



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

ul. Piotrkowska 120

90-006 Łódź

tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12

e'mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO-61-13()/14/TD

Łódź, dnia 24 listopada 2014 r.

DECYZJA Nr RŁO 32/2014

- I.** Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Monice Andrulewicz-Juśkiewicz prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po uprawdopodobnieniu stosowania przez Monikę Andrulewicz-Juśkiewicz prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie **praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy, polegającej na wprowadzającym w błąd działaniu w postaci stosowania w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl” postanowień umownych o treści:

- a) *„Zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r., jeśli towar nie był używany i pozbawiony fabrycznego opakowania, w żaden inny sposób zniszczony lub wykorzystany można go zwrócić bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki” oraz „Zwrotom nie podlegają: towary noszące ślady używania oraz towary mające zniszczone oryginalne opakowanie”,*
- b) *„Koszt dostawy jednak nie podlega zwrotowi”,*
- c) *„Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury”,*

które to postanowienia mogą wprowadzać konsumentów w błąd, co do przysługujących im na podstawie art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j.: Dz. U. z 2012r., poz. 1225) uprawnień w zakresie realizacji prawa odstąpienia od umowy zawieranej na odległość i tym samym stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust.1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz.1206),

i przyjęciu zobowiązania Moniki Andrulewicz-Juśkiewicz prowadzącej działalność

gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie do **podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom** poprzez:

- zastąpienie – w terminie 7 dni od daty uprawomocnienia się decyzji w przedmiotowej sprawie – kwestionowanych postanowień „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” postanowieniami o treści: „*Klient może odstąpić od umowy sprzedaży produktu zakupionego w Sklepie bez podania przyczyny w ciągu 14 dni kalendarzowych od dnia otrzymania zamówienia (odebrania produktu)*”, „*Odstąpienie od umowy wymaga złożenia oświadczenia na piśmie w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia odebrania produktu. W takim przypadku Klient zobowiązany jest do zwrotu produktu w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu, (...)*”, „*Koszty przesyłki zawierającej zwracane produkty ponosi Klient*”,
- poinformowanie drogą elektroniczną (e-mail) konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli z nią umowę sprzedaży za pośrednictwem strony internetowej www.naturalna24.pl o zmianach w treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl”, niezwłocznie po wprowadzeniu tych zmian,
- umieszczenie treści decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej www.naturalna24.pl przez okres 6 miesięcy od dnia jej uprawomocnienia.

nakłada się na Monikę Andrulewicz-Juśkiewicz prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie **obowiązek wykonania** przyjętego **zobowiązania** poprzez:

- 1) wprowadzenie – w terminie 7 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji – zmian w treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” zgodnie z przyjętym zobowiązaniem,
- 2) poinformowanie drogą elektroniczną (e-mail) konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli z nią umowę sprzedaży za pośrednictwem strony internetowej www.naturalna24.pl o zmianach w treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl”, niezwłocznie po wprowadzeniu tych zmian,
- 3) publikację treści niniejszej decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej naturalna24.pl niezwłocznie po jej uprawomocnieniu oraz utrzymywanie jej na tej stronie internetowej (lub innych stronach, które ją zmieniają lub zastępują) przez okres 6 (sześciu) miesięcy.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

nakłada się na Monikę Andrulewicz-Juśkiewicz prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie **obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania**, zawierającej:

- 1) wydruk „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” zawierający oznaczenie daty sporządzenia wydruku,
- 2) dane o liczbie konsumentów, którym przekazano informację o zmianie „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” wraz z treścią wystosowanej w tej sprawie korespondencji oraz

dowodami potwierdzającymi jej wysłanie lub doręczenie,

- 3) wskazanie liczby konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli umowę sprzedaży za pośrednictwem strony internetowej www.naturalna24.pl,
- 4) wydruk – zawierający oznaczenie daty jego sporządzenia – strony internetowej, na której widnieje odnośnik do niniejszej decyzji Prezesa Urzędu,

w terminie do 3 miesięcy od uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – przeprowadził postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy przedsiębiorca Monika Andrulewicz-Juśkiewicz prowadząc działalność gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie – zwana dalej także: „Przedsiębiorcą” – narusza, w zakresie zawieranych umów, chronione prawem interesy konsumentów, co uzasadniałoby wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

W toku postępowania ustalono, iż Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą posługując się numerem identyfikacyjnym REGON 015540093. Przedmiotem przeważającej działalności gospodarczej Przedsiębiorcy jest sprzedaż detaliczna prowadzona przez Internet (PKD 47.91.Z) – za pośrednictwem sklepu internetowego funkcjonującego pod adresem www.naturalna24.pl. Przedsiębiorca stosuje wzorzec umowy pn. „Regulamin sklepu Naturalna24.pl”. Aktualne wzorce umowy (regulaminy) Przedsiębiorca udostępnił na stronie internetowej pod adresem www.naturalna24.pl. Częścią „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” jest zakładka „Zwroty” w umieszczonej w pkt. XI ww. regulaminu.

Analiza treści przedstawionych wzorców umowy i wyjaśnień Przedsiębiorcy wskazywała, iż były podstawy do postawienia Przedsiębiorcy zarzutu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z treścią postanowień „Regulamin sklepu Naturalna24.pl”.

W związku z powyższym, w dniu 25 lipca 2014 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Monikę Andrulewicz-Juśkiewicz prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Monika Andrulewicz-Juśkiewicz w Warszawie, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na stosowaniu w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl” postanowień umownych o treści:

- a) *„Zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r., jeśli towar nie był używany i pozbawiony fabrycznego opakowania, w żaden inny sposób zniszczony lub wykorzystany można go zwrócić bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki” oraz „Zwrotom nie podlegają: towary noszące ślady używania oraz towary mające zniszczone oryginalne opakowanie”,*
- b) *„Koszt dostawy jednak nie podlega zwrotowi”,*
- c) *„Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury”,*

które to postanowienia mogą wprowadzać konsumentów w błąd, co do przysługujących im na podstawie art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j.: Dz. U. z 2012 r., poz. 1225; zwana dalej: „ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów”) uprawnień w zakresie realizacji prawa odstąpienia od umowy zawieranej na odległość i stanowić tym samym nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust.1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz.1206; zwana dalej: „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”) oraz naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”).

Prezes Urzędu zawiadomił Przedsiębiorcę o wszczęciu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. (dowód: karta Nr 20)

Przedsiębiorca w piśmie z dnia 6 sierpnia 2014 r. (uzupełnionym pismem z dnia 12 września 2014 r.) ustosunkował się do postawionych zarzutów zobowiązując się do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia zarzucanym naruszeniom. (dowód: karty Nr 22-23 oraz 25-26)

Pismem z dnia 28 października 2014 r. Prezes Urzędu zawiadomił Przedsiębiorcę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i możliwości zapoznania się z aktami sprawy (dowód: karta Nr 28).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Przedsiębiorca jest osobą fizyczną wpisaną do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej pod nr REGON 015540093. Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, której przedmiotem jest m.in. sprzedaż detaliczna kosmetyków i artykułów toaletowych (PKD 47.75.Z) oraz sprzedaż detaliczna prowadzona przez Internet (PKD 47.91.Z). Przedsiębiorca prowadzi sklep internetowy funkcjonujący pod adresem www.naturalna24.pl. (dowód: karta Nr 7-8).

Przedmiotem analizy Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu był wzorzec umowy pn.: „Regulamin sklepu Naturalna24.pl”. Według oświadczenia Przedsiębiorcy (złożonego w piśmie z dnia 13 kwietnia 2014 r.), wzorzec ten stosowany jest od przynajmniej trzech lat, przy czym wyjątkiem są zmiany treści dotyczące wysokości kosztów wysyłki i sposobów płatności. Wzorzec umowy (regulamin) Przedsiębiorca udostępnia na stronie internetowej pod adresem www.naturalna24.pl. Częścią „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” jest zakładka „Zwroty” w umieszczona w pkt. XI ww. regulaminu. (dowód: karty Nr 7, 9-19)

W pkt XI wzorca umowy pn. „Regulamin sklepu Naturalna24.pl” w zakładce „Zwroty” zawarto postanowienia o treści:

- „Zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r., jeśli towar nie był używany i pozbawiony fabrycznego opakowania, w żaden inny sposób zniszczony lub wykorzystany można go zwrócić bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki”,
- „Zwrotom nie podlegają: towary noszące ślady używania oraz towary mające zniszczone oryginalne opakowanie”,
- „Koszt dostawy jednak nie podlega zwrotowi”,
- „Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury”.

Postanowienia te dotyczą przypadków zwrotu towaru w związku z uprawnieniem konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Przedsiębiorca poinformował, iż liczbę transakcji sprzedaży zawartych z konsumentami na odległość szacuje na (*tajemnica przedsiębiorcy*). Przedsiębiorca oświadczył również, iż w okresie prowadzonej przez niego działalności konsumenci nie występowali do niego z reklamacjami, uwagami, bądź roszczeniami, które dotyczyłyby warunków odstąpienia od umowy zawartej na odległość. (dowód: karta Nr 7)

W pismach z dnia 6 sierpnia 2014 r. oraz 12 września 2014 r. Przedsiębiorca wystąpił z wnioskiem wydanie w przedmiotowej sprawie decyzji zobowiązującej oraz zobowiązał się do zmiany postanowień zawartych w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl”, które zostały zakwestionowane przez Prezesa Urzędu w postępowaniu. W tym zakresie postanowienia przyjmą, zgodnie ze złożonym zobowiązaniem, następujące brzmienie:

- „*Klient może odstąpić od umowy sprzedaży produktu zakupionego w Sklepie bez podania przyczyny w ciągu 14 dni kalendarzowych od dnia otrzymania zamówienia (odebrania produktu)*”

- „*Odstąpienie od umowy wymaga złożenia oświadczenia na piśmie w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia odebrania produktu. W takim przypadku Klient zobowiązany jest do zwrotu produktu w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu, (...)*”

- „*Koszty przesyłki zawierającej zwracane produkty ponosi Klient*”.

Jednocześnie, zgodnie z treścią zobowiązania Przedsiębiorcy, wykreślone zostanie postanowienie o treści: „*Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury*”. (dowód: karty Nr 22-23)

Przedsiębiorca zobowiązał się również do:

- wprowadzenia ww. zmian w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl” w terminie 7 dni od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu w przedmiotowej sprawie,

- poinformowania drogą elektroniczną (e-mail) konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli z Przedsiębiorcą umowę za pośrednictwem strony internetowej www.naturalna24.pl o zmianach treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl”, niezwłocznie po wprowadzeniu tych zmian,

- umieszczenia treści decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej naturalna24.pl przez 6 miesięcy od dnia jej uprawomocnienia. (dowód: karta Nr 23 i 25)

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest zatem, aby działania przedsiębiorców – którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś interesu jednostki lub grupy. Ustawa, w odniesieniu

do przedsiębiorców chroni wobec tego konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są, będą lub mogliby być kontrahentami Przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się m.in. 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 konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. W decyzji tej, jak wynika z art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

Przytoczony powyżej przepis jako przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji wskazuje: uprawdopodobnienie, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom.

W niniejszym postępowaniu wymaga zatem rozważenia, czy wskazane warunki zaistniały w odniesieniu do działania i zobowiązania złożonego przez Przedsiębiorcę, a ponadto, czy w przypadku ich wystąpienia uzasadnione jest przyjęcie tego zobowiązania i wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji w oparciu o ww. przepis.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 tej ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296, ze zm., zwanej dalej: „k.p.c.”),
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Dla uprawdopodobnienia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest jednak każdorazowo uprawdopodobnienie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów, pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, a także: (a) 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, (b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, (c) osobę fizyczną, która posiada kontrolę, w rozumieniu pkt 4, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 13, (d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2 (tj. izby, zrzeszenia i inne organizacje zrzeszające przedsiębiorców, jak również związki tych organizacji) – na potrzeby przepisów dotyczących praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 672) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca 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 Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Przedsiębiorca, jako osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, został zarejestrowany w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej pod nr REGON 015540093. Przedmiotem działalności gospodarczej Przedsiębiorcy jest m.in. sprzedaż detaliczna kosmetyków i artykułów toaletowych (PKD 47.75.Z) oraz sprzedaż detaliczna prowadzona przez Internet (PKD 47.91.Z). Nie ulega zatem wątpliwości, iż ww. osoba fizyczna jest przedsiębiorcą w rozumieniu powołanego wyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym, Przedsiębiorca przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jego działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

Ad 2)

Dla wykazania, że działania Przedsiębiorcy są praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest, aby miały one charakter bezprawny.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie

obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (m.in. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 maja 2002 r., sygn. akt I PKN 267/2001). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Zwrócił na to uwagę Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVII AmA 32/05) wskazując, iż art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, (którego odpowiednikiem w ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów jest art. 24 ust. 2), 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 innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem. Jednakże w art. 24 ust. 2 tej ustawy ustawodawca wskazał przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe (tak art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Zgodnie z art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, 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 (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2). Z kolei stosownie do art. 5 ust. 1 tej ustawy, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to 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 obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym procedury reklamacyjnej, a także może dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 tej ustawy).

Dla uprawdopodobnienia, iż Przedsiębiorca stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe koniecznym jest w pierwszej kolejności uznanie, iż zarzucane mu zachowania mieszczą się w pojęciu praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym ma szeroki zakres i obejmuje każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

Działanie Przedsiębiorcy polegające na ustalaniu i publikowaniu treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” spełnia powyższe kryteria, a zatem działania takie mogą być uznane za praktyki rynkowe w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Dotyczy to tym samym działania polegającego na zawarciu w ww. regulaminie określonych informacji, wprowadzających w błąd co do uprawnień konsumentów.

Dla uprawdopodobnienia faktu istnienia nieuczciwych praktyk rynkowych konieczne jest ponadto uprawdopodobnienie, że dana praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne, stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego 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 działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania¹. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami, istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona i wielokrotnie zinterpretowana w judykaturze. Zgodnie z wypracowanym stanowiskiem judykatury, stwierdzić należy, iż „*istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności*”². W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić przede wszystkim jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką profesjonalista – przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego).

Kolejno należało rozważyć, czy działania Przedsiębiorcy w zakresie stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych mogły wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i tym samym mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Działania w postaci rozpowszechniania nieprawdziwych lub niepełnych informacji, w wyniku czego konsument zostaje wprowadzony w błąd, mogą dotyczyć w szczególności obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części, a także praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 3 i 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Wprowadzenie w błąd polega przede wszystkim na pewnym zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą chce się zaangażować. W rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania konsument podejmuje decyzję o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej decyzji, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji by nie podjął,

¹ K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., str. 804.

² Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., XVII Ama 118/04.

gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy. Owo zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega głównie na podawaniu fałszywych lub mylących informacji dotyczących produktu lub sposobu jego prezentacji albo wprowadzenia na rynek³. Dla prawidłowego zinterpretowania celu tej ustawy należy wskazać, iż przedsiębiorca nie tyle musi faktycznie spowodować, iż przeciętny konsument podejmie decyzję, której przy braku wprowadzenia w błąd by nie podjął, co wystarczy już samo wystąpienie takiej możliwości wprowadzenia w błąd.

Jak wskazano wyżej, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie Przedsiębiorcy w zakresie nieuczciwych praktyk rynkowych wymienionych w sentencji niniejszej decyzji powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Zgodnie natomiast z art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy ze względu na szczególne cechy, takie jak m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (zwany dalej: „TSUE”). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru.

W przedmiotowej sprawie informacje zawarte na stronie internetowej nie były skierowane do szczególnej grupy konsumentów. Zakupów przez Internet dokonują różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości otaczającej rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcją modelu przeciętnego konsumenta należy przyjąć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Niezależnie od powyższego jednak, przeciętny konsument ma także prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający takie komunikaty – jako profesjonalista – jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl” postanowień umownych o treści:

- a) *„Zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r., jeśli towar nie był używany i pozbawiony fabrycznego opakowania, w żaden inny sposób zniszczony lub wykorzystany można go zwrócić bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki”* oraz

³ R. Stefanicki, *Interpretacja dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów na rynku wewnętrznym*, Glosa 1/2000, str. 88.

„Zwrotom nie podlegają: towary noszące ślady używania oraz towary mające zniszczone oryginalne opakowanie”,

b) *„Koszt dostawy jednak nie podlega zwrotowi”,*

c) *„Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury”*

wypełnia dyspozycję przepisów w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowiąc nieuczciwą praktykę rynkową polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do przysługujących im na podstawie art. 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów uprawnień w zakresie realizacji prawa odstąpienia od umowy zawieranej na odległość.

Wskazane powyżej zapisy umowne, stosowane przez Przedsiębiorcę, dotyczą przypadków zwrotu towaru w związku z uprawnieniem do odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Wprowadzają one konsumentów w błąd w zakresie prawa do odstąpienia od umowy, a w konsekwencji prawa zwrotu towaru. Obie te instytucje szczegółowo regulują i rozróżniają przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. I tak, zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów jest możliwość odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość bez podania przyczyny w terminie 10 dni liczonym od dnia wydania mu zamówionej rzeczy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie przez konsumenta pisemnego oświadczenia przed jego upływem. Określając skutki wykonania prawa odstąpienia, ustawodawca wyraźnie postanowił, iż w razie odstąpienia od umowy – umowa jest uważana za niezawartą (art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów), a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.

Kwestionowanym przez Prezesa Urzędu zapisem dotyczącym zwrotu towaru przez konsumenta są w pierwszej kolejności zapisy stanowiące, że: **„Zgodnie z Ustawą z dnia 2 marca 2000 r., jeśli towar nie był używany i pozbawiony fabrycznego opakowania, w żaden inny sposób zniszczony lub wykorzystany można go zwrócić bez podania przyczyny w ciągu 10 dni od daty odebrania przesyłki”** oraz **„Zwrotom nie podlegają: towary noszące ślady używania oraz towary mające zniszczone oryginalne opakowanie”**. Analizowane postanowienia umowne wskazują, iż nie ma możliwości zwrotu towaru, a tym samym możliwości odstąpienia od umowy w przypadku, gdy towar był używany lub nosi ślady użytkowania, choćby w postaci uszkodzenia opakowania.

Ustawodawca w przywołanych wyżej przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nie uzależnił prawa odstąpienia od umowy (oraz co się z tym wiąże – do zwrotu towaru) od okoliczności braku używania zamówionego towaru, czy od nie uszkodzenia opakowania. Prawo do odstąpienia od tak zawartej umowy ma charakter kształtujący. W następstwie złożenia przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu stosunek umowny wygasa ze skutkiem od momentu powstania – *ex tunc*⁴. Konsument po odebraniu zamówionego towaru przy zakupie przez środki porozumiewania się na odległość ma prawo korzystania z przedmiotu w ramach zwykłego zarządu i nie spoczywa na nim obowiązek wynagrodzenia przedsiębiorcy za zgodne z przeznaczeniem używanie rzeczy⁵.

⁴ W. Kocot, *Nowe zasady zawierania i wykonywania umów z udziałem konsumentów (I)*, Przegląd Prawa Handlowego 2000 nr 11, s. 50;

⁵ M. Jagielska, *Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość*, Monitor Prawniczy 2000 nr 9, s. 563;

W polskim prawie nie ma legalnej definicji pojęcia „zwykłego zarządu”, tak więc zasadne będzie odwołanie się do wypracowanych przez doktrynę i orzecznictwo reguł odnoszących się do zarządu rzeczą wspólną (art. 199 i nast. ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny – t.j. Dz.U. z 2014 r., poz. 121 ze zm.). Za czynności w granicach zwykłego zarządu należy uznać wszelkie czynności mające na celu utrzymanie rzeczy w dotychczasowym stanie oraz zarządzanie nią w celu umożliwienia korzystania z niej i pobierania pożytków, a ponadto dokonywanie tych czynności bez nadmiernych kosztów⁶.

Zawierając z przedsiębiorcą na odległość umowę dotyczącą rzeczy, konsument nie ma możliwości zbadania rzeczy, tak jak mógłby to uczynić dokonując zakupu w stacjonarnym sklepie przedsiębiorcy. Zgodnie bowiem z art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 r., Nr 141, poz. 1176 ze zm.) sprzedawca jest obowiązany zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów. Tożsame uprawnienie w ramach zwykłego zarządu powinno więc przysługiwać konsumentom dokonującym zakupów na odległość. Granice zmian w ramach zwykłego zarządu powinny być rozpatrywane każdorazowo w oparciu o konkretny stan faktyczny. W zakresie zwykłego zarządu mieści się zarówno sprawdzenie jakości wyrobu poprzez jego ogląd zewnętrzny, przymierzenie, zweryfikowanie stanu produktu poprzez stwierdzenie braku mechanicznego uszkodzenia czy usterki, wreszcie zapoznanie się z instrukcją użytkowania czy opisem właściwości zamieszczonym wewnątrz zewnętrznego opakowania. Nie powoduje to bowiem zmiany stanu takiej rzeczy, a towar po ponownym zapakowaniu nadaje się do dalszej sprzedaży. Reasumując, użytkowanie przedmiotu zakupu w ramach zwykłego zarządu w ciągu 10 dni od momentu jego otrzymania nie powoduje po stronie Przedsiębiorcy żadnych roszczeń w stosunku do konsumenta, a tym bardziej nie może oznaczać braku możliwości zwrotu towaru. Wyłączenie *a priori* możliwości zwrotu towaru z powodu „śladów używania” bądź „zniszczenia opakowania” towaru, może stanowić próbę ograniczenia uprawnień konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy. Należy zauważyć jednocześnie, iż w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów przewidziano jeden przypadek, w którym usunięcie oryginalnego opakowania powoduje (o ile strony nie umówiły się inaczej), iż konsumentom nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość – dotyczy to nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych, o czym mowa w art. 10 ust. 3 pkt 2 ustawy. Przypadek ten nie dotyczy przedmiotowej sprawy.

Podsumowując – używanie zakupionego produktu w ramach zwykłego zarządu w ciągu 10 dni od momentu otrzymania go nie może powodować braku możliwości odstąpienia od umowy i zwrotu towaru.

Odstąpienie od umowy jest uprawnieniem konsumenta, którego przedsiębiorca nie może w dowolny sposób ograniczyć. W doktrynie w sposób jednoznaczny wskazuje się na możliwość odstąpienia od umowy nawet w przypadku przekroczenia granic zwykłego zarządu, w tym nawet uszkodzenia rzeczy⁷. W związku z powyższym należy stwierdzić, iż prawo do odstąpienia od umowy oraz zwrot towaru przysługuje konsumentowi nawet w

⁶ M. Olczyk, *Sprzedaż konsumencka*, Warszawa 2006, el./LexPolonica;

⁷ Tak m.in. M. Jagielska, *op.cit.*, s. 563; M. Olczyk, *op.cit.*; A. Kołodziej, *Konsumenckie prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży rzeczy*, Warszawa 2006, el./LexPolonica; W. Kocot, *op.cit.*, s.50; K. Szczygielska, *Odstąpienie od umowy zawartej na odległość w prawie niemieckim i polskim*, Kwartalnik Prawa Prywatnego 2003 nr 2, s.420; M. Jabczuga-Kurek, *Przedsiębiorca nie powinien stracić*, Rzeczpospolita z dnia 30.03.2011 dostęp: <http://www.rp.pl/artykul/634053.html?print=tak>.

przypadku, gdy rzecz uległa uszkodzeniu, nie wyłącza to jednak odpowiedzialności konsumenta w stosunku do przedsiębiorcy z tytułu przekroczenia granic zwykłego zarządu.

Konsument sugerując się kwestionowanymi postanowieniami zostaje w sposób niepełny i nierzetelny poinformowany o uprawnieniach związanych z odstąpieniem od umowy oraz wzajemnym zwrotem przedmiotów umowy. Jeśli bowiem zakupiony towar będzie nosił jakiegokolwiek ślady użytkowania, w szczególności w postaci zniszczenia opakowania, konsument sugerując się informacją uzyskaną ze wzorca umowy stosowanego przez Przedsiębiorcę może zaniechać odstąpienia od umowy, mimo iż zgodnie z obowiązującymi przepisami przyznane są mu takie uprawnienia.

Ponadto, w przedmiotowym postępowaniu zakwestionowano postanowienie „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” o treści: „**Koszt dostawy jednak nie podlega zwrotowi**”.

Jak wskazano wyżej, zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Powyższy przepis stanowi implementację art. 6 ust. 2 zd. 2 i 3 Dyrektywy 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość (Dz. Urz. WE L 144 z 04.06.1997) - dalej: **dyrektywa 97/7/WE** - w którym to europejski ustawodawca stwierdza, iż „w przypadku gdy konsument wykonuje swoje prawo odstąpienia od umowy na mocy niniejszego artykułu, dostawca jest zobowiązany do zwrotu wpłaconych kwot bez dodatkowych kosztów. Konsument nie może ponosić z tytułu wykonywania swojego prawa odstąpienia od umowy żadnych opłat poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów”. Pomimo, iż w polskiej ustawie nie dokonano bezpośredniej transpozycji zapisów dyrektywy (która wiąże krajowego ustawodawcę jedynie co do rezultatu, ale nie sposobów dokonania implementacji), to przy analizie przepisów krajowych należy brać pod uwagę cel, jakim kierował się europejski ustawodawca. W tym względzie istotne znaczenie mają orzeczenia TSUE. Zgodnie z orzeczeniem TSUE z dnia 15 kwietnia 2010 r. (C-511/08) przedsiębiorcy nie wolno obciążać konsumenta – w przypadku odstąpienia od umowy zawartej na odległość – dodatkowymi kosztami oprócz tych wynikających z bezpośrednich kosztów zwrotu towaru do przedsiębiorcy. Jak słusznie zauważył TSUE, gdyby konsument – odstępując od umowy – miał ponosić koszty wysyłki towaru do niego, to takie obciążenie bez wątpienia mogłoby zniechęcać go do wykonania przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy i co się z tym wiąże byłoby sprzeczne z samym celem art. 6 tejże dyrektywy. Należy również zauważyć, iż ciężar ponoszonych kosztów się równowazy, gdyż konsument ponosi bezpośrednio koszty zwrotu towaru do przedsiębiorcy. Słusznie w doktrynie wskazuje się, iż *konstrukcja dyrektywy 97/7/WE zmierzała do stworzenia zrównoważonego podziału ryzyk pomiędzy strony w umowach zawieranych na odległość. (...) Przenoszenie na konsumenta całości kosztów związanych z transportem towarów do i od klienta mogłoby zaburzać tę równowagę, niwecząc bądź przynajmniej osłabiając skuteczność całej regulacji*⁸.

Mając na uwadze treść powyższych przepisów prawnych, a także orzecznictwa europejskiego – zdaniem Prezesa Urzędu – niezgodne z prawem jest zastrzeżenie potrącania przez Przedsiębiorcę – w przypadku, gdy konsument skorzysta z prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość – kosztów przesyłki towaru do konsumenta. W analizowanym wzorcu umowy określenie „**Koszt dostawy jednak nie podlega zwrotowi**” oznacza w skutkach pomniejszenie należności zwracanej na rzecz konsumenta o poniesione przez Przedsiębiorcę

⁸ Igor. B. Nestoruk, *Ochrona konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość w świetle przepisów dyrektywy 97/7/WE*, Glosa 1/2011, s.106

koszty przesyłki towaru do konsumenta, gdy tymczasem Przedsiębiorca winien zwrócić konsumentowi zarówno kwotę wynikającą z ceny sprzedanego towaru jak i zapłacone przez konsumenta koszty przesyłki.

Analizując kolejny zapis umowy stosowany przez Przedsiębiorcę w brzmieniu „**Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury**” należy wskazać, że Przedsiębiorca prowadząc sprzedaż na odległość ma obowiązek przestrzegać przepisów wskazanych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów i dotyczących prawa konsumenta do odstąpienia od umowy. Żaden z przepisów tej ustawy nie uzależnia prawa zwrotu towaru od posiadania czy zwrotu paragonu fiskalnego lub faktury. Należy podkreślić, iż to na konsumentcie ciąży obowiązek wykazania, że zakupu dokonał u tego sprzedawcy, do którego dokonuje zwrotu, niemniej jednak konsument może wykazywać, iż zakupił dany towar u konkretnego sprzedawcy za pomocą innych dostępnych środków dowodowych, np.: zeznania świadków, wyciąg z rachunku bankowego (por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 12 października 2005 r., XVII Amc 65/04).

Przedsiębiorca, wskazując w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl” warunek, z którego wynika, że podstawą zwrotu towaru jest paragon lub faktura, stwarza u konsumenta fałszywe wyobrażenie na temat przysługujących mu uprawnień związanych z procedurą zwrotu towaru. Można sobie wyobrazić sytuację, w której Przedsiębiorca – świadomie lub nieświadomie – nie dołączył paragonu fiskalnego do przesłanego konsumentowi towaru lub paragon ten uległby zniszczeniu albo zagubieniu po otrzymaniu przesyłki – wówczas kontrahent Przedsiębiorcy, będąc wprowadzony w błąd przez zapisy ww. regulaminu, mógłby odstąpić od zrealizowania swojego ustawowego prawa odstąpienia od umowy.

W związku z powyższym należy uznać za uprawdopodobnione, że podlegające ocenie w przedmiotowym postępowaniu postanowienia „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” mogą wprowadzać przeciwnego konsumenta w błąd i powodować podjęcie przez niego konsumenta decyzji związanej z umową, której inaczej by nie podjął. Powyższe uprawdopodobnia stosowanie przez Przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki rynkowej określonej w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad 3)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i zagrożeniu im. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W wyroku z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt I CKN 504/01) Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są*

interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów.

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych), ale za to dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, *Monitor Prawniczy* 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. Na poparcie powyższego należy zatem przytoczyć stanowisko SOKiK, który w wyroku z dnia 13 stycznia 2009r. wskazał, iż *jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów* (sygn. akt: XVII Ama 26/08).

W niniejszej sprawie uprawdopodobniono, na podstawie okoliczności sprawy, iż mamy do czynienia z naruszeniem interesów potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcia zawarte w niniejszej decyzji nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania Przedsiębiorcy odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Działania Przedsiębiorcy były podejmowane w stosunku do potencjalnie nieoznaczonego z góry i bardzo licznego kręgu konsumentów, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się ofertą Przedsiębiorcy oraz z dostępnym wzorcem umowy i zawarli, bądź mogli zawrzeć z Przedsiębiorcą umowę, zawierającą zakwestionowane postanowienia. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz dotyczy naruszonych uprawnień określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Przedsiębiorcy.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych

czego urzeczywistnieniem jest w ujęciu generalnym prawo konsumentów do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Zostało uprawdopodobnione, iż praktyka Przedsiębiorcy wskazana w pkt. I sentencji decyzji godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Należy bowiem zauważyć, iż przewidziane w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów prawo konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość ma na celu ochronę pewnych interesów konsumentów, które to ustawodawca uznał za zasługujące na ochronę prawną. Zatem wszelkie działania Przedsiębiorcy, które mogą utrudniać bądź uniemożliwiać (w szczególności poprzez wprowadzenie w błąd, co do istniejących w tym względzie uprawnień) konsumentom wykonywanie ww. prawa odstąpienia, godzą w interesy zbiorowości konsumentów.

Godzenie w interesy konsumentów przejawia się w tym przypadku w naruszeniu abstrakcyjnie pojmowanego prawa konsumentów do uzyskania pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji. Jedynie konsument posiadający prawdziwe i pełne informacje jest w stanie podejmować świadome i indywidualnie korzystnie decyzje dotyczące zawarcia i wykonania umowy. Powyższe ma również w konsekwencji wpływ na interesy konsumentów w wymiarze majątkowym.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do uprawdopodobnienia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Ad pkt I sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 tej ustawy, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane 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. Ponadto, stosownie do art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przyjmując zobowiązanie Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań.

Jak Prezes Urzędu wykazał w niniejszej decyzji, okoliczności sprawy uprawdopodobniły, że przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorca zobowiązał się do wyeliminowania zarzucanej w niniejszym postępowaniu praktyki poprzez zmianę treści lub usunięcie zakwestionowanych postanowień. „Regulamin sklepu Naturalna24.pl” w zakresie warunków zwrotów towarów przyjmie zgodnie ze złożonym zobowiązaniem następujące brzmienie:

- „Klient może odstąpić od umowy sprzedaży produktu zakupionego w Sklepie bez podania przyczyny w ciągu 14 dni kalendarzowych od dnia otrzymania zamówienia (odebrania produktu)”

- „Odstąpienie od umowy wymaga złożenia oświadczenia na piśmie w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia odebrania produktu. W takim przypadku Klient zobowiązany jest do

zwrotu produktu w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu, (...)”,

- „Koszty przesyłki zawierającej zwracane produkty ponosi Klient”.

Jednocześnie, zgodnie z treścią zobowiązania Przedsiębiorcy, wykreślone zostanie postanowienie o treści: *„Do przesyłki zawierającej zwracane produkty wymagane jest dołączenie oryginału paragonu lub faktury”*.

Przedsiębiorca zobowiązał się również do:

- wprowadzenia ww. zmian w „Regulaminie sklepu Naturalna24.pl” w terminie 7 dni od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu w przedmiotowej sprawie,

- poinformowania drogą elektroniczną (e-mail) konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli z Przedsiębiorcą umowę za pośrednictwem sklepu Naturalna24.pl o zmianach treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl”, niezwłocznie po wprowadzeniu tych zmian,

- umieszczenia treści decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej naturalna24.pl przez 6 miesięcy od dnia jej uprawomocnienia. (dowód: karta Nr 23 i 25)

W ocenie Prezesa Urzędu, zaproponowane zmiany „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” uwzględniają przepis art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i pozwolą na wyeliminowanie z obrotu postanowień umownych, które wprowadzają konsumentów w błąd, co do zakresu ich uprawnień dotyczących odstąpienia od umowy zawartej na odległość wynikających z przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu wprowadzenia do „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” zaproponowanych zmian spełni w wystarczający w okolicznościach przedmiotowej sprawy sposób obowiązek przekazywania przez Przedsiębiorcę rzetelnych, niewprowadzających w błąd informacji.

Wobec okoliczności, że Przedsiębiorca zobowiązał się jednocześnie do poinformowania drogą elektroniczną konsumentów o zmianie treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl”, a także do umieszczenia treści niniejszej decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej naturalna24.pl, Prezes Urzędu uznał złożone zobowiązanie za zupełne, gdyż w równorzędny sposób zabezpiecza interesy prawne konsumentów, którzy zawarli umowy z Przedsiębiorcą i konsumentów, którzy mogą zawrzeć tego typu umowy w przyszłości. Działania, do których podjęcia zobowiązał się Przedsiębiorca, posłużą efektywnie do wyeliminowania ewentualnych trwających skutków zarzucanej praktyki.

Zaproponowany przez Przedsiębiorcę termin wykonania zobowiązania w okolicznościach przedmiotowej sprawy jest w ocenie Prezesa Urzędu adekwatny do możliwości Przedsiębiorcy oraz stopnia i zakresu uprawdopodobnionego naruszenia interesów konsumentów.

W związku z powyższym, stosownie do przepisu art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek wykonania przyjętego zobowiązania poprzez:

- 1) wprowadzenie – w terminie 7 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji – zmian w treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” zgodnie z przyjętym zobowiązaniem,
- 2) poinformowanie drogą elektroniczną (e-mail) konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli z nią umowę sprzedaży za pośrednictwem strony internetowej www.naturalna24.pl o zmianach w treści „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl”, niezwłocznie po wprowadzeniu tych zmian,

- 3) publikację treści niniejszej decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej naturalna24.pl niezwłocznie po jej uprawomocnieniu oraz utrzymywanie jej na tej stronie internetowej (lub innych stronach, które ją zmieniają lub zastępują) przez okres 6 (sześciu) miesięcy.

Wobec spełnienia przesłanek wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.**

Ad pkt II sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania zobowiązania, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Wobec tego Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, zawierającej:

- 1) wydruk „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” zawierający oznaczenie daty sporządzenia wydruku,
- 2) dane o liczbie konsumentów, którym przekazano informację o zmianie „Regulaminu sklepu Naturalna24.pl” wraz z treścią wystosowanej w tej sprawie korespondencji oraz dowodami potwierdzającymi jej wysłanie lub doręczenie,
- 3) wskazanie liczby konsumentów, którzy w okresie 3 miesięcy przed datą wydania decyzji Prezesa Urzędu zawarli umowę sprzedaży za pośrednictwem strony internetowej www.naturalna24.pl,
- 4) wydruk – zawierający oznaczenie daty jego sporządzenia – strony internetowej, na której widnieje odnośnik do niniejszej decyzji Prezesa Urzędu,

w terminie do 3 miesięcy od uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu.

W związku z tym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II. sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 1 i 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Z-ca Dyrektora Delegatury*

Andrzej Kędzia

Otrzymuje (adres do korespondencji):