



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

RWA- 61-03/10/DJ/DGB

Warszawa, 17 września 2010 r.

DECYZJA RWA 11/2010

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. 5 i 6 tej ustawy i § 5 ust 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. *w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Presco Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Presco Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością polegające na zamieszczeniu w pkt III. 6 *Regulaminu* postanowienia o treści:

”W przypadku uzasadnionej reklamacji towar uszkodzony zostanie naprawiony. W przypadku braku możliwości naprawy, sklep wymieni produkt na pełnowartościowy, a jeśli nie będzie to możliwe, zwróci nabywcy równowartość ceny produktu.”

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 i art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.) polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do uprawnień przysługujących im w razie niezgodności towaru z umową, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 2 pkt 3 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 11 marca 2010 r.

II. 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. 5 i 6 tej ustawy i § 5 ust 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. *w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakłada się na Presco Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I sentencji decyzji, **karę pieniężną** w wysokości **7 253 zł** (słownie: siedem tysięcy dwieście pięćdziesiąt trzy złote) płatną do budżetu państwa.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również jako Prezes UOKiK lub Prezes Urzędu) postanowieniem z dnia 16 lutego 2010 r. wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie podejrzenia stosowania przez Presco Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej również jako Spółka lub Strona) praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczeniu w pkt III. 6 *Regulaminu* postanowienia o treści: *„W przypadku uzasadnionej reklamacji towar uszkodzony zostanie naprawiony. W przypadku braku możliwości naprawy, sklep wymieni produkt na pełnowartościowy, a jeśli nie będzie to możliwe, zwróci nabywcy równowartość ceny produktu”*, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), dalej jako ustawa o pnpr, polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do uprawnień przysługujących im w razie niezgodności towaru z umową, co mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej również jako ustawa.

Pismem z dnia 16 lutego 2010 r. Spółka została zawiadomiona o wszczęciu postępowania oraz wezwana do złożenia informacji i dokumentów w sprawie.

W odpowiedzi na wezwanie z dnia 16 lutego 2010 r. Spółka pismem z dnia 11 marca 2010 r. wyjaśniła, że kwestionowany przez Prezesa UOKiK w niniejszym postępowaniu zapis został zmieniony. Jednocześnie Strona załączyła aktualnie obowiązujący tekst Regulaminu z którego wynikało, że Spółka dokonała zmiany pkt III.6 Regulaminu w sposób następujący: *„W przypadku uzasadnionej reklamacji, kupujący może żądać doprowadzenia produktu do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę lub wymianę produktu na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów.”*

Ponadto Spółka wyjaśniła, że dąży w swoich działaniach do tego by regulamin oraz praktyki handlowe firmy były zgodne z przepisami, dobro klientów firmy jest istotnym elementem prowadzonej przez Spółkę działalności. Spółka wyjaśniła, że konsultowała uprzednio treść regulaminów pod względem prawnym i nie były zgłaszane w tym zakresie uwagi co do niezgodności zapisu regulaminu z przepisami prawa. Spółka wskazała, że nie była świadoma, że jakikolwiek punkt regulaminu może być zakwestionowany pod tym względem. Strona wyjaśniła, że w praktyce zawsze konsumenci zwracali się najpierw do Spółki z żądaniem naprawy, a następnie dopiero w przypadku drugiej reklamacji z żądaniem wymiany na nowy. Strona przekazała ponadto dane o wysokości osiągniętego przychodu za 2009 r.

Spółka została zawiadomiona o zakończeniu postępowania dowodowego w sprawie oraz o uprawnieniach strony postępowania zgodnie z art. 10 kpa.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił i zważył, co następuje.

Strona postępowania - przedsiębiorca

Presco Media Sp. z o.o. jest spółką prawa handlowego wpisaną do KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000250654. Przedmiotem jej działalności jest m.in. sprzedaż detaliczna i hurtowa, w tym sprzedaż przez domy sprzedaży wysyłkowej. Za pośrednictwem strony internetowej www.e-cyfrowe.pl Spółka prowadzi między innymi sprzedaż sprzętu elektronicznego. Z oferty sklepu 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 lub pocztą elektroniczną na adres wskazany w Regulaminie. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym przedsiębiorcy uregulowane są w Regulaminie sklepu internetowego, zamieszczonym na stronie internetowej sklepu.

Presco Media Sp. z o.o. jest stroną niniejszego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Należy wskazać, iż przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazują w art. 24 ustawy, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy 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 eksploatację zasobów naturalnych, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej 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 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Presco Media Sp. z o.o. jest spółką prawa handlowego i prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS. A zatem - w świetle powyższego - Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Presco Media Sp. z o.o. podlega więc przepisom ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów co oznacza, że ma status strony postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie interesu publicznoprawnego

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa UOKiK, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, zgodnego z art. 1 ust. 1 ustawy, gdzie wskazano, że ustawa określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

W ocenie Prezesa UOKiK przedmiotowa sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub w przyszłości będą klientami Presco Media Sp. z o.o. Uzasadnione było zatem w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa UOKiK działań.

Zbiorowy interes konsumentów

W myśl art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji zbiorowego interesu konsumentów, 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 mamy do czynienia z naruszeniem praw szerokiej, nieokreślonej grupy konsumentów - obecnych i przyszłych, potencjalnych klientów Spółki, którzy za pośrednictwem Internetu nabyli lub nabędą towary w sklepie internetowym Spółki.

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 szerokiego kręgu konsumentów, grupy obecnych i przyszłych klientów przedsiębiorcy.

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

Materialnoprawną podstawę do analizy działań Presco Media Sp. z o.o. z punktu widzenia stosowania zakazanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stanowi art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z ust. 1 powołanego przepisu, co było wskazywane w powyższej części decyzji, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do ust. 2 tego przepisu, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ kpc, 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Jak wynika z art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów można uznać wyłącznie takie działanie przedsiębiorcy, które spełnia łącznie następujące przesłanki:

- 1) jest bezprawne;
- 2) godzi w interesy konsumentów;
- 3) interesy konsumentów, w które godzi zakwestionowane działanie przedsiębiorcy, mają charakter zbiorowy.

Bezprawność, do której odwołał się ustawodawca wprowadzając do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów definicję praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, należy rozumieć jako sprzeczność z prawem. Jak wskazał Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt VIII AmA 32/05),

art. 24 ust. 2 ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów odrębnych ustaw i dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem.

W ocenie Prezesa UOKiK, w analizowanym przypadku bezprawność działania podejmowanego przez Presco Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie można wywieść z naruszenia zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W pkt III. 6 „Regulaminu” zawarte zostało postanowienie o treści: *„W przypadku uzasadnionej reklamacji towar uszkodzony zostanie naprawiony. W przypadku braku możliwości naprawy, sklep wymieni produkt na pełnowartościowy, a jeśli nie będzie to możliwe, zwróci nabywcy równowartość ceny produktu”*.

W ocenie Prezesa UOKiK, zamieszczanie przez Spółkę w treści skierowanego do klientów Regulaminu ww. postanowienia stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, zakazaną na mocy art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W myśl art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o pnpr, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W celu wykazania, że działanie Presco Media Sp. z o.o. stanowi nieuczciwą praktykę rynkową jest konieczne wskazanie, że mieści się ono w pojęciu nieuczciwej praktyki rynkowej o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy pnpr. Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 pnpr działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio lub pośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Klauzula generalna zawarta w art. 4 ust. 1 ustawy o pnpr na okoliczność stosowania danej praktyki rynkowej będzie podlegała stosownej konkretyzacji. Jednocześnie ustawa o pnpr dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2 ustawy o pnpr). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5 ustawy o pnpr) lub zaniechaniu wprowadzającym w błąd (art. 6 ustawy pnpr).

Pojęcie praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd ustawodawca wyjaśnił w art. 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W myśl ust. 1 ww. przepisu, jest to takie działanie, które w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy pnpr).

Przepis art. 8 ust. 1 zd. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. 2002 r., Nr 141, poz. 1176) wskazuje natomiast, że jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Ww. ustawa, stanowiąc o możliwości żądania przez kupującego, jednoznacznie przesądza, że wybór określonego sposobu doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową należy do kupującego. To zatem od woli konsumenta zależy, czy będzie on żądał od sprzedawcy dokonania nieodpłatnej naprawy towaru czy też jego wymiany na nowy. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że wybór określonego uprawnienia należy

do kupującego, samo zaś uprawnienie do żądania stosownego zachowania sprzedawcy ma charakter prawo kształtujący¹.

Tym samym postanowienie zawarte w Regulaminie stosowanym przez Spółkę, zgodnie z którym „*W przypadku uzasadnionej reklamacji towar uszkodzony zostanie naprawiony. W przypadku braku możliwości naprawy, sklep wymieni produkt na pełnowartościowy, a jeśli nie będzie to możliwe, zwróci nabywcy równowartość ceny produktu*” w ocenie Prezesa UOKiK wprowadza konsumentów w błąd co do uprawnień przysługujących im w razie niezgodności towaru z umową. Informacja zamieszczona przez Spółkę sugeruje bowiem konsumentom, że to nie kupujący, ale sprzedawca dokonuje wyboru sposobu doprowadzenia towaru konsumpcyjnego do stanu zgodnego z umową, przy czym jak wynika z treści tej informacji sprzedawca w pierwszej kolejności dokonuje naprawy towaru.

Mając na uwadze treść art. 4 ust. 1 ustawy o pnpr w celu wykazania, że powyższe działanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, że niniejsza praktyka sprzeczna jest z dobrymi obyczajami i w sposób istotny może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność konkretnego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działania, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania (tak K. Pietrzkowski red., Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002., s. 804). W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy rozpatrywać w kategorii prawa do pełnej i rzetelnej informacji dotyczącej praw konsumenta a z drugiej strony obowiązków przedsiębiorcy – sprzedawcy. W ocenie Prezesa UOKiK naruszenie dobrych obyczajów zostało dokonane przez Presco Media Sp. z o.o. poprzez nieudzielenie pełnej, rzetelnej informacji odnośnie praw konsumenta w przypadku stwierdzenia niezgodności towaru z umową. Zamieszczanie informacji o treści jak w Regulaminie kierowanym do klientów Spółki wprowadza konsumentów w błąd co do uprawnień przysługujących im w sytuacji, gdy zakupiony towar okaże się niezgodny z zawartą umową. Tym samym uzasadnione jest stwierdzenie, że działanie Spółki, polegające na zamieszczaniu w treści Regulaminu kwestionowanego postanowienia, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, co przesądza o jego bezprawności.

W ocenie Prezesa UOKiK, opisane wyżej działanie Spółki godzi w interesy konsumentów. Na skutek otrzymania wprowadzającej w błąd informacji, konsumenci mogą bowiem zrezygnować z realizacji uprawnień przysługujących im zgodnie z przepisami ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego. Zamieszczenie we wzorcu umownym - Regulaminie postanowień sprzecznych z przepisami ww. ustawy stanowi więc praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Z całą pewnością mamy jednakże do czynienia z takim interesem, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta tego przedsiębiorcy, czyli gdy mają charakter powszechny. W odniesieniu do zarzutu stosowania przez przedmiotową Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wskazać, należy, iż kwestionowane postanowienie, zawarte jest we wzorcu umownym, który kierowany jest do nieoznaczonego kręgu osób tj. faktycznych i potencjalnych klientów Spółki. Tym samym bezprawne działanie przedsiębiorcy może naruszać interesy konsumentów o charakterze zbiorowym.

¹ Tak np. E. Łętowska „Prawo umów konsumenckich”, Warszawa 2002, str. 401

Reasumując, informacje i dane zgromadzone w toku postępowania dają podstawę do przyjęcia, iż w opisanej sprawie nastąpiło naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wobec powyższego należało orzec jak w pkt I sentencji decyzji.

Zaniechanie praktyki przez Presco Media Sp. z o.o.

W przypadku stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes UOKiK wydaje, na podstawie art. 26 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Jeżeli natomiast przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki Prezes UOKiK wydaje, na podstawie art. 27 ustawy, decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Mając na uwadze okoliczności faktyczne sprawy należy wskazać, że Spółka, uznając za zasadne zarzuty postawione jej w przedmiotowym postępowaniu przez Prezesa UOKiK dokonała zmiany kwestionowanego zapisu Regulaminu i pismem z dnia 11 marca 2010 r. przekazała nowy Regulamin wraz z dokonanymi zmianami oraz poinformowała Prezesa UOKiK o wejściu Regulaminu w życie. Prezes UOKiK dokonał analizy zmienionego zapisu o treści *„W przypadku uzasadnionej reklamacji, kupujący może żądać doprowadzenia produktu do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę lub wymianę produktu na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów.”* i uznał, że w obecnym kształcie przedmiotowe postanowienie jest zgodne z przepisami ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w związku z przepisami ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego.

Mając na uwadze okoliczności faktyczne sprawy Prezes UOKiK zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stwierdził zaniechanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów orzeczonej w pkt I sentencji decyzji z dniem 11 marca 2010 r.

Ad II sentencji decyzji

Zgodnie z art.106 ust.1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 ustawy.

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. Należy wskazać, że ustawa nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary. Natomiast w art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 sentencji decyzji stwierdzono, że Spółka naruszyła zakaz, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. 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.

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 konkurencji i konsumentów). 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. Należy przede wszystkim zauważyć, że w przedmiotowej sprawie stroną postępowania jest profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego, któremu powinny być znane obowiązujące przepisy prawa w tym przepisy regulujące materię uprawnień konsumentów. Podjęcie decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej w formie sklepu internetowego nakłada na profesjonalistę obowiązek dokładnej analizy sfery prawnej regulującej prowadzoną przez niego działalność.

Podstawą obliczenia wysokości kary jest przychód przedsiębiorcy osiągnięty w roku poprzedzającym rok nałożenia kary tj. kwota [*] (dane według zeznania o wysokości osiągniętego przychodu CIT-8 za okres 01.01.2009 – 31.12.2009). Stosownie do zapisu art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, maksymalna kara może stanowić 10 % przychodu, co stanowi kwotę [*]zł.

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.

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki 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.

Przed wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów polegało na niezgodnym z przepisami ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym informowaniu konsumenta przysługujących konsumentowi prawach związanych z naprawą bądź wymianą rzeczy w przypadku stwierdzenia niezgodności towaru z umową. Należy zauważyć, że konsument dokonując zakupu w sklepie internetowym zawiera ze Spółką umowę na warunkach określonych w Regulaminie tego sklepu. 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. Odnosząc się do okresu trwania naruszenia należy wskazać, że

praktyka zarzucana Spółce trwała co najmniej od października 2009 r. tj. od daty pozyskania danych o Regulaminie w toku postępowania wyjaśniającego. Oceniając wagę tego naruszenia przyjąć należy, iż nastąpiło na etapie zawierania kontraktu, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta, wyrażającego zamiar zawarcia kontraktu polegające na naruszeniu przepisów prawa wpływające na treść kontraktu.

Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie [*] % przychodu Spółki. Tym samym ustalona została przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość [*] % przychodu osiągniętego przez Spółkę, która wynosi [*] zł.

Jednocześnie dokonując oceny okoliczności sprawy należy wskazać, że Spółka zaniechała stosowania praktyki, a co należy podkreślić i wziąć pod uwagę przy ustaleniu wymiaru kary, niezwłocznie po otrzymaniu zawiadomienia o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Spółka zmieniła zapis na prawidłowy i wprowadziła go niezwłocznie w życie, a tym samym kwestionowany zapis został wyeliminowany niezwłocznie po doręczeniu Spółce zawiadomienia o wszczęciu postępowania z obrotu, a prawa konsumentów w powyższym zakresie zaczęły być w pełni respektowane. Świadczy to w ocenie Prezesa UOKiK, że Spółka podejmuje działania i prowadzi działalność w taki sposób by respektować przepisy prawa i chronione przepisami interesy konsumentów. Szybka reakcja na wskazane przez Prezesa Urzędu naruszenia jest okolicznością, którą należy uwzględnić przy szacowaniu wysokości kary. Tę okoliczność należy potraktować jako okoliczność łagodzącą i obniżającą wymiar kary o [*]. Jednocześnie należy zauważyć, że Prezes UOKiK badając okoliczności naruszenia nie wziął pod uwagę oświadczenia strony, co do faktycznego zakresu żądań kupujących w trakcie obowiązywania Regulaminu, wyrażonego w piśmie Strony z dnia 11 marca 2010 r., gdzie Spółka wyjaśniała, że praktycznie zawsze kupujący żądają w pierwszej kolejności naprawy sprzętu a następnie dopiero w przypadku kolejnej reklamacji wymiany sprzętu na nowy. Należy wskazać, że właśnie taka sekwencja żądań mogła wynikać właśnie z faktu stosowania Regulaminu w brzmieniu uprzednio obowiązującym, gdzie Spółka zastrzegła, że w pierwszej kolejności dokonuje naprawy sprzętu a w przypadku niemożności naprawy - wymiany sprzętu na nowy lub zwrot równowartości ceny.

Wobec powyższego biorąc całokształt okoliczności sprawy Prezes UOKiK oszacował karę pieniężną na poziomie **7.253 zł**.

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 naruszaniem słusznych interesów konsumentów. Wobec powyższego orzeczono jak w pkt II sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 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 w Warszawie.

*Dyrektor
Delegatury UOKIK
w Warszawie*

Otrzymuje: