



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
w Warszawie**

RWA-61-6/05/MP

Warszawa, dn. 25 stycznia 2006 r.

DECYZJA Nr RWA - 4/2006

Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 w związku z art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów określone w art. 23a ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie Agito Sp. z o.o. w Warszawie, polegające na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej i pełnej informacji poprzez:

- I. niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), poprzez niepoinformowanie konsumentów o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany;
- II. niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), poprzez niepoinformowanie konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji;
- III. niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), poprzez brak potwierdzenia na piśmie, najpóźniej w chwili spełniania świadczenia, informacji o których mowa w art. 9 ust. 1 ww. ustawy, dotyczących identyfikacji przedsiębiorcy, istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, ceny, zasad zapłaty ceny, kosztów, terminu i sposobu dostawy przedmiotu świadczenia, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji

- i **stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 10 czerwca 2005 r.;**

- IV. niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), poprzez nieokreślenie w „Regulaminie” trybu postępowania reklamacyjnego i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 18 sierpnia 2005 r.**

UZASADNIENIE

W ramach przeprowadzonej przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kontroli witryn internetowych, za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży sprzętu i oprogramowania komputerowego, wnikliwej analizie poddana została treść zapisów zawartych na stronach internetowych Agito Sp. z o.o. w Warszawie (dalej: Agito lub Spółka) – www.agito.pl.

Dokonując analizy informacji zawartych na witrynie internetowej Spółki, Prezes Urzędu miał w szczególności na względzie, iż umowy zawierane z konsumentami na odległość podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu wynikającemu z ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.; dalej także: ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów), jak również z ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.). Umowy zawierane bowiem z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności elektronicznego formularza zamówienia, podlegają szczególnej regulacji prawnej, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Przedmiotem kontroli przeprowadzanej przez Prezesa Urzędu było również ustalenie, czy kierowana przez Spółkę do konsumentów oferta spełnia wymogi określone w przepisach ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.; dalej także: ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej).

W toku przeprowadzonej kontroli Prezes Urzędu ustalił, iż witryna internetowa, za pośrednictwem której Agito prowadzi działalność gospodarczą, nie spełnia wymogów określonych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, jak również w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

W związku z powyższym, postanowieniem z dnia 27 maja 2005 r. wszczęte zostało z urzędu – w imieniu Prezesa Urzędu – postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Agito praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, poprzez:

- 1) niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, polegającego na poinformowaniu konsumentów o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- 2) niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, polegającego na poinformowaniu konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji, co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- 3) niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych

praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, polegającego na potwierdzeniu na piśmie, najpóźniej w chwili spełniania świadczenia, informacji o których mowa w art. 9 ust. 1 ww. ustawy, dotyczących identyfikacji przedsiębiorcy, istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, ceny, zasad zapłaty ceny, kosztów, terminu i sposobu dostawy przedmiotu świadczenia, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji, co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

- 4) niedopełnienie obowiązku wynikającego z art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, polegającego na określeniu w „Regulaminie” trybu postępowania reklamacyjnego, co może stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu przedmiotowego postępowania z dnia 27 maja 2005 r. oraz wezwaniu do przekazania informacji i dokumentów, Spółka w piśmie z dnia 10 czerwca 2005 r. poinformowała, iż podjęła działania mające na celu wyeliminowanie wskazanych przez Prezesa Urzędu nieprawidłowości. Spółka opracowała nowy „Regulamin” sklepu internetowego, w którym zawarte zostały postanowienia wskazujące konsumentowi organ, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numer, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, zapisy informujące o miejscu i sposobie składania reklamacji oraz trybie postępowania reklamacyjnego. W ocenie Agito, zmiany wprowadzone w wyglądzie i zawartości witryny internetowej pozwoliły wyeliminować wszelkie uchybienia, a tym samym dostosować witrynę internetową do wymogów sformułowanych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną

Spółka poinformowała także, iż wprowadziła kolejne zmiany w treści „Regulaminu”, co pozwoliło – w ocenie Agito – na wyeliminowanie wskazanych przez Prezesa Urzędu nieprawidłowości. Spółka wskazała, iż do „Regulaminu” wprowadzone zostały uregulowania informujące konsumentów o trybie postępowania w sytuacji, gdy zakupiony w sklepie internetowym towar okaże się niezgodny z umową. Spółka podniosła jednocześnie, iż, w jej ocenie, zarzut niepotwierdzania konsumentom na piśmie istotnych warunków świadczenia jest niezasadny, ponieważ na Spółce ciąży obowiązek potwierdzania na piśmie klientom sklepu internetowego warunków zawartej z nimi umowy, a nie obowiązek informowania konsumentów o tym, że warunki zawartej umowy zostaną potwierdzone na piśmie (pismo Spółki z dnia 11 sierpnia 2005 r.). Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu pismem z dnia 18 października 2005 r. wskazał, iż na Spółce ciąży obowiązek udowodnienia, iż Agito dopełnia obowiązek potwierdzania na piśmie istotnych warunków zawieranych z konsumentami umów. W odpowiedzi, Spółka pismem z dnia 31 października 2005 r. wskazała, iż faktura VAT, która jest dołączana do zakupionego w sklepie internetowym towaru zawiera postanowienia informujące o warunkach zawartej z Agito umowy sprzedaży.

Prezes Urzędu uznając, iż wszystkie niezbędne dla rozstrzygnięcia sprawy kwestie zostały wyjaśnione, pismem z dnia 30 listopada 2005 r. poinformował stronę o zakończeniu postępowania dowodowego i możliwości zapoznania się z aktami postępowania. Mimo stosownego zawiadomienia, Spółka nie skorzystała z uprawnienia do zapoznania się z aktami sprawy w wyznaczonym przez Prezesa Urzędu terminie.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

Przedmiotem działalności gospodarczej prowadzonej w Warszawie przez spółkę Agito jest świadczenie za pomocą witryny internetowej www.agito.pl usług sprzedaży m.in. sprzętu i oprogramowania komputerowego. Działalność ta podlega reżimowi ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Analiza zawartych na stronach internetowych Agito danych umożliwiających konsumentowi zapoznanie się z ofertą przedstawioną przez Spółkę wykazała, iż witryna nie spełniała wymogów określonych w przywołanych powyżej ustawach. Agito nie wskazuje organu, który zarejestrował jego działalność, a także numeru, pod którym prowadzona przez Spółkę działalność gospodarcza została zarejestrowana. Opracowany przez Agito „Regulamin” (art. 9) jak również link „Gwarancja i serwis towarów” zawierają jedynie informację, iż oferowane przez Spółkę produkty objęte są gwarancją producenta, importera lub sprzedawcy, której warunki określa wystawiony przez gwaranta dokument gwarancyjny. Spółka wskazuje na miejsce i sposób składania reklamacji, w tym na tryb postępowania reklamacyjnego, jednak wyłącznie w zakresie korzystania z uprawnień wynikających z dokumentu gwarancyjnego. Agito nie wskazuje natomiast miejsca ani sposobu składania reklamacji, w sytuacji gdy zakupiony w sklepie internetowym towar jest niezgodny z umową. Witryna internetowa Spółki nie zawiera również żadnych informacji wskazujących, czy konsument otrzymuje potwierdzenie na piśmie warunków zawartej z Agito umowy.

W toku prowadzonego postępowania administracyjnego, Spółka pismem z dnia 10 czerwca 2005 r. poinformowała, iż usunęła wszelkie wskazane przez Prezesa Urzędu nieprawidłowości. Spółka wskazała, iż na stronach internetowych Agito wprowadzony został zapis informujący, iż „Sklep internetowy Agito.pl, dostępny pod adresem www.agito.pl, prowadzony jest przez Agito Spółkę z o.o., wpisaną przez Sąd Rejonowy m.st. Warszawy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy do Krajowego Rejestru Sądowego - Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 122116. Spółka posiada kapitał własny w wysokości 1 000 000 zł. Siedzibą firmy jest Warszawa, ul. Jagiellońska 74. Jesteśmy zarejestrowani pod numerem NIP: 527-23-80-769, Regon: 015206780”.

Spółka odnosząc się z kolei do zarzutu nieinformowania konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji wskazała, iż do „Regulaminu” wprowadzone zostały uregulowania, zgodnie z którymi „Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z 27 lipca 2002 r. W takim przypadku reklamowany towar wraz z pismem określającym niezgodności oraz oczekiwania dotyczące sposobu realizacji naszych zobowiązań, należy odesłać na adres sklepu Agito Spółka z o.o. ul. Jagiellońska 74, 03-301 Warszawa.” (art. 10 „Regulaminu”). Z kolei art. 9 „Regulaminu”, informującemu o uprawnieniach wynikających z dokumentu gwarancyjnego, nadana została następująca treść: „Produkty posiadają gwarancję producenta, importera lub sprzedawcy, obowiązującą na terenie Polski. Czas gwarancji każdego produktu widnieje w jego opisie na stronach sklepu. Szczegółowe warunki realizacji gwarancji są określone w druku gwarancji wystawionej przez gwaranta. oraz na życzenie mogą zostać wysłane przed zakupem pocztą elektroniczną. Większość produktów posiada gwarancje realizowane bezpośrednio przez autoryzowane punkty serwisowe producentów. Dokładne adresy punktów serwisowych znajdują się na kartach gwarancyjnych dołączanych do produktów oraz na stronach internetowych producentów. Towar posiadający gwarancję serwisu Agito należy wysłać na koszt Agito.pl firmą kurierską STOLICA na adres Agito Sp. z o.o. ul. Jagiellońska

74, 03-301 Warszawa. Naprawiony towar zostanie wysłany również na koszt Agito.pl do klienta”.

W toku prowadzonego postępowania administracyjnego, Spółka pismem z dnia 11 sierpnia 2005 r. przyznała, iż wprowadzone dotychczas w „Regulaminie” zmiany nie w pełni pozwoliły na poinformowanie konsumentów o trybie postępowania reklamacyjnego w sytuacji, gdy towar zakupiony w sklepie internetowym jest niezgodny z umową. Zmiany w tym zakresie miały zostać wprowadzone przez Spółkę do dnia 18 sierpnia 2005 r. Dokonana przez Prezesa Urzędu w dniu 18 sierpnia 2005 r. kontrola witryny internetowej wykazała, iż Spółka wprowadziła do „Regulaminu” zapisy informujące konsumentów o trybie postępowania reklamacyjnego, w sytuacji niezgodności zakupionego towaru z umową. Zgodnie z art. 10 „Regulaminu”, „Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z 27 lipca 2002 r. Klient traci uprawnienia określone w w/wym ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi sklepu o tym fakcie”. Z kolei w myśl art. 11 „Regulaminu”, „W przypadku niezgodności towaru z umową reklamowany towar wraz z pismem określającym niezgodności oraz oczekiwania dotyczące sposobu realizacji naszych zobowiązań, należy odesłać na koszt sklepu za pomocą firmy kurierskiej Stolica, na adres sklepu Agito Spółka z o.o. ul. Jagiellońska 74, 03-301 Warszawa”. Spółka informuje również konsumentów, iż „Określając sposób realizacji zobowiązań sklepu klient ma prawo, żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę albo wymianę, chyba, że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Jeżeli sklep nie będzie w stanie wywiązać się z określonych żądań, klient ma prawo domagać się stosowanego obniżenia ceny albo może odstąpić od umowy” (art. 12 „Regulaminu”). Spółka wprowadziła również uregulowanie, zgodnie z którym „Sklep ustosunkuje się do żądań klienta w terminie 2 dni roboczych od momentu zgłoszenia niezgodności towaru. Jeżeli sprawa będzie wymagała dodatkowych ekspertyz technicznych wykonanych przez zewnętrzne firmy termin ten może zostać wydłużony do 14 dni. Jeżeli w ciągu 14 dni sklep nie ustosunkuje się do żądań klienta, oznacza to, iż uznał żądanie za uzasadnione” (art. 13 „Regulaminu”). Z kolei „Jeżeli zgłoszenie niezgodności towaru nastąpi w ciągu 10 dni od momentu zakupu, klient ma prawo żądać wymiany produktu na nowy w trybie przyspieszonym. Tryb przyspieszony dotyczy tylko produktów nie noszących śladów użytkowania. Jeżeli niezgodność zostanie uznana, a reklamowany towar będzie dostępny na magazynach sklepu, nowy towar zostanie wysłany w ciągu 2 dni roboczych od dostarczenia niezgodnego towaru do sklepu. Jeżeli nie będzie to możliwe, sklep zaproponuje nabywcy zwrot równowartość ceny produktu lub zaproponuje inny dostępny w sklepie towar o podobnych parametrach” (art. 14 „Regulaminu”). Spółka wprowadziła również zapis, w myśl którego „W każdym przypadku gdy realizacja żądań klienta wiąże się z dostawą nowego lub naprawionego towaru, wszystkie koszty dostawy ponosi sklep” (art. 15 „Regulaminu”).

Należy jednocześnie wskazać, iż Spółka zamieszcza na swoich stornach internetowych zapisy informujące o trybie postępowania w sytuacji wystąpienia nieprawidłowości przy składaniu przez konsumenta zamówienia na dany towar. Spółka umieściła pod linkiem „Problemy ze złożeniem zamówienia” uregulowania dotyczące reklamowania przez konsumenta tej części usługi, która świadczona jest przez Spółkę w trybie on-line, tj. odnoszące się do momentu składania przez konsumenta zamówienia na produkt znajdujący się w ofercie sklepu internetowego Spółki.

W toku prowadzonego postępowania, Spółka pismem z dnia 11 sierpnia 2005 r. podniosła, iż sformułowany przez Prezesa Urzędu zarzut oparty na niedopełnieniu przez Agito obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw

konsumentów, polegającego na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie warunków zawieranych z nimi umów jest bezzasadny. W ocenie Spółki, nie jest ona bowiem zobowiązana do informowania konsumentów, czy potwierdza warunki zawieranych umów sprzedaży, lecz do faktycznego potwierdzania klientom sklepu internetowego warunków zawartych z nimi umów. Spółka celem udowodnienia, iż dopełnia obowiązku wynikającego z przywołanego powyżej art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i potwierdza konsumentom na piśmie informacje, o których mowa w art. 9 ust. 1 ww. ustawy, pismem z dnia 31 października 2005 r. przedstawiła wzór dołączanej do przesyłki z zamówionym towarem faktury VAT. Faktura oprócz danych wskazujących nazwę przedsiębiorcy, adres jego siedziby, organ, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numer, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, przedmiot świadczenia oraz cenę obejmującą w szczególności podatki, zawiera w szczególności zapisy informujące o zasadach zapłaty ceny, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje

W myśl art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, „*przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.*” Zgodnie natomiast z art. 23a ust. 2 przywołanej ustawy, „*za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (...)*”.

Na mocy ww. uregulowań, zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed godzącymi w nie naruszeniami polegającymi na bezprawnych działaniach przedsiębiorców. Tworząc w art. 23a ust. 2 ww. ustawy katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany w przedmiotowym zapisie katalog ma charakter przykładowy. Zgodnie z uzasadnieniem projektu rządowego ustawy z dnia 5 lipca 2002 r., nowelizującej ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów, „*Same przepisy art. 23a – 23d nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, ale także zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów*” (druk sejmowy nr 366, s. 20). Przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w przeważającej mierze mają charakter procesowy. Normy materialnoprawne istotne z punktu widzenia stwierdzenia praktyki znajdują się natomiast w innych ustawach. Prezes Urzędu, wydając decyzje, o których mowa w art. 23c i 23d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, winien zatem stosować przepisy innych ustawy i na ich podstawie oceniać, czy działania przedsiębiorcy miały charakter bezprawny.

W celu zastosowania normy wyinterpretowanej z treści art. 23a ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu musi więc wykazać, iż działania przedsiębiorcy spełniają łącznie trzy przesłanki:

- a) są bezprawne,
- b) godzą w interesy konsumentów,
- c) interesy konsumentów, w które godzą zakwestionowane działania przedsiębiorcy, mają charakter zbiorowy.

Odnosząc powyższe uwagi do praktyk stosowanych przez Agito, należy wskazać, że bezprawność podejmowanych przez Spółkę działań wynika z niedostosowania witryny

internetowej, za pośrednictwem której dochodzi do zawierania z konsumentami umów, do wymogów określonych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów, w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną jak również nieinformowanie konsumentów o przysługujących im na mocy ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej uprawnieniach.

Mając powyższe na względzie Prezes Urzędu wskazuje, iż stosownie do zapisów zawartych w art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, przedsiębiorca zawierający z konsumentami umowy na odległość zobowiązany jest do poinformowania konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość w szczególności o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

Należy podkreślić, iż szeroko ujęty w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. Należy bowiem mieć na względzie, iż zasadą jest udzielanie informacji przez przedsiębiorcę w sposób nieprzymuszony, nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta. Z tego też względu, w ocenie Prezesa Urzędu, nie stanowił należytego zabezpieczenia interesów konsumenta możliwość skontaktowania się ze Spółką (telefonicznie, listownie, wysyłając faks lub e-mail), w celu uzyskania informacji niedostępnych na stronach Agito. Prezes Urzędu ma również na względzie, iż stosownie do zapisów art. 9 ust. 1 ww. ustawy, propozycja zawarcia umowy jest momentem granicznym, oznaczeniem najpóźniejszego terminu, kiedy ma nastąpić udzielenie konsumentowi informacji.

Należy wskazać również, iż stosownie do zapisów art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, przedsiębiorca zobowiązany jest do wskazania konsumentom miejsca i sposobu składania reklamacji, przez którą należy rozumieć nie tylko uprawnienia wynikające z dokumentu gwarancyjnego, lecz również z ustawy o szczególnych warunkach konsumenckiej w sytuacji, gdy zakupiony przez konsumenta towar jest niezgodny z umową. Prawo złożenia reklamacji służyć ma m.in. zapewnieniu możliwości wystąpienia nabywcy określonego towaru do sprzedawcy w przypadku, gdy zakupiony towar jest niezgodny z umową, w rozumieniu przepisów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Niepoinformowanie o miejscu i sposobie składania reklamacji może powodować, że konsument nie wie, jakie czynności należy wykonać oraz gdzie należy się zwrócić, by wnoszona przez niego reklamacja została rozpatrzona. Pamiętać należy, iż stosownie do zapisów art. 8 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Jeżeli kupujący nie może żądać naprawy ani wymiany albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna. Podkreślenia wymaga, iż kupujący traci uprawnienie do żądania doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową, jeśli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności tego towaru z zawartą umową nie zawiadomi sprzedawcy, a w każdym przypadku uprawnienie to wygasa z upływem dwóch lat od wydania rzeczy.

Ponieważ Agito nie informuje w sposób wyczerpujący o prawie do reklamacji zakupionego w sklepie internetowym towaru, konsumenci nie są w pełni świadomi swoich praw wynikających z zawartej ze Spółką umowy sprzedaży, co uznać można za praktykę godzącą w ich interesy. Spółka zawarła na swoich stronach internetowych jedynie informacje

wskazujące konsumentom na możliwość skorzystania z uprawnień wynikających z dokumentu gwarancyjnego, załączonego do zakupionego towaru. Spółka nie informuje jednak, że gwarancja na sprzedany towar nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza wskazanych powyżej uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

Zarzut Prezesa Urzędu dotyczył również niedopełnienia przez Agito obowiązku wskazanego w art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W myśl bowiem powyższego przepisu, usługodawca, tj. m.in. osoba prawna, która prowadząc działalność zarobkową świadczy usługi drogą elektroniczną, zobowiązany jest do określenia w regulaminie świadczenia usług, w szczególności trybu postępowania reklamacyjnego. Oznacza to, iż Spółka zobowiązana jest do wskazania trybu postępowania w sytuacji wystąpienia nieprawidłowości przy składaniu przez konsumenta zamówienia na dany towar. Artykuł 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną nakłada bowiem na usługodawcę obowiązek poinformowania konsumenta o sposobie reklamacji świadczonej przez Spółkę usługi on-line, tj. usługi polegającej na składaniu zamówienia na towar znajdujący się w ofercie sklepu internetowego za pośrednictwem witryny internetowej Spółki.

Należy również podkreślić, iż Spółka nie potwierdzając konsumentowi na piśmie istotnych warunków świadczenia i jego przedmiotu, nie dopełniła ciążącego na niej z mocy art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów obowiązku potwierdzenia na piśmie, najpóźniej w chwili spełniania świadczenia, informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ww. ustawy, dotyczących identyfikacji przedsiębiorcy, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny, zasad zapłaty ceny, kosztów, terminu i sposobu dostawy przedmiotu świadczenia, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji. Podkreślić jednak należy, iż konsumenci nie są w ogóle informowani o pewnych wskazanych powyżej elementach oferty, trudno więc mówić o ich potwierdzeniu w chwili spełnienia przez Spółkę świadczenia.

Bezprawność działania Agito jest, co wykazano powyżej, wyprowadzona z naruszenia przez Spółkę zapisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, w konsekwencji czego Spółka naruszyła ciążący na niej obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji.

Prawo konsumenta do informacji, do uzyskania wiedzy o przedmiocie i warunkach transakcji (a nawet szerzej – o warunkach uczestnictwa na rynku), do uzyskania w ten sposób podstaw oceny sytuacji rynkowej i swobodnego podjęcia decyzji, a więc świadomego odgrywania na nim roli „biernego podmiotu ekonomicznego” – jest prawem zasadniczym konsumenta. Obowiązek informowania partnera o istotnych (z jego punktu widzenia) okolicznościach dotyczących kontraktu, jego przedmiotu i treści, przedmiotu świadczenia, a także powinność czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny – jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania, dotyczącego zarówno stadium przedkontraktowego, jak i wszelkich dalszych faz już istniejącego stosunku prawnego (por. E. Łętowska: *„Prawo umów konsumenckich”*, Wydawnictwo C.H. BECK 2002 r., s. 159 i n.). Z kolei Europejski Trybunał Sprawiedliwości w sprawie Spółki INNO (wyrok z dnia 7 marca 1990 r., C-362/88, Zb. Orz. I-667) stwierdził, że prawo konsumenta do informacji jest jednym z jego zasadniczych praw, bowiem brak pełnej wiedzy uniemożliwia konsumentowi swobodę oceny i wyboru, ograniczając wolność jego decyzji rynkowych.

Stwierdzenie przez Prezesa Urzędu stosowania praktyki, wymaga także wykazania, iż w wyniku jej stosowania przez przedsiębiorcę został naruszony zbiorowy interes konsumentów. Zbiorowy interes konsumentów oznacza interes dotyczący ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą o ochronie

konkurencji i konsumentów dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, jak i wtedy, gdy działania te wywołują inne niekorzystne zjawiska. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów konieczne jest, by działanie przedsiębiorcy zostało skierowane nie do konkretnego adresata, lecz do adresata, którego nie da się z góry oznaczyć indywidualnie. Wobec tego działanie to jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów (a nie jedynie wobec określonego konsumenta) i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesów nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się do końca zidentyfikować. Oczywistym jest bowiem, iż oferta przedstawiona przez przedsiębiorcę za pomocą internetu skierowana jest do nieoznaczonego kręgu odbiorców – dotyczy wszystkich potencjalnych klientów sklepu internetowego. W związku z powyższym należy stwierdzić, iż w niniejszej sprawie został naruszony zbiorowy interes konsumentów.

Rozstrzygając niniejsze postępowanie należy mieć na względzie, iż stosownie do uregulowań zawartych w art. 23e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki. Odnosząc się w sposób szczególny do charakteru decyzji Prezesa Urzędu wydawanych na podstawie art. 23e ustawy antymonopolowej, należy wyjaśnić, iż przedmiotowa decyzja wydawana jest w przypadku, gdy zachowanie przedsiębiorcy nie narusza już w dacie orzekania przepisu art. 23a ww. ustawy. Dodatkowo, należy podkreślić, iż stosownie do art. 23e ust. 3 ww. ustawy, ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1 (a więc sytuacji, w której przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23a ww. ustawy) spoczywa na przedsiębiorcy. Zatem, stosownie do powołanego przepisu, to przedsiębiorca obarczony jest ciężarem udowodnienia okoliczności, iż jego zachowanie przestało naruszać zakazy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a więc uzasadniających wydanie decyzji na podstawie art. 23e w miejsce art. 23c ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku prowadzonego postępowania administracyjnego, Spółka pismem z dnia 10 czerwca 2005 r. poinformowała, iż wprowadziła w wyglądzie i zawartości stron internetowych zmiany, które – w jej ocenie – pozwoliły dostosować witrynę www.agito.pl do wymogów wskazanych w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Na stronach internetowych Spółki wprowadzony został zapis informujący, iż „*Sklep internetowy Agito.pl, dostępny pod adresem www.agito.pl, prowadzony jest przez Agito Spółkę z o.o., wpisaną przez Sąd Rejonowy m.st. Warszawy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy do Krajowego Rejestru Sądowego - Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 122116. Spółka posiada kapitał własny w wysokości 1 000 000 zł. Siedzibą firmy jest Warszawa, ul. Jagiellońska 74. Jesteśmy zarejestrowani pod numerem NIP: 527-23-80-769, Regon: 015206780*”. Przywołane postanowienie zawarte zostało na stronach internetowych Spółki w dniu 10 czerwca 2005 r. (pismo Agito z dnia 12 października 2005 r.).

Mając na względzie, iż dodane przez Spółkę postanowienie sprawia, iż konsument jest poinformowany o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, Prezes Urzędu uznał, iż zarzucana Agito **praktyka** naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, polegająca na niedopełnieniu przez przedsiębiorcę obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów **została zaniechana w dniu 10 czerwca 2005 r.**

Jednocześnie jednak należy wskazać, iż w dniu 10 czerwca 2005 r. Spółka wprowadziła w art. 10 „Regulaminu” zapis, w myśl którego, w sytuacji stwierdzenia przez konsumenta niezgodności zakupionego w sklepie internetowym towaru z umową powinien on odesłać zakupiony towar na adres sklepu, wraz z określeniem stwierdzonych niezgodności oraz wskazaniem oczekiwań dotyczących doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową. Agito informuje również, iż ponosi odpowiedzialność względem kupującego za niezgodność towaru z umową, jedynie w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru konsumentowi.

Mając na względzie, iż dodane przez Spółkę do „Regulaminu” postanowienie sprawia, iż konsument jest poinformowany o miejscu i sposobie składania reklamacji (przez którą należy rozumieć nie tylko przysługujące konsumentowi uprawnienia wynikające z dokumentu gwarancyjnego lecz również z ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej), Prezes Urzędu uznał, iż zarzucana Agito **praktyka** naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, polegająca na niedopełnieniu przez Spółkę obowiązku wynikającego z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów **została zaniechana w dniu 10 czerwca 2005 r.**

W toku prowadzonego postępowania, Spółka pismem z dnia 19 października 2005 r. oświadczyła, iż od dnia 10 czerwca 2005 r. do każdej przesyłki z zamówionym towarem dołączana jest faktura VAT, wraz z którą konsument jest informowany o istotnych warunkach zawartej ze Spółką umowy sprzedaży. Pismem z dnia 31 października 2005 r. Spółka przedstawiła wzór faktury zawierającej następujące dane: nazwę przedsiębiorcy, adres jego siedziby, organ, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numer, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, przedmiot świadczenia oraz cenę obejmującą w szczególności podatki. U dołu wzorca faktury zawarte zostały zapisy informujące konsumenta m.in. o zasadach zapłaty ceny, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu uznał, iż zarzucana Agito **praktyka** naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, polegająca na niedopełnieniu przez Spółkę obowiązku potwierdzania konsumentowi na piśmie w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów **została zaniechana w dniu 10 czerwca 2005 r.**

Jednocześnie należy wskazać, iż Spółka pismem z dnia 11 sierpnia 2005 r. poinformowała, iż zapisy informujące konsumentów o trybie postępowania reklamacyjnego, w sytuacji gdy zakupiony towar okaże się niezgodny z umową, zostaną wprowadzone do dnia 18 sierpnia 2005 r. Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu dokonał w dniu 18 sierpnia 2005 r. kontroli witryny internetowej. Przeprowadzona kontrola wykazała, iż w istocie Spółka wprowadziła do „Regulaminu” nowe zapisy, mające na celu poinformowanie konsumentów o pełni praw związanych z korzystaniem z uprawnień do reklamowania niezgodnego z umową towaru. Artykuł 10 „Regulaminu” otrzymał następujące brzmienie: „*Sklep ponosi odpowiedzialność przez 2 lata od daty zakupu w przypadku niezgodności towaru z umową zgodnie z Art. 10 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z 27 lipca 2002 r. Klient traci uprawnienia określone w w/wym ustawie, jeżeli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi sklepu o tym fakcie*”. Z kolei w myśl art. 11 „Regulaminu” (analogicznego w treści do dotychczasowego art. 10 „Regulaminu”), „*W przypadku niezgodności towaru z umową reklamowany towar wraz z pismem określającym niezgodności oraz oczekiwania dotyczące sposobu realizacji naszych zobowiązań, należy odesłać na koszt sklepu za pomocą firmy kurierskiej Stolica, na adres sklepu Agito Spółka z o.o. ul. Jagiellońska 74, 03-301 Warszawa*”. Spółka wprowadziła do „Regulaminu” zapis informujący konsumenta, iż w sytuacji stwierdzenia niezgodności zakupionego towaru z umową może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego

z umową poprzez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy (chyba, że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów). Agito wskazuje również, iż jeżeli Spółka nie będzie w stanie wywiązać się z określonych powyżej żądań, konsument ma prawo domagać się stosowanego obniżenia ceny lub może odstąpić od umowy (art. 12 „Regulaminu”). Spółka informuje również, iż ustosunkuje się do żądań konsumenta w terminie 2 dni roboczych od momentu zgłoszenia niezgodności towaru oraz wskazała sytuacje, w których termin ten może zostać wydłużony do 14 dni. Jeżeli w ciągu 14 dni Spółka nie ustosunkuje się do żądań konsumenta, oznaczać to będzie, iż uznała żądanie konsumenta za uzasadnione” (art. 12 oraz 13 „Regulaminu”). Spółka wprowadziła również zapis, w myśl którego, jeżeli zgłoszenie niezgodności towaru z umową nastąpi w ciągu 10 dni od dnia zakupu towaru, konsument ma prawo żądać wymiany towaru na nowy „w trybie przyspieszonym” oraz określiła warunki skorzystania z tego uprawnienia (art. 14 „Regulaminu”).

Prezes Urzędu wskazuje również, iż Spółka zamieszcza na swoich stornach internetowych zapisy informujące konsumentów o trybie postępowania w sytuacji wystąpienia nieprawidłowości przy składaniu zamówienia na dany towar znajdujący się w ofercie sklepu internetowego Spółki. Pod linkiem „Problemy ze złożeniem zamówienia” Spółka zamieściła uregulowania dotyczące reklamowania przez konsumenta tej części usługi, która świadczona jest przez Spółkę w trybie on-line, tj. odnoszące się do momentu składania przez konsumenta za pomocą witryny internetowej www.agito.pl zamówienia na produkt znajdujący się w ofercie sklepu internetowego Spółki.

Mając powyższe na względzie Prezes Urzędu uznał, iż wprowadzone przez Spółkę zmiany czynią zadość wymogom wskazanym w art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Tym samym, w ocenie Prezesa Urzędu, zarzucana Agito **praktyka** naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, polegające na niedopełnieniu przez przedsiębiorcę obowiązku poinformowania konsumentów o trybie postępowania reklamacyjnego **została zaniechana w dniu 18 sierpnia 2005 r.**

Mając powyższe na względzie, orzeczono jak w sentencji.

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

Z up. Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów

Otrzymuje:

Agito Sp. z o.o.
ul. Jagiellońska 74
03-301 Warszawa