych przepisów ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz kodeksu cywilnego, co jednocześnie stanowi uchybienie ustawowemu obowiązkowi udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.**

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a także art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty, 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. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego).

Kolejnym 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 obsługującego aplety Java, 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.

Konsumenta, korzystającego z usług sklepów internetowych, obowiązuje ustawowy zakaz dostarczania na jego witrynę treści o charakterze bezprawnym. Zgodnie zaś z wolą ustawodawcy (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną) to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek poinformowania go o powyższym. Brak informacji na ten temat może skutkować tym, iż nieświadomy tego konsument może przesłać na stronę materiały, których dostarczanie 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. A



zatem zamieszczenie powyższej informacji jest tym bardziej konieczne, iż konsumenci na stronie internetowej sklepu [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) mogą zamieszczać komentarze na temat danego produktu.

**Wobec powyższego wypełniona została druga z przesłanek, niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

**W tym stanie rzeczy Prezes Urzędu stwierdził, że spełnione zostały łącznie wszystkie przesłanki niezbędne dla zakwalifikowania opisanych działań przedsiębiorcy jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...).**

Dyspozycja art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...) stanowi, iż nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie jej stosowania.

Taka sytuacja ma miejsce w niniejszej sprawie, gdyż Prezes Urzędu stwierdził, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego, iż powyższa praktyka, opisana w pkt I sentencji decyzji, miała charakter czasowy, a jej stosowanie zostało zaniechane z dniem 17 lutego 2010 r., tj. z dniem wpisania do Regulaminu nowych postanowień o treści :

- a) „Zamawiający zobowiązany jest do przestrzegania zakazu nadużywania środków komunikacji elektronicznej oraz dostarczania przez systemy teleinformatyczne MTS Notebook S.A. treści naruszające dobra osób trzecich, ogólnie przyjęte normy społeczne, które są niezgodne z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, a w szczególności treści o charakterze bezprawnym, mogące wprowadzić w błąd, obraźliwe, a także treści zawierające wirusy lub mogące wywoływać zakłócenia czy też uszkodzenia systemów komputerowych lub powodujące przeciążenie systemów teleinformatycznych Sprzedawcy lub zakłócenie jego pracy.”
- b) „Wymagania techniczne, niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym MTS Notebook S.A.:
  - dostęp do sieci Internet,
  - dostęp do witryn WWW-przeglądarka www (rekomendowany Microsoft Internet Explorer),
  - dostęp do odbierania wiadomości pocztą elektroniczną – posiadanie konta email.”
- c) „Wraz z towarem wydawany jest dowód zakupu (faktura VAT lub paragon fiskalny) wraz z regulaminem oraz dokumentem gwarancyjnym.”

Zdaniem Prezesa Urzędu treść powyższych postanowień wypełnia dyspozycje zawarte w art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 k.c. i art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Tym samym uznać należy, iż z momentem zamieszczenia ich w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) Spółka zaniechała stosowania zakazanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

**Zatem, mając powyższe na uwadze należało orzec, jak w pkt I sentencji decyzji.**

### **Rozstrzygnięcie zawarte w pkt II sentencji decyzji**

Jak podano powyżej, w myśl art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, usługodawca określa regulamin świadczenia usług drogą elektroniczną.

Zgodnie zaś art. 8 ust. 3 pkt 4 tej ustawy usługodawca ma obowiązek określenia w nim trybu postępowania reklamacyjnego. A tej informacji Spółka nie zamieściła w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl).

**Zatem sprzeniewierzenie się woli ustawodawcy i nie podanie ww. informacji wypełnia dyspozycję pierwszej ww. przesłanki tj. bezprawności działań przedsiębiorcy, polegającej na naruszeniu art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.**

W regulaminie sklepu internetowego przedsiębiorca winien podać tryb postępowania reklamacyjnego w zakresie reklamacji tej części usługi, która jest wykonywana on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Brak zatem tych zapisów powoduje, iż konsument nie wie, jak dochodzić swoich praw np. w przypadku, gdy zamieszczony na stronie internetowej sklepu mechanizm zawierania umów błędnie oblicza wartość zamawianych towarów czy koszty przesyłki. Podkreślić przy tym należy, iż ustawodawca w ww. ustawie nie zawarł żadnych wytycznych, jakimi winien kierować się przedsiębiorca przy ustalaniu tego regulaminu. Z powyższego przepisu prawnego wynika jedynie, że każdy usługodawca musi wprowadzić jakąś procedurę reklamacyjną, która może być dowolnie określona, o ile tylko nie narusza uzasadnionych interesów usługobiorcy, na przykład przewidując bardzo krótkie terminy rozstrzygnięcia reklamacji. (patrz: J. Gołaczyński, K. Kowalik-Bańczyk, A. Majchrowska, M. Świerczyński, Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz, Oficyna, 2009, LEX POLONICA).

Prezes Urzędu przyznaje Spółce rację, iż w Regulaminie zawarła informacje dot. gwarancji i serwisu. Niemniej jednak dane te nie obejmują uregulowań w kwestii reklamacji usługi wykonywanej on-line. A zatem w tym zakresie nie wypełniła ona ciążącego na niej obowiązku ustawowego. Takie działanie godzi w ekonomiczny interes kontrahentów Spółki (konsumentów), którzy w przypadku błędnego zaksięgowania przez system złożonego przez nich zamówienia mogą być narażeni na dodatkowe opłaty (np. w przypadku zaksięgowania większej ilości zamówionego towaru niż tego chciał konsument, zaksięgowania w sposób błędny adresu i danych konsumenta) oraz ciężaru podjęcia dodatkowych czynności w związku dochodzeniem swoich roszczeń, gdy procedura ich dochodzenia nie jest określona.

**Tym samym spełniona została druga z przesłanek - godzenie ww. działaniami w zbiorowy interes konsumentów - niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

**Wobec wypełnienia dyspozycji obu przesłanek niezbędnych do stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie, należało orzec, jak w pkt II sentencji decyzji.**

### **Rozstrzygnięcie zawarte w pkt III sentencji decyzji**

Zgodnie z art.106 ust.1 pkt 4 ustawy o ochronie (...), Prezes Urzędu 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 .

Z treści przepisu wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny. W związku z tym Prezes Urzędu w ramach uznania administracyjnego decyduje, czy zasadne jest w danej sprawie nałożenie kary. Ustawa nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary. Jedynie w art. 111 ustawy o ochronie (...) wskazano, iż „Przy ustalaniu

wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.”

W rozpatrywanej sprawie, w punkcie I i II sentencji decyzji stwierdzono, że Spółka naruszyła zakaz, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...). Zakaz ten ma charakter bezwzględny, tym samym nie istnieją przesłanki natury prawnej, które umożliwiały zalegalizowanie tych praktyk. Spełniona jest zatem podstawowa przesłanka warunkująca nałożenie kary pieniężnej. Prezes Urzędu uznał więc za uzasadnione w niniejszej sprawie, wobec uznania, iż Spółka stosowała praktyki opisane w punkcie I i II sentencji decyzji, nałożenie na nią kar pieniężnych za każdą z zarzuconych praktyk.

Dopuszczenie się naruszenia przepisów ustawy może nastąpić zarówno umyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca miał taki zamiar), jak też i nieumyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca nie miał na celu działania niezgodnego z normami wynikającymi z przepisów tej ustawy). Kara pieniężna może zostać nałożona także w przypadku, gdy przedsiębiorca „choćby nieumyślnie” dopuścił się określonego czynu (art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie (...)). Oznacza to, że kara może być nałożona, także wtedy, gdy po stronie przedsiębiorcy nie będzie występować wina, rozumiana jako świadomość bezprawności zachowania.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ww. ustawy o ochronie Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w ww. przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Z tego względu, nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Niezależnie od powyższego, już stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie (...).

Fakt nałożenia kary podkreślać ma naganność zachowania podmiotu, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszył ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara pieniężna nakładana przez Prezesa Urzędu pełni funkcję represyjną, prewencyjną oraz edukacyjną. Funkcja represyjna ma stanowić dolegliwość dla przedsiębiorcy łamiącego prawo oraz ma na celu przymuszenie go do powstrzymania się od podobnych działań. Funkcja prewencyjna oraz edukacyjna mają na celu powstrzymanie przedsiębiorcy stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Określając wysokość kary za naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż Spółka dokonała zaniechania stosowania praktyk opisanych w pkt I sentencji, natomiast nadal stosuje praktykę opisaną w pkt II sentencji decyzji.

Dlatego też ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Podstawą obliczenia wysokości kar, o których mowa w pkt III sentencji decyzji, jest przychód osiągnięty przez Spółkę w roku poprzedzającym rok nałożenia kary tj. kwota **(tajemnica przedsiębiorstwa)** z.l. (dane wg: zeznania o wysokości osiągniętego przychodu CIT-8 za okres 01.01.2009 – 31.12.2009 – karta nr 41-44).

Pierwsza z kar pieniężnych za naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...), w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

Przed wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów polegało na niezamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) informacji, o której mowa w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) i b) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz na sprzeniewierzeniu się obowiązkowi wynikającemu z art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której konsument dokonując zakupu w ww. sklepie internetowym zawiera ze Spółką umowę na warunkach określonych w Regulaminie tego sklepu, z treścią którego zapoznać może się każdy bez konieczności dokonania zakupu. W Regulaminie tym brak jest wymaganych prawem zapisów dot. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Spółka oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym. Spółka nie informuje konsumentów o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści. Podkreślić należy, iż to na przedsiębiorcy prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalistcie, ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa oraz udzielania konsumentom wszelkich, prawem wymaganych informacji. Oceniając wagę tego naruszenia przyjąć należy, iż nastąpiło ono na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie go do zawarcia kontraktu.

Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2009 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość **(tajemnica przedsiębiorstwa)** przychodu osiągniętego przez Spółkę wynosi **5.852 zł** (po zaokrągleniu do 1 zł).

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę rozważono również zastosowanie zaistniałych w postępowaniu okoliczności łagodzących, jak i zaostrzających wymiar kary. Prezes Urzędu uwzględniając poszczególne ww. okoliczności miał na uwadze całokształt zebranego w postępowaniu materiału dowodowego.

W przedmiotowej sprawie okolicznością łagodzącą, mającą wpływ na wymiar kary, był fakt zaniechania przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzenie z dniem 17 lutego 2010 r. do Regulaminu postanowień zawierających informację o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści oraz określenie warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym. Tym samym uwzględnienie wskazanej powyżej okoliczności łagodzącej wymiar kary pieniężnej spowodowało jej obniżenie o **(tajemnica przedsiębiorstwa)**. Jednocześnie Prezes Urzędu nie dopatrył się żadnych okoliczności obciążających, mających wpływ na podwyższenie kary.

A zatem wysokość kary pieniężnej za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, opisanej w pkt I sentencji decyzji, wynosi **4.096 zł**.

W myśl art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów maksymalną karą, jaką mógłby w niniejszej sprawie zastosować Prezes Urzędu byłaby kara na poziomie 10% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2009 r., to jest kara w wysokości **(tajemnica przedsiębiorstwa) zł**.

Kara pieniężna orzeczona w punkcie III.a) sentencji niniejszej decyzji stanowi (**tajemnica przedsiębiorstwa**) przychodu Spółki za 2009 r., czyli (**tajemnica przedsiębiorstwa**) kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną, jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów.

Przyjmując wspomniane ww. 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 III.a) sentencji decyzji.**

Druga z kar pieniężnych za naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...), w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

Naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów polegało na nie zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) informacji, o której mowa w art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Tym samym konsument dokonując zakupu w sklepie internetowym Spółki, w przypadku błędnego naliczenia wartości zamówienia przez zamieszczony na stronie internetowej mechanizm zawierania umów, nie był informowany jak może dochodzić swoich roszczeń, a tym samym w jakim trybie powinien dokonać reklamacji wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line. Podkreślić należy, iż to na przedsiębiorcy prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalistę, ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa oraz udzielania konsumentom wszelkich, prawem wymaganych informacji. Oceniając wagę tego naruszenia przyjąć należy, iż nastąpiło ono na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie go do zawarcia kontraktu.

Powyżej opisana okoliczność pozwoliła Prezesowi Urzędu na stwierdzenie, iż waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2009 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość (**tajemnica przedsiębiorstwa**) przychodu osiągniętego przez Spółkę wynosi **5.852 zł** (po zaokrągleniu do 1 zł).

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na przedsiębiorcę Prezes Urzędu miał na uwadze całokształt zebranego w postępowaniu materiału dowodowego jednak nie dopatrył się w niniejszej sprawie okoliczności, które mogłyby spowodować złagodzenie lub też zaostrzenie kary.

W myśl art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów maksymalną karą, jaką mógłby w niniejszej sprawie zastosować Prezes Urzędu byłaby kara na poziomie 10% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2009 r., to jest kara w wysokości (**tajemnica przedsiębiorstwa**) zł.

Kara pieniężna orzeczona w punkcie III.b) sentencji niniejszej decyzji stanowi (**tajemnica przedsiębiorstwa**) przychodu Spółki za 2009 r., czyli (**tajemnica przedsiębiorstwa**) kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną, jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor

wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów.

Przyjmując wspomniane ww. 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 III.b) sentencji decyzji.**

**Zatem, sumarycznie ujęte kary, nałożone na Spółkę w pkt III sentencji decyzji, kształtują się na poziomie 9.948 zł.**

Zgodnie z art. 112 ust. 1 ustawy o ochronie (...) karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawie: **NBP O/O Warszawa 511010100078782231000000.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 Kpc – 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 we Wrocławiu.

Z up. Prezesa UOKiK  
Dyrektor Delegatury we Wrocławiu  
Zbigniew Jurczyk

Otrzymuje:  
MTS Notebook S.A.  
ul.Grochowe Łąki 7a  
61-752 Poznań