



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU
50-224 Wrocław, pl. Strzelecki 25
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61-6/13/JM

Wrocław, 8.12.2014 r.

DECYZJA RWR 38 /2014

I. Na podstawie art. 28 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. 4, 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Ewie Andrzejewskiej i Krzysztofowi Krysiakowi, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą ALGA-BIS E.Andrzejewska, K.Krysiak s.c. w Łodzi,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

po uprawdopodobnieniu stosowania przez tych przedsiębiorców praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

1) niepodanie na stronie sklepu internetowego www.alga-bis.com.pl wymaganych prawem następujących informacji i danych o:

- a) zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobie udostępniania konsumentowi jej treści, co stanowi naruszenie art. 66¹ § 2 pkt 3 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny (j.t. Dz.U. 2014, poz. 121),
- b) imieniu i nazwisku przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),
- c) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia, co stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),
- d) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy, co stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),
- e) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ww. ustawy z o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, co stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw

konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),

f) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, co stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),

g) miejscu i sposobie składania reklamacji, co stanowi naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),

2) niezamieszczenie na stronach sklepu www.alga-bis.com.pl regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną zawierającego informacje na temat:

a) rodzajów i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną,

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

c) trybu postępowania reklamacyjnego,

co stanowi naruszenie art. 8 ust. 1 i art. 8 ust. 3 pkt 1, pkt 2 ppkt a i pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (j.t. Dz. U. 2013, poz. 1422),

i przyjęciu zobowiązania przedsiębiorców do zaniechania tych działań poprzez zamieszczenie na stronie internetowej sklepu www.alga-bis.com.pl regulaminu zawierającego ww. wymagane prawem informacje,

nakłada się na przedsiębiorców - Ewę Andrzejewską i Krzysztofa Krysiaka, prowadzących działalność gospodarczą pod nazwą ALGA-BIS E.Andrzejewska, K.Krysiak s.c. w Łodzi - **obowiązek** wykonania tego zobowiązania w terminie 2 tygodni od daty uprawomocnienia się decyzji.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 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. 4, 5 i 6 tej ustawy,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakłada się na Ewę Andrzejewską i Krzysztofa Krysiaka, prowadzących działalność gospodarczą pod nazwą ALGA-BIS E.Andrzejewska, K.Krysiak s.c. w Łodzi obowiązek złożenia sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, opisanego w pkt I sentencji decyzji, w terminie 1 miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji.

UZASADNIENIE

1.1. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „Prezes Urzędu”, zgodnie z przewidzianymi w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów kompetencjami, przeprowadził, w ramach postępowania wyjaśniającego (sygn. RWR 403-51/12/JM), analizę informacji zamieszczonych na stronach internetowych sklepu www.alga-bis.com.pl, za pośrednictwem którego swoje towary sprzedaje Ewa Andrzejewska i Krzysztof Krysiak, prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą ALGA-BIS E.Andrzejewska, K.Krysiak s.c. w Łodzi, dalej: „ALGA-BIS” lub „Spółka”.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu postanowieniem nr 62/2013 z dnia 3 kwietnia 2013 r. wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie podejrzenia stosowania przez Spółkę 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) niepodanie na stronie sklepu internetowego www.alga-bis.com.pl wymaganych prawem następujących informacji i danych o:

- a) zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobie udostępniania konsumentowi jej treści, co może stanowić naruszenie art. 66¹ § 2 pkt 3 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny (j.t. Dz. U. 2014, poz.121), dalej: „*kc*”,
- b) imieniu i nazwisku przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz.U. z 2012 r., poz. 1225), dalej: „ustawa o ochronie praw konsumentów”,
- c) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie praw konsumentów,
- d) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie praw konsumentów,
- e) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie praw konsumentów, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 6 tej ustawy,
- f) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie praw konsumentów,
- g) miejscu i sposobie składania reklamacji, co może stanowić naruszenie art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie praw konsumentów,

2) niezamieszczenie na stronach sklepu www.alga-bis.com.pl regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną zawierającego informacje na temat:

- a) rodzajów i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną,
- b) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca,
- c) trybu postępowania reklamacyjnego,

co może stanowić naruszenie art. 8 ust. 1 i art. 8 ust. 3 pkt 1, pkt 2 ppkt a i pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (j.t. Dz. U. 2013, poz. 1422).

Jednocześnie, ww. postanowieniem nr 62/2013 z dnia 3 kwietnia 2013 r., Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów materiały zebrane w trakcie postępowania wyjaśniającego o sygn. RWR 403-51/12/JM

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 1-4, sprawa sygn. RWR 403-51/12/JM)

1.2. Ustosunkowując się do postawionych zarzutów Spółka zobowiązała się do uzupełnienia strony internetowej sklepu poprzez zamieszczenie na niej „Regulaminu sklepu internetowego”, w którym zostaną zamieszczone ww. informacje. Przesłała także projekt regulaminu, który jednak nie zawierał wszystkich wymaganych prawem ww. danych.

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 5-11, 17-20)

1.3. Spółka podała, iż w prowadzonym przez nią sklepie dokonywać zakupów mogą także osoby indywidualne (konsumenty). Niemniej jednak na stronie sklepu wyraźnie zaznaczono, iż sprzedawane wyroby są odzieżą roboczą, używaną podczas wykonywania czynności zawodowych. Spółka podkreśliła, iż nie produkuje niczego na użytek powszechny, cyt. : „(...)

a jedynie wyroby dla osób nie będących konsumentami.” Niemniej jednak potwierdziła, iż uzupełni stronę internetową sklepu cyt. „(...) zgodnie z sugestiami Urzędu, zawartymi w postanowieniu o wszczęciu niniejszego postępowania (...) ponieważ nie spowoduje ono dla nikogo uszczerbku informacyjnego; zwłaszcza dla osób, dla których strona ta jest przeznaczona - tj. nie dla konsumentów w rozumieniu art.22¹ Kodeksu Cywilnego”. Jednocześnie Spółka ponownie podkreśliła, iż nie świadczy żadnych usług drogą elektroniczną.

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 13-20)

1.4. W kwietniu 2014 r. w siedzibie Urzędu Delegatura we Wrocławiu stawił się pełnomocnik stron, który po zapoznaniu się z aktami, złożył wniosek o zastosowanie art. 28 ustawy o ochronie (...). Zobowiązał się także dostarczyć projekt regulaminu sklepu internetowego. Projekt został przysłany w dniu 2 czerwca 2014 r., a pismami z dnia 19 września 2014 r. i z dnia 3 i 7 listopada 2014 r. (daty wpływu pism) przedstawiono propozycję zmian treści kilku postanowień tego regulaminu.

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 85,94, 97-102, 107-108, 114-115, 118)

2. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

2.1. Ewa Andrzejewska i Krzysztof Krysiak prowadzą działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej, pod nazwą „ALGA_BIS” E.Andrzejewska, K.Krysiak s.c w Łodzi, na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Przedmiotem działalności jest m.in. produkcja i sprzedaż odzieży roboczej.

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 81-82, sprawa sygn. RWR 403-51/12/JM, karta nr 25-26, 109-110)

2.2. Za pośrednictwem strony internetowej www.alga-bis.com.pl ALGA-BIS prowadzi sprzedaż odzieży specjalistycznej m.in. „*kombinezonów antyelektrostatycznych, odzieży reklamowej, mundurów galowych, strojów do kriokomory*”. Z oferty sklepu korzystać mogą zarówno osoby fizyczne (konsumenty), 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. Na stronie internetowej sklepu brak jest wymaganych przez ustawodawcę informacji i danych, wskazanych w pkt 1.1. uzasadnienia decyzji, dotyczących zasad dokonywania przez konsumentów zakupów w tym sklepie.

(sprawa sygn. RWR 403-51/12/JM, karta nr 36-57)

2.3. Z nadesłanych przez Spółkę danych wynika, iż w okresie od 1.01.2012 do 20.08.2013 r. zakupów w ww. sklepie internetowym dokonało :

Tajemnica przedsiębiorstwa

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 50-54)

2.4. Prezes Urzędu wystąpił pisemnie do 25 losowo wybranych osób fizycznych, które dokonały zakupów w sklepie internetowym, w tym do czterech osób wskazanych przez Spółkę w piśmie z dnia 13 czerwca 2013 r. (sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 13-14), z następującymi pytaniami:

1) w jakim celu zakupiła Pani/Pan odzież w sklepie internetowym www.alga-bis.com.pl, czy odzież ta była zakupiona w związku z wykonywaniem pracy zawodowej czy też dla celów prywatnych (np. do opieki nad chorym członkiem rodziny),

2) czy dokonała Pani/Pan zwrotu odzieży, jeżeli tak proszę podać powód, czy miała Pani/Pan jakiegokolwiek problemy ze zwrotem.

Odpowiedzi pisemnej lub drogą elektroniczną udzieliło **Tajemnica przedsiębiorstwa**

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 55-80)

2.5. Występując do Prezesa Urzędu z wnioskiem o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie (...) przedstawiono zobowiązanie zamieszczenia na stronach internetowych sklepu www.alga-bis.com.pl regulaminu zawierającego m.in. następujące postanowienia:

Ad. zarzutu braku zasad i sposobu utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobie udostępniania konsumentowi jej treści

„Regulamin dostarczany jest nieodpłatnie Klientowi drogą elektroniczną w wiadomości e-mail, potwierdzającej dokonanie transakcji. Klienci mogą nieodpłatnie uzyskać dostęp do niniejszego Regulaminu w każdym czasie za pośrednictwem odesłania internetowego (tj. linku) zamieszczonego na stronie głównej serwisu - www.alga-bis.com.pl oraz sporządzić jego wydruk.”

„Umowa sprzedaży produktów zostanie zawarta wraz z otrzymaniem przez Klienta wiadomości e-mail od Sprzedającego, o której mowa w treści w pkt. 2 cz. I Regulaminu. (...)”

Ad. zarzutu braku imienia i nazwiska przedsiębiorcy oraz organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

„Informacje ogólne

1. Właścicielem sklepu internetowego www.alga-bis.com.pl, zwana dalej Sprzedającym, jest firma Alga—bis Ewa Andrzejewska Krzysztof Krysiak s.c. z siedzibą przy ul. Siedleckiej 3, 93-1 38 Łódź.

Ewa Andrzejewska nr wpisu do ewidencji działalności gospodarczej 43097, rejestracji dokonał Prezydent Miasta Łodzi, delegatura Łódź-Widzew al. Piłsudskiego 100

Krzysztof Krysiak nr wpisu do ewidencji działalności gospodarczej 47998, rejestracji dokonał Prezydent Miasta Łodzi, delegatura Łódź-Górna al. Politechniki 32

NIP 725 10 ~9 555

Regon 471173780

(...)

2. Adres do korespondencji: ALGA-BIS ul. Siedlecka 3, 93-138 Łódź.

adres e-mail: biuro@alga-bis.com.pl,

tel. 42 684 50 09. fax 42 684 5009 w.21

3. Biuro firmy czynne jest od poniedziałku do piątku w godz.8-16.”

Ad. zarzutów braku informacji o zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia oraz o kosztach oraz terminie i sposobie dostawy

- zasady zapłaty ceny lub wynagrodzenia

„Klient może wybrać następujące formy płatności: płatność przy odbiorze, przelew bankowy, przelew elektroniczny.”

- koszt i sposób dostawy : przesyłka kurierska za pobraniem – 17,86 zł lub przesyłka pocztowa – 11 zł

„Zamówienie może być dostarczone, według wyboru Klienta za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej.”

„Do cen podanych przy wyrobie sprzedający dolicza albo koszt przesyłki kurierskiej za pobraniem obecnie 17.86 zł brutto albo koszt przesyłki pocztowej o wadze do 2 kg z przedpłatą na konto firmy: 97 560 0013 2011 6005 7785 0001, obecnie koszt wynosi -11.00 zł brutto.”

„W przypadku rozliczenia transakcji za zaliczeniem pocztowym Sprzedający doręcza fakturę VAT listem poleconym niezwłocznie po otrzymaniu zapłaty. W przypadku przedpłaty na konto — dołącza fakturę do przesyłki.”

- termin dostawy

„Zamówienia są realizowane w kolejności ich składania, złożenie zamówienia nie jest równoznaczne z jego przyjęciem, chyba że zostało potwierdzone.”

„Termin realizacji zamówienia wynosi 30 dni. Zamówienie może być zrealizowane przed upływem tego terminu. Możliwe jest także ustalenie innej daty doręczenia towaru, jeżeli kupujący ze sprzedającym ustalą to pisemnie.”

Ad. zarzutu braku informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ww. ustawy z o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,

„Klient może odstąpić od umowy bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dostarczenia przesyłki. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.

W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a Klient jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje w przypadkach produktów o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą.”

Ad. zarzutu braku informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący

„Ceny towarów w PLN podane przy wyrobie na stronie www.alga-bis.com.pl zawierają podatek VAT i są wiążące od chwili złożenia zamówienia i otrzymania przez Klienta wiadomości e-mail z potwierdzeniem zawarcia transakcji do momentu dostawy towaru. Cena ta nie ulegnie zmianie niezależnie od zmian cen w Sklepie, które mogą się pojawić w odniesieniu do poszczególnych produktów.(...)”

Ad. zarzutu braku informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji

„Wszystkie produkty znajdujące się w ofercie są fabrycznie nowe i objęte jednoroczną gwarancją Sprzedającego pod warunkiem przestrzegania przepisu konserwacji załączonej do produktu oraz używania rzeczy zgodnie z przeznaczeniem.”

„Reklamacje z tytułu niezgodności towarów z umową sprzedaży, rękojmi za wady lub gwarancji producenta, jak również nieprawidłowego wykonania usług dodatkowych, można składać pisemnie bezpośrednio w sklepie fizycznym lub drogą mailową (z załączeniem zdjęć usterki) na adres biuro@ialga-bis.com.pl lub przesać na adres sklepu: Alga — Bis, 93-138 Łódź ul. Siedlecka 3.”

„Dodatkowych informacji o sposobie odsyłania reklamowanego towaru i składaniu reklamacji udziela sekretariat firmy pod numerem telefonu wskazanym w pkt. I niniejszego Regulaminu.”

„W przypadku ewentualnej reklamacji lub konieczności wymiany wadliwego produktu na wolny od wad, należy odesłać towar Sprzedającemu na adres firmy z opisem powodu reklamacji lub wady w terminie 1 miesiąca od wykrycia wady, nie później niż 1 rok od daty dostawy towaru.”

„Rozpatrzenie reklamacji oraz wymiana towaru lub naprawa wady nastąpi w terminie 14 dni od otrzymania przesyłki na koszt Sprzedającego.”

„Reklamacji nie podlegają uszkodzenia towaru powstałe z winy Kupującego, zwłaszcza powstałe w wyniku nieprawidłowej konserwacji lub użytkowania niezgodnego z przeznaczeniem.”

„Sprzedający nie ponosi odpowiedzialności i nie uwzględni reklamacji dotyczącej rozmiaru odzieży, jeśli jej przyczyną jest podanie przez Kupującego nieprawidłowych wymiarów ciała.”

„Ewentualne poprawki, których przyczyną jest nieprawidłowy wymiar ciała podany przez kupującego w zamówieniu, mogą być wykonane w uzgodnieniu i na koszt Kupującego, po dokonaniu oceny ich zakresu i pracochłonności. W takim przypadku koszt przesyłki ponosi Kupujący.”

„Złożenie reklamacji nie uchybia prawu odstąpienia Klienta od umowy sprzedaży zawartej na odległość, ani odpowiedzialności sprzedawcy wobec Konsumenta za niezgodność zakupionego towaru z umową sprzedaży w zakresie określonym ustawą z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002 roku nr 141 poz. 1176 ze zm.).”

„Sprzedający odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru Klientowi; termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru.

Kupujący traci uprawnienia jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi o tym Sprzedającego, do zachowania terminu wystarczy wysłanie zawiadomienia przed jego upływem.

Jeżeli Sprzedający nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.

Zawiadomienie Sprzedającego o niezgodności towaru z umową przerywa bieg przedawnienia.

Roszczenia Klienta przedawniają się z upływem roku od stwierdzenia przez niego niezgodności towaru z umową; przedawnienie nie może się skończyć przed upływem dwóch lat od wydania towaru Klientowi. W takim samym terminie wygasa uprawnienie Klienta do odstąpienia od umowy.”

Ad zarzutu niezamieszczenia na stronach sklepu www.alga-bis.com.pl regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną zawierającego informacje na temat:

a) rodzajów i zakresu usług świadczonych drogą elektroniczną,

„(...) która jest producentem i dystrybutorem odzieży marki ALGA—BIS oraz dystrybutorem obuwia firm Dwibut oraz Julex”

*„Nasza oferta certyfikowanej odzieży ochronnej i zawodowej skierowana jest do firm i klientów indywidualnych zatrudnionych w zawodach, dla których jest przeznaczona. **Osoba nie używająca produkowanej i dystrybuowanej przez naszą firmę odzieży jako ubrania roboczego, musi się liczyć z jej nieprzydatnością do wykorzystania w innych okolicznościach.**”*

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

„Korzystanie ze sklepu internetowego możliwe jest pod warunkiem spełnienia przez system teleinformatyczny, z którego korzysta klient następujących minimalnych wymagań technicznych:

- a) Internet Explorer w wersji 7.0 lub nowszej z włączoną obsługą ActiveX. JavaScript i Cookies lub*
- b) Mozilla Firefox w wersji 3.0 lub nowszej z włączoną obsługą appletów Java. JavaScript i cookies.*
- c) minimalna rozdzielczość ekranu 1024 x 768 pikseli.”*

c) trybu postępowania reklamacyjnego.

„Podmiot prowadzący sklep nie ponosi odpowiedzialności za przerwy w korzystaniu ze sklepu internetowego zaistniałe z niezależnych od niego przyczyn technicznych (konserwacja, przegląd, wymiana sprzętu) oraz niezawinionych przez wykonawcę strony.

Podmiot prowadzący sklep podejmuje działania w celu zapewnienia w pełni poprawnego działania Sklepu, w takim zakresie, jaki wynika z aktualnej wiedzy technicznej i zobowiązuje się usunąć w rozsądnym terminie nieprawidłowości jakie zostały zgłoszone przez Klientów.

W trakcie korzystania ze sklepu Klient zobowiązany jest niezwłocznie powiadomić podmiot prowadzący sklep o wszelkich nieprawidłowościach, usterkach lub przerwach w funkcjonowaniu sklepu internetowego oraz o niewłaściwej jakości usług. Nieprawidłowości związane w funkcjonowaniem Sklepu Klient może zgłaszać pisemnie na adres wskazany w pkt. 1.2 regulaminu.

Klientowi przysługuje prawo do złożenia reklamacji w terminie jednego miesiąca kalendarzowego, licząc od dnia, w którym doszło do nieprawidłowości w funkcjonowaniu Sklepu.

Reklamację złożoną po upływie tego terminu pozostawia się bez rozpoznania, o czym podmiot prowadzący sklep niezwłocznie powiadamia Klienta.

W reklamacji Klient powinien podać swoje imię i nazwisko, adres do korespondencji, rodzaj i datę wystąpienia nieprawidłowości związanej z funkcjonowaniem Sklepu.

O wynikach rozpatrzenia reklamacji Usługodawca poinformuje Klienta w terminie nie dłuższym niż 14 dni.””

(dowód: sprawa sygn. RWR 61-6/13/JM, karta nr 98-102, 107-108, 114-115, 118)

3. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył:

3.2. Zagrożenie 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, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

W opinii Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Spółki. Wprawdzie produkuje ona i sprzedaje odzież specjalistyczną, niemniej jednak jej nabywcami są nie tylko przedsiębiorcy, ale także konsumenci, co wynika ze

zgromadzonego materiału dowodowego i co sama Spółka przyznała w swoich pismach (patrz pkt. 1.3 uzasadnienia decyzji).

Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy - naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie (...).

3.3. Oznaczenie przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...), 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 2013, poz. 672 z późn. zm.), definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, 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. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej (art. 4 ust 2 ww. ustawy).

Ewa Andrzejewska i Krzysztof Krysiak prowadzą działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej pod nazwą „ALGA-BIS” E.Andrzejewska, K.Krysiak s.c., na podstawie wpisów do ewidencji działalności gospodarczej. A zatem - w świetle powyżej przytoczonych przepisów prawnych – są oni przedsiębiorcami w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...), do których przepisy tej ustawy odnoszą się wprost.

3.4. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie I sentencji decyzji

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

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.

Zaniechanie zamieszczenia na stronie internetowej sklepu www.alga-bis.com.pl prawem nakazanych informacji, o których mowa w pkt 1.1. uzasadnienia decyzji, stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisanej 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.¹

W myśl art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie praw konsumentów, umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności drukowanego lub elektronicznego formularza zamówienia niezadresowanego lub zadresowanego, 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 przedsiębiorcami prowadzącymi swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczących usługi drogą elektroniczną i zawierających 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 praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz kodeksu cywilnego.

Ad 1) Pierwsza przesłanka naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) - bezprawność działań przedsiębiorcy

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

¹ A. Stosio „Umowy zawierane przez Internet”, Warszawa 2002, s. 213-214; P.Podrecki „Prawo Internetu”, Warszawa 2004, LexisNexis, s. 43.

Rozpatrując niniejszą sprawę należy mieć na uwadze, iż kierowane przez ALGA-BIS do konsumenta zaproszenie do składania zamówienia w sklepie internetowym jest pierwszą czynnością inicjującą handlowe kontakty ze strony przedsiębiorcy. Dlatego też ustawodawca, w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie (...), nałożył na Spółkę obowiązek informacji „przedkontraktowej”, która powinna być podana konsumentowi najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy. Informacje, jakie przedsiębiorca ma obowiązek udostępnić konsumentowi, zostały w sposób taksatywny wymienione w ww. przepisie prawnym. I tak konsument musi być poinformowany o:

- imieniu i nazwisku (nazwie) i organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany (art. 9 ust. 1 pkt 1),
- zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia (art. 9 ust. 1 pkt 4),
- kosztach oraz terminie i sposobie dostawy (art. 9 ust. 1 pkt 5),
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 ww. ustawy z o ochronie praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (art. 9 ust. 1 pkt 6),
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (art. 9 ust. 1 pkt 8),
- miejscu i sposobie składania reklamacji (art. 9 ust. 1 pkt 10).

Prawo do otrzymania przez konsumenta odpowiednich informacji w odpowiedniej formie [ustanowione w dyrektywie nr 97/7/WE] spełnia kilka funkcji. Oprócz umożliwienia prawidłowego wykonania zawartej umowy oraz zagwarantowania konsumentowi możliwości skorzystania z innych służących mu uprawnień, w tym w szczególności z prawa odstąpienia [od umowy], uprawnienie do otrzymania informacji i odpowiadający mu obowiązek ich przekazania spoczywający na stronie profesjonalnej ma zrekompensować konsumentowi brak bezpośredniego kontaktu z drugą stroną umowy oraz ułatwić dokonanie oceny i weryfikacji przedmiotu umowy i jej warunków.²

Jak już wskazano powyżej, sprzedając towar w sklepie internetowym i zawierając umowy z kontrahentami, w tym z konsumentami, za pośrednictwem sieci ALGA-BIS świadczy usługi drogą elektroniczną. Zgodnie z art. 66¹ § 1 kc oferta złożona w postaci elektronicznej wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie. Przedsiębiorca składający ofertę w postaci elektronicznej jest obowiązany przed zawarciem umowy poinformować drugą stronę w sposób jednoznaczny i zrozumiały m.in. o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (art. 66¹ § 2 pkt 3 kc).

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

- rodzaj i zakres usług świadczonych drogą elektroniczną (art. 8 ust. 3 pkt 1),
- wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit a),
- tryb postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4).

² W. Baranowska-Zajac, Glosa do wyroku TS z dnia 5 lipca 2012 r., C-49/11. Teza 2, Wolters Kluwer SA, Lex.

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

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu uznał za uprawdopodobnione, 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, ustawy o prawach konsumentów oraz kc, co jednocześnie stanowi uchybienie ustawowemu obowiązkowi udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Ad 2) Druga przesłanka naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) – godzenie w zbiorowy interes konsumentów.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające ww. przepisy prawne 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. 66¹ § 2 pkt 3 kc).

Wymóg wynikający z art. 66¹ § 2 kc stosuje się odpowiednio, jeżeli przedsiębiorca zaprasza drugą stronę do rozpoczęcia negocjacji, składania ofert albo do zawarcia umowy w inny sposób. Nie ma natomiast zastosowania do zawierania umów za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość.³

Każdy konsument ma prawo sprawdzić wiarygodność i rzetelność przedsiębiorcy, z którym zawiera umowę. Jest to szczególnie ważne w przypadku zawierania umów na odległość. Podkreślić należy, że tego rodzaju umowy zawierane są niejednokrotnie pod wpływem chwili.

Spółka cywilna nie jest podmiotem prawa cywilnego. W szczególności nie jest ona osobą prawną ani jednostką organizacyjną niemającą osobowości prawnej, ale wyposażoną w zdolność prawną. Ponieważ nie jest ona podmiotem prawa, nie przysługuje jej w związku z tym również zdolność do czynności prawnych, zdolność sądowa ani procesowa.

Konsekwencje braku podmiotowości prawnej spółki cywilnej wyrażają się między innymi w tym, że: 1) stroną zawieranych umów są wszyscy wspólnicy, a nie spółka; 2) podmiotami praw i obowiązków są wszyscy wspólnicy, a nie spółka; 3) stroną postępowania sądowego czy administracyjnego są wszyscy wspólnicy, a nie spółka; 4) majątek spółki jest majątkiem wspólnym wspólników; 5) odpowiedzialność za zobowiązania ponoszą wspólnicy, a nie spółka.⁴

³ M. Świerczyński „Komentarz do art.8 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną”, stan prawny 2009.01.05 wyd. Wolters Kluwer SA, Lex.

⁴ Andrzej Kidyba (red.), Katarzyna Kopaczyńska-Pieczniak „Komentarz do art.860 Kodeksu cywilnego”, stan prawny 2010.08.01, wyd. Wolters Kluwer SA, Lex.

Na stronie sklepu internetowego www.alga-bis.com.pl wskazano jedynie, iż przedsiębiorcą jest spółką cywilną- ALGA-BIS s.c. (patrz sprawa RWR 403-51/12/JM, karta nr 39, 43), która w świetle prawa nie posiada zdolności prawnej i nie może być podmiotem prawa – tj. stroną umowy zawieranej z konsumentem. Wprawdzie w zakładce „O firmie” podano cyt. „*Tradycje firmy „ALGA-BIS’ sięgają roku 1978. Założyła ją i kieruje nią dotychczas mgr Ewa Andrzejewska, od 1995 wspólnie z Krzysztofem Krysiak*” (patrz sprawa RWR 403-51/12/JM, karta nr 40), to jednak z tak przedstawionej informacji nie wynika, iż ww. osoby są wspólnikami działającymi w formie spółki cywilnej.

Reasumując, nie podanie imion i nazwisk wspólników Spółki, a także organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorców (wspólników), stanowi dla konsumenta utrudnienie, a w konsekwencji przekłada się na problemy w dochodzeniu roszczeń od przedsiębiorcy i tym samym godzi w ekonomiczne interesy konsumentów. Podkreślić bowiem należy, iż podawanie przez przedsiębiorców ww. danych stanowi regułę, na której opiera się praktyka obrotu gospodarczego oraz relacje przedsiębiorców z organami administracji publicznej i z sądami. Zatem zasada ta dotyczy również konsumentów korzystających z usług danego przedsiębiorcy.

Sprzedaż przez Internet jest specyficzną formą nabywania przez konsumenta towarów, za które uiszcza on opłatę nie bezpośrednio u sprzedawcy, lecz za pośrednictwem innych przedsiębiorców np. poczta, bank itp. Zatem konsument, jeszcze przed dokonaniem zakupu, winien być poinformowany o formie płatności (np. przelew na konto, przekaz, doręczenie za pobraniem), gdyż od jej rodzaju zależą dodatkowe czynności, jakie musi podjąć oraz koszty, które musi ponieść (np. opłata za przelew za przelew).

Dla konsumenta, korzystającego z usług sklepu internetowego, ważnym jest w jakim terminie oraz w jaki sposób otrzyma zamówiony towar. Szczególnie, iż obydwa te elementy określa sam sprzedawca. Istotna jest także kwestia opłaty za dostawę, gdyż o tę wartość wzrasta faktyczna cena nabywanego towaru. Zatem przedsiębiorca w tym zakresie winien udzielić pełnej informacji, gdyż ma ona wpływ na podejmowane przez konsumenta decyzje, co do zakupu towaru w tym, a nie innym sklepie.

Prawo odstąpienia od umowy jest głównym instrumentem ochronnym dla konsumenta zawierającego umowę na odległość. Umożliwia ono zwrot zakupionego towaru bez żadnych negatywnych dla niego skutków. Ma to istotne znaczenie w związku z faktem, iż w przypadku umów zawieranych bez jednoczesnej obecności obu stron znacznie ograniczona zostaje możliwość zapoznania się konsumenta z przedmiotem świadczenia. Nieumieszczenie na stronie internetowej zapisu o przysługującym konsumentowi prawie do odstąpienia od umowy oraz o terminie, w jakim może tego dokonać, godzi bezpośrednio w jego interes ekonomiczny, gdyż nie znając przysługujących mu uprawnień, nie może z nich skorzystać. W konsekwencji może zapłacić za towar niespełniający jego oczekiwań, z zakupu którego mógłby zrezygnować w przypadku, gdyby posiadał powyższe informacje.

Określenie terminu, jak długo wiąże oferta (art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie praw konsumentów) 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.

Obowiązkiem przedsiębiorcy jest wskazanie miejsca i sposobu składania reklamacji towaru zakupionego w sklepie internetowym www.alga-bis.com.pl, nie powodujące nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta (art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie praw konsumentów). Brak na witrynie sklepu internetowego powyższych zapisów

stanowi ograniczenie praw konsumenta, pozbawiając go możliwości uzyskania, zagwarantowanych mu przepisami prawa, tych informacji. Ponieważ umowa zawierana na odległość wiąże się z występowaniem deficytu informacji, na oferencie ciąży szczególne obowiązki informacyjne w zakresie poinformowania, m.in. o miejscu i sposobie składania reklamacji. Informacje te mają dla konsumenta istotne znaczenie dla dochodzenia przez niego swoich praw, w kontekście niemożności ich uzyskania np. u sprzedawcy przy dokonywaniu zakupu w „tradycyjny” sposób.

Przed rozpoczęciem świadczenia usług drogą elektroniczną usługodawca zobowiązany jest do sporządzenia regulaminu, na podstawie którego świadczone będą usługi i udostępnienia go konsumentowi jeszcze przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną (art. 8 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Konsument nie jest związany tymi postanowieniami umowy, które w ww. sposób nie zostały mu udostępnione (art. 8 ust. 2 ww. ustawy). Stworzenie regulaminu świadczenia usług przez Spółkę jest jej obowiązkiem wynikającym z przepisów prawa, gdyż stanowi podstawę do określenia treści łączącego ją i konsumenta stosunku prawnego.

Przedsiębiorca prowadzący sklep internetowy ma obowiązek wskazać zarówno rodzaj, jak też i zakres swoich usług. Taka informacja jest niezbędna, aby konsument wiedział, czy znajdzie na witrynie sklepu interesujące go towary, czy też straci jedynie czas i pieniądze (koszt połączenia internetowego) szukając produktów, których w sprzedaży nie ma.

Kolejnym obowiązkiem sprzedawcy wobec konsumenta jest wskazanie w Regulaminie wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje (art. 8 ust. 3 pkt 2 ppkt 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.

W Regulaminie sklepu internetowego przedsiębiorca winien podać także 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.⁵

Tym samym zostało uprawdopodobnione spełnienie drugiej z przesłanek - godzenie ww. działaniami w zbiorowy interes konsumentów - niezbędnej do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

⁵ J. Gołaczyński, K. Kowalik-Bańczyk, A. Majchrowska, M. Świerczyński, Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz, Oficyna, 2009, LEX POLONICA; M. Świerczyński „Komentarz do art.8 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną”, Wolters Kluwer SA, Lex.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu stwierdził, że zostało uprawdopodobnione spełnienie łącznie wszystkich przesłanek niezbędnych dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...).

3.6. Zastosowanie art. 28 ustawy o ochronie (...) w pkt I sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 28 ustawy o ochronie (...) jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu zarzucane jest naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

W toku niniejszego postępowania Spółka, uznając zasadność zarzutów przedstawionych w postanowieniu nr 62/2013, wniosła o zastosowanie w niniejszym postępowaniu przepisu art. 28 ustawy o ochronie (...), zobowiązując się jednocześnie do zamieszczenia na stronie swojego sklepu internetowego www.alga-bis.com.pl regulaminu zawierającego informacje, o których mowa w uzasadnieniu niniejszej decyzji (pkt 2.5. ustaleń stanu faktycznego decyzji). Sporządzając projekt regulaminu przedsiębiorcy uwzględnili obowiązujące przepisy prawa, w szczególności art. 66¹ § 2 pkt 3 kc, art. 9 ust. 1 pkt 1, pkt 4-6, pkt 8 i pkt 10 ustawy o ochronie praw konsumentów oraz art. 8 ust 1 i art. 8 ust. 3 pkt 2 ppkt a i pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Zatem, Prezes Urzędu, po przeprowadzeniu analizy złożonego wniosku, uznał za stosowne oprzeć rozstrzygnięcie zawarte w punkcie I sentencji niniejszej decyzji o regulację przepisu art. 28 ustawy o ochronie (...).

Ze względu na fakt, iż Spółka składając wniosek o zastosowanie art. 28 ustawy o ochronie (...) nie wskazała terminu, w jakim wykonana przyjęte przez siebie zobowiązanie, Prezes Urzędu kierując, się doświadczeniem orzecznictwem w sprawach o podobnym stanie faktycznym określił ten okres na 2 tygodnie od daty uprawomocnienia się decyzji.

Mając powyższe na uwadze należało orzec, jak w pkt I sentencji decyzji.

3.7. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie II sentencji decyzji.

Stosownie do art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie (...) Prezes Urzędu nakłada na ALGĘ-BIS obowiązek złożenia w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Wypełnieniem tego obowiązku będzie przesłanie, potwierdzonego za zgodność z oryginałem, regulaminu ww. sklepu internetowego, w którym zamieszczono informacje wymienione w pkt I sentencji decyzji.

Mając na uwadze, iż Spółka swoje zobowiązanie ma wykonać w terminie 2 tygodni od daty uprawomocnienia się decyzji, Prezes Urzędu wyznaczył jej okres 1 miesiąca, od ww. daty, na przesłanie regulaminu sklepu zamieszczonego na stronie internetowej www.alga-bis.com.pl.

Mając powyższe na uwadze, należało orzec, jak w punkcie II sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku art. 479²⁸ 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 we Wrocławiu.

Z up. Prezesa UOKiK
Dyrektor Del. We Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk