



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA W BYDGOSZCZY

ul. Długa 47, 85-034 Bydgoszcz
tel. (052) 345-56-44, fax (052) 345-56-17,
e-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 19 lipca 2010r.

Znak sprawy: RBG-61-01/10/AS

DECYZJA nr RBG -11/2010

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy – po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Małgorzacie Ćwiertnia prowadzącej działalność gospodarczą w formie sklepu internetowego pod nazwą KOYTO.PL w Modlniczce

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu przez **Małgorzatę Ćwiertnia prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą KOYTO.PL w Modlniczce**, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:
 - 1.1. niewskazanie w Regulaminie sklepu internetowego, znajdującego się na stronie internetowej <http://sklep.koyto.pl>, organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany – wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz.271 ze zm.);
 - 1.2. użycie w w/w Regulaminie zapisu „zwrot towaru możliwy w ciągu 10 dni” zamiast informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni oraz niewskazanie przewidzianych ustawą wyjątków, kiedy to odstąpienie od umowy nie jest możliwe – wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 6 i ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
 - 1.3. błędne pouczenie w w/w Regulaminie o początku biegu terminu na odstąpienie od umowy – niezgodnie z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;

1.4. niewskazanie w w/w Regulaminie wymaganych informacji, tj.:

- 1.4.1. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca – wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit.a ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz.1204 ze zm.);
- 1.4.2. o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym – wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną,

co stanowi naruszenie art.24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 stycznia 2010 roku;**

2. bezprawnym stosowaniu w w/w Regulaminie zapisów uzależniających skorzystanie przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowych obowiązków, tj. pozyskania oraz umieszczenia numeru RMA na zwróconej przesyłce jako warunku koniecznego do przyjęcia przez przedsiębiorcę tej przesyłki – wbrew dyspozycji art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,

co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 1 stycznia 2010 roku;**

- II.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm. oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy w związku ze stwierdzeniem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w pkt I niniejszej decyzji

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Małgorzatę Ćwiertnia prowadzącą działalność gospodarczą w formie sklepu internetowego pod nazwą KOYTO.PL w Modlniczce, karę pieniężną w wysokości:

1. **5.123,00 zł (słownie: pięć tysięcy sto dwadzieścia trzy złote 00/100)**, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. 1 sentencji decyzji,
2. **4.270 zł (słownie: cztery tysiące dwieście siedemdziesiąt złotych 00/100)**, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust.1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I.2 sentencji decyzji,

płatną do budżetu państwa.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes UOKiK lub organ antymonopolowy) wszczął w dniu 25 września 2009r. z urzędu postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę prowadzącego działalność gospodarczą w zakresie handlu elektronicznego za pomocą witryny <http://sklep.koyto.pl>. Następnie Prezes UOKiK ustalił, iż przedsiębiorcą prowadzącym w/w sklep jest Małgorzata Ćwiertnia (dalej zwana też Stroną) oraz, że prowadzona przez nią działalność może

odbywać się z naruszeniem przepisów prawa uzasadniającym wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym – Postanowieniem Nr RBG –1/2010 z dnia 8 stycznia 2010r. – Prezes UOKiK wszczął z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez Małgorzatę Ćwiertnia KOYTO.PL w Modlniczce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:
 - 1.1. niewskazanie w Regulaminie sklepu internetowego, znajdującego się na stronie internetowej <http://sklep.koyto.pl>, organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany – wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz.271 ze zm.);
 - 1.2. użycie w w/w Regulaminie zapisu „zwrot towaru możliwy w ciągu 10 dni” zamiast informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni oraz niewskazanie przewidzianych ustawą wyjątków, kiedy to odstąpienie od umowy nie jest możliwe – wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 6 i ust. 2 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
 - 1.3. błędne pouczenie w w/w Regulaminie o początku biegu terminu na odstąpienie od umowy – niezgodnie z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust.1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
 - 1.4. niewskazanie w w/w Regulaminie wymaganych informacji, tj.:
 - 1.4.1. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca – wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit.a ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz.1204 ze zm.);
 - 1.4.2. o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym – wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit.b ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną,

co stanowi naruszenie art. 24 ust.1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. bezprawnym stosowaniu w w/w Regulaminie zapisów uzależniających skorzystanie przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowych obowiązków, tj. pozyskania oraz umieszczenia numeru RMA na zwróconej przesyłce jako warunku koniecznego do przyjęcia przez przedsiębiorcę tej przesyłki – wbrew dyspozycji art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,

co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: uokik).

W toku niniejszego postępowania Prezes UOKiK wezwał Stronę do ustosunkowania się do przedstawionych zarzutów. W odpowiedzi Małgorzata Ćwiertnia, pismem z dnia 29 stycznia 2010r. (data wpływu: 01.02.2010r.) wskazała, iż wszczęcie niniejszego postępowania przez organem antymonopolowym jest niezasadne, albowiem z uwagi na fakt uruchomienia z dniem 1 stycznia 2010r. nowej strony internetowej, na której znajduje się nowy regulamin, uwzględniający uwagi Prezesa

UOKiK, zarzuty zawarte w postanowieniu RBG-1/2010 pozostają nieaktualne. Jednocześnie Strona wyraziła pełną gotowość dostosowania Regulaminu w przypadku ewentualnych dalszych uwag Prezesa UOKiK dotyczących kwestii przestrzegania prawa konsumenckiego, zobowiązując się do podjęcia lub zaniechania wszelkich działań, które w przekonaniu Prezesa UOKiK zmierzałyby do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Małgorzata Ćwiertnia wniosła także o wydanie stosownej decyzji w trybie art.28 ust.1 uokik.

Prezes UOKiK pismem z dnia 24 lutego 2010r. wezwał Stronę do przedłożenia deklaracji podatkowej za ubiegły rok podatkowy z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej, a także do przedłożenia dowodu, wskazującego datę 1 stycznia 2010r. jako datę zaniechania zarzuczanych naruszeń.

Małgorzata Ćwiertnia w odpowiedzi na powyższe poinformowała, iż przedłoży informację o przychodzie niezwłocznie po złożeniu deklaracji w Urzędzie Skarbowym.

Odnosnie zaś zaniechania stosowanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wskazała, iż w celu uruchomienia nowej strony zakupiła 15 grudnia 2009r. oprogramowanie służące prowadzeniu sklepu internetowego, na dowód czego przedłożyła fakturę. Małgorzata Ćwiertnia przedłożyła także wydruk screenu programu Total Commander wskazujący na datę utworzenia folderów zawierających pliki zainstalowanego programu, a w międzyczasie opracowano nową treść regulaminu, który został umieszczony na stronie internetowej i uruchomiony z dniem 1 stycznia 2010r. Przedłożono także wydruk ze screenu programu wskazujący na datę pierwszej transakcji w ramach nowej strony internetowej, która miała miejsce 9 stycznia 2010r. Małgorzata Ćwiertnia z ostrożności, w sytuacji gdyby przedłożone dowody na zaniechanie okazały się niewystarczające, zawnioskowała o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego informatyka na okoliczność ustalenia chwili wprowadzenia zmian w zawartości strony internetowej. Strona ponowiła także wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej, w szczególności z uwagi na fakt, iż zmiany regulaminu eliminujące możliwość naruszenia interesów konsumentów zostały przez nią wprowadzone z własnej inicjatywy, jeszcze przed doręczeniem zawiadomienia o wszczęciu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Następnie pismem z dnia 17 maja 2010r., wobec braku informacji o przychodzie, Strona ponownie została wezwana do przedłożenia deklaracji podatkowej za ubiegły rok podatkowy. W odpowiedzi na wezwanie, Strona pismem z dnia 31 maja 2010r. (data wpływu: 02.06.2010r.) przedłożyła zeznanie podatkowe za rok 2009 (*vide*: K. 36-41) z jednoczesnym wskazaniem, iż przychód ze sklepu internetowego KOYTO wyniósł 1.460.490,36 zł.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

Prezes UOKiK ustalił, iż przedsiębiorcą prowadzącym sklep internetowy KOYTO.PL jest Małgorzata Ćwiertnia, zarejestrowana w Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Wójta Gminy Wielka Wieś, pod numerem DG-1430/08. Zgodnie z wpisem, przedmiotem działalności w/w przedsiębiorcy jest m.in. sprzedaż detaliczna komputerów, urządzeń peryferyjnych i oprogramowania prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach (*vide*: karta 7).

W związku z prowadzoną działalnością, Małgorzata Ćwiertnia umieściła na stronie internetowej <http://sklep.koyto.pl>, za pomocą której prowadzi sklep internetowy KOYTO.PL, regulamin, w którym:

1. nie wskazała organu który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany – wbrew dyspozycji art. 9 ust.1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
2. użyła zapisu „zwrot towaru możliwy w ciągu 10 dni” zamiast informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni oraz nie wskazała przewidzianych ustawą wyjątków, kiedy to odstąpienie od umowy nie jest możliwe – wbrew dyspozycji art. 9 ust. 1 pkt 6 i ust. 2

- ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
3. błędnie pouczyła o początku biegu terminu na odstąpienie od umowy – niezgodnie z art.7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust.1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
 4. nie wskazała innych wymaganych prawem informacji, tj.:
 - wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca – wbrew dyspozycji art.8 ust.3 pkt 2 lit.a ustawy z dnia 18 lipca 2002r. świadczeniu usług drogą elektroniczną;
 - o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym – wbrew dyspozycji art.8 ust.3 pkt 2 lit.b ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną.
 5. stosowała zapisy uzależniające skorzystanie przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowych obowiązków, tj. pozyskania oraz umieszczenia numeru RMA na zwróconej przesyłce jako warunku koniecznego do przyjęcia przez przedsiębiorcę tej przesyłki – wbrew dyspozycji art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Na podstawie dowodów przedłożonych przez stronę w toku niniejszego postępowania, Prezes UOKiK ustalił, iż Małgorzata Ćwiertnia zaniechała stosowania wyżej opisanych praktyk z dniem 1 stycznia 2010r. (*vide*: karty 29-31).

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Interes publiczny

Przepis art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

Niniejsze postępowanie dotyczy stosowania przez Małgorzatę Ćwiertnia praktyk polegających na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz na bezprawnym uzależnianiu skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowych obowiązków. Praktyki te dotyczą obecnych i wszystkich potencjalnych klientów, chcących dokonać zakupów w sklepie internetowym <http://sklep.kpyto.pl>. Oznacza to *de facto*, że przedmiotowe praktyki mogą dotyczyć nieokreślonego z góry kręgu adresatów, a zatem naruszają zbiorowy interes konsumentów. Uznać wobec tego należy, iż niniejsze postępowanie prowadzone było w interesie publicznym.

Ad I

Przesłanki stwierdzenia praktyki z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Punktem wyjścia do rozstrzygnięcia w niniejszej sprawie jest ustalenie, czy działania Małgorzaty Ćwiertnia noszą znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Przepis art. 24 ust. 1 uokik stanowi, iż zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust.2 pkt 2 określa, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w w/w przepisie, możemy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:

- **działania przedsiębiorcy,**
- **bezprawność tych działań,**
- **naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.**

Działania przedsiębiorcy

Przepisy art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 4 ust.1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 155, poz.1095 ze zm.) definiują przedsiębiorcę jako osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą – czyli zgodnie z art. 2 ustawy o swobodzie (...) zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową a także zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły – a także organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej oraz jako osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu oraz osobę fizyczną, która posiada kontrolę nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji oraz związek przedsiębiorców (...).

Małgorzata Ćwiertnia prowadząca sklep internetowy jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jej działalność jest bowiem działalnością handlową, na co wskazuje przedłożone zaświadczenie o dokonaniu zmiany wpisu do ewidencji działalności gospodarczej w punkcie 3, w którym wylicza się przedmiot działalności przedsiębiorcy (*vide*: karta 7). Działalność ta jest także zarobkowa, o czym świadczy przedłożona deklaracja podatkowa (*vide*: karta 36-41). O spełnieniu tej cechy przez podmiot decyduje obiektywna ocena, że charakter jego działalności pozwala, choćby potencjalnie, na osiąganie dochodu.¹ Działalność Strony ma również charakter zorganizowany i ciągły. Wobec powyższego należy uznać, iż Strona spełnia przesłanki, jakich wyżej powołane ustawy wymagają do bycia przedsiębiorcą. W konsekwencji działania Małgorzaty Ćwiertnia mogą być poddane ocenie w toku postępowania przed Prezesem UOKiK.

Wykładnia językowa pojęcia „działania przedsiębiorcy” wskazuje na czynny charakter jego zachowania. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z ciągłymi działaniami Małgorzaty Ćwiertnia, które przejawiają się w prowadzeniu sprzedaży przy użyciu strony internetowej <http://sklep.koyto.pl>, a co za tym idzie udostępnianiu na tej stronie informacji niezbędnych konsumentowi w procesie zawierania umowy, ale także przed jej zawarciem jak i na etapie wykonania kontraktu.

Przesłanka bezprawności

Pojęcie bezprawności nie jest pojęciem prawnie zdefiniowanym. Należy zatem przyjąć, zgodnie z jego literalnym brzmieniem, że „działanie bezprawne” to zachowanie sprzeczne z nakazem lub zakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych oraz

¹ Por. M. Szydło, *Pojęcie przedsiębiorcy w prawie polskim*, Przegląd Sądowy nr 7-8/2005, s. 2 i n.

z zasadami współżycia społecznego. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tj. niezależnym od wystąpienia szkody, czy też zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań bezprawnych.

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów może polegać na naruszeniu przez przedsiębiorcę ciężącego na nim obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zgodnie bowiem z art. 24 ust.2 pkt 2 przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zachowanie takie godzi zatem w prawo konsumenta do informacji, które stanowi *podstawę umożliwiającą konsumentowi właściwą ocenę przez niego sytuacji, a także jest warunkiem swobodnego podjęcia decyzji.*²

Podstawowym instrumentem służącym realizacji tego zadania jest zapewnienie konsumentom odpowiedniego poziomu wiedzy poprzez nałożenie na przedsiębiorców szeregu obowiązków informacyjnych, które mają swoje źródło w art. 76 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Stanowisko to potwierdził Trybunał Konstytucyjny w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004r. (sygn. akt: K 33/03) wskazując, iż to władze publiczne chronią konsumentów (...) przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Z przepisu tego wynika także uprawnienie władz publicznych do ingerencji w stosunki cywilnoprawne i w prawo własności (por. wyrok TK z 10 października 2000 r., sygn: P. 8/99). Dlatego w gospodarce rynkowej *konsument ma prawo do kompletnej i jednoznacznej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesu prawnego w warunkach globalizacji (masowości) obrotu prawnego i wielości ofert na rynku, które nie zawsze posługują się prawdziwymi i pełnymi informacjami, a niekiedy wprowadzają w błąd lub w sposób ukryty godzą w indywidualny i zbiorowy interes konsumentów (vide: wyrok SN z 20 czerwca 2006r., sygn. akt: III SK 7/2006).* Podobne stanowisko zajął również Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 11 lipca 2002r. stwierdzając, że *zasób zrozumiałej, jasnej i dostępnej informacji dla konsumenta spełnia niezbędne wymagania warunkujące możliwość dokonywania przez niego racjonalnego wyboru* (sygn. akt: I CKN 1319/00).

Wskazać w tym miejscu należy, iż przepis art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik nie nakłada samodzielnie na przedsiębiorców obowiązków informacyjnych, a jedynie wskazuje, że naruszenie takich obowiązków przewidzianych w innych ustawach może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.³ I tak, obowiązek udzielenia rzetelnej informacji oznacza, że niedozwolone jest dostarczanie konsumentom informacji nieuczciwych, niesprawdzonych bądź niedających się zweryfikować. Naruszenie zaś obowiązku udzielenia informacji prawdziwych oznacza podanie konsumentom informacji nieprawdziwych, a więc niezgodnych z obiektywnym stanem rzeczy.⁴

Natomiast obowiązek udzielenia pełnej informacji, będący najczęściej naruszaną postacią obowiązku informacyjnego, polega na niepodaniu wszystkich tych informacji, których przekazanie konsumentom jest obowiązkowe (*vide: wyrok SOKiK XVII Ama 121/05*). Przedsiębiorca może dopuścić się omawianej praktyki w tej formie (niepodanie pełnej informacji) tylko wówczas i tylko w takim zakresie, w jakim pominięte informacje, które musi podać konsumentom.⁵

Do stwierdzenia w niniejszym postępowaniu praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik koniecznym było skontrolowanie strony internetowej <http://sklep.koyto.pl>, w tym zamieszczonego na niej wzorca - Regulaminu sklepu KOYTO (zwany dalej: Regulaminem), pod kątem, czy przedsiębiorca zawarł tam wymagane prawem informacje, o których konsument przystępując do zawarcia umowy na odległość wiedzieć powinien, oraz pod kątem sprawdzenia czy w/w strona internetowa nie zawiera nieprawdziwych, tudzież nierzetelnych i tym samym wprowadzających konsumenta w błąd, informacji.

² *vide: Decyzja Prezesa UOKiK nr RLU-9/2008.*

³ D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2009, s. 970;

⁴ D. Miąsik, [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie(...)*, op.cit., s. 972;

⁵ *Ibidem*, s. 973.

Ad. 1.

1.1. W toku postępowania wyjaśniającego Prezes UOKiK stwierdził brak na stronie internetowej <http://sklep.koyto.pl> informacji dotyczących organu, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany. Obowiązek zamieszczenia takich informacji wynika wprost z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Przepis ten stanowi, iż konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy m.in. o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

Szeroko ujęty obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość.⁶ Katalog obowiązków informacyjnych leżących po stronie przedsiębiorcy jest zatem bardzo rozbudowany, w szczególności na etapie przed zawarciem umowy z konsumentem.

Wobec powyższego nie budzi wątpliwości bezprawność działania Strony, która, ani w Regulaminie, ani w żadnym innym miejscu na stronie internetowej sklepu nie uczyniła zadość ustawowym wymaganiom i zaniechała umieszczenia obowiązkowych informacji.

1.2. W toku kontroli Prezes ustalił ponadto, iż Regulamin sklepu KOYTO zawiera nierzetelną i niepełną informację o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy. Przedsiębiorca bowiem nie posłużył się pojęciem „prawo odstąpienia od umowy”. Poinformował jedynie o możliwości zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty zakupu. Zwrot taki nie koniecznie wiązać musi się z korzystaniem z prawa odstąpienia od umowy, a może być dokonywany na przykład na skutek dochodzenia roszczeń związanych z niezgodnością towaru z umową. Brak także enumeratywnie określonego katalogu wyjątków, kiedy to prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje. Tymczasem zgodnie z przepisem art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 10 ust. 3 wyżej przywołanej ustawy, konsument powinien być poinformowany o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni oraz o wyjątkach, kiedy prawo to nie przysługuje, a jest tak w wypadkach:

- świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem 10 dni,
- dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania,
- umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,
- świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,
- świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,
- dostarczania prasy,
- usług w zakresie gier i zakładów wzajemnych.

W świetle powyższego, przytoczony zapis odnośnie zwrotu towaru uznaje się za nierzetelny i niewystarczający. Nadmienić także należy, że art. 9 ust.2 w/w ustawy zawiera dodatkowo obowiązek informowania konsumenta w sposób jednoznaczny oraz zrozumiały i łatwy do odczytania. Jak wskazuje doktryna pojęcie „łatwości do odczytania” odnosi się do technicznej czytelności przekazu, co jest uzasadnione faktem wykorzystywania technik komunikowania się na odległość, a w konsekwencji oznacza, że na przedsiębiorcy ciąży ryzyko zniekształcenia przekazu z przyczyn technicznych, leżących nawet poza sferą oddziaływania emitenta informacji.⁷

Wobec powyższego, bezprawność wyżej opisanego działania nie budzi wątpliwości.

⁶ Ewa Łętowska, *Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz*. Warszawa 2001, s.57.

⁷ E.Łętowska, op.cit., s.60.

1.3. Ponadto, Prezes UOKiK stwierdził, iż Regulamin zawiera także treści nierzetelne, ewidentnie wprowadzające konsumenta w błąd. Mianowicie podanie do wiadomości konsumenta, iż zwrot towaru (rozumiany przez Stronę jako informacja o prawie odstąpienia od umowy) możliwy jest w ciągu 10 dni licząc od daty zakupu (data na fakturze), co stoi w sprzeczności z brzmieniem przepisów art. 7 ust.1 w zw. z art. 10 ust. 1 w/w ustawy, które wskazują, że termin dziesięciodniowy, w jakim konsument może odstąpić od umowy, liczy się od dnia wydania rzeczy (w wypadku świadczenia rzeczowego), a jedynie – gdy umowa dotyczy świadczenia usługi – od dnia jej zawarcia.

Mając na uwadze treść cytowanych przepisów, należy stwierdzić, iż skarżony przedsiębiorca nierzetelnie informował konsumentów o początku biegu terminu na odstąpienie od umowy, i jako takie działanie to należy uznać za bezprawne.

1.4. Nie budzi wątpliwości, iż w niniejszej sprawie mamy do czynienia ze świadczeniem usług drogą elektroniczną, reglamentowaną przepisami ustawy z 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz.1204 ze zm.). Zgodnie z ustawową definicją (art. 2 pkt 4), usługa taka wykonywana jest bez jednoczesnej obecności stron, poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy, przesyłanej i otrzymywanej za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, włącznie z kompresją cyfrową, i przechowywania danych, która jest w całości nadawana, odbierana lub transmitowana za pomocą sieci telekomunikacyjnej.

W wyżej cytowanym akcie prawnym ustawodawca zagwarantował konsumentowi pewne minimum bezpieczeństwa w obrocie elektronicznym, wyrażające się m.in. w obowiązkach ciążących na przedsiębiorcy, o których mowa w jego art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a i b.

1.4.1. I tak, obowiązkiem sprzedawcy jest wskazanie minimalnych parametrów (niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje), jakie musi posiadać sprzęt komputerowy konsumenta, aby bez problemów mógł on dokonać zamówienia (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit.a w/w ustawy). Zatem konsument, „otwierając” stronę internetową, powinien od razu uzyskać informacje, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów, mając gwarancję, że dotarł do wszystkich interesujących go danych potrzebnych do podjęcia decyzji o zakupie. Zważywszy na fakt, iż Prezes UOKiK istnienia takiego zapisu w Regulaminie nie ustalił, należy uznać, iż kontrolowany przedsiębiorca dopuścił się naruszenia w/w przepisu prawa.

1.4.2. Jednocześnie, konsumenta korzystającego z usług sklepów internetowych, obowiązuje ustawowy zakaz dostarczania na witrynę sklepu treści o charakterze bezprawnym. Zgodnie zaś z wolą ustawodawcy, wyrażonej w art. 8 ust.3 pkt 2 lit.b w/w ustawy, to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek poinformowania konsumenta o powyższym. Brak informacji na ten temat może skutkować tym, iż nieświadomy zakazu konsument może przesłać na stronę treści (tu: w postaci zamieszczenia na stronie komentarza dot. zakupu produktu), których dostarczanie jest zagrożone karą. Pośrednio, zamieszczenie odpowiedniego zapisu zakazującego konsumentowi w/w działań leży także w interesie przedsiębiorcy, który ponosi odpowiedzialność za wszystkie informacje zawarte na jego stronie internetowej.

Bezprawność opisywanych wyżej naruszeń pozostaje wobec powyższego bezsporna.

Ad.2.

Prezes UOKiK stwierdził, iż kontrolowany Regulamin zawierał także inne bezprawne zapisy.

Z treści kontrolowanego Regulaminu wynika bowiem, iż Małgorzata Ćwiertnia uzależnia skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowego obowiązku, tj. wcześniejszego kontaktu konsumenta ze sklepem i pozyskania a następnie umieszczenia numeru RMA na zwróconej przesyłce, stanowiącego warunek przyjęcia takiej przesyłki. Opisany stan faktyczny stoi w opozycji do treści art. 7 powołanej wyżej ustawy, który stanowi, że konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia jej zawarcia, przy czym do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Ustawa dalej wskazuje, iż w przypadku odstąpienia od umowy,

umowa jest uważana za niezawartą, a to, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni. Z przepisu nie wynika zatem żaden dodatkowy obowiązek konsumenta odnośnie zwrotu przesyłki.

Jednocześnie zauważyć należy, iż Małgorzata Ćwiertnia narusza zasadę równości stron. Zrozumiałym bowiem wydaje się potrzeba ewidencjonowania sprzedawanych produktów, w szczególności, jeśli oferuje się ich szeroki asortyment, jednakże w takiej sytuacji przedsiębiorca winien także ustanowić pewne obowiązki po swojej stronie, nie zaś bezprawnie przerzucać ten ciężar na konsumenta.

W świetle powyższego, zapis taki jawi się jako bezprawny i wobec tego nie powinien się ostać.

Konkludując, stwierdzić należy, iż wolą ustawodawcy ustanowiony został katalog obowiązków przedsiębiorcy zawierającego z konsumentami umowy na odległość. Przyjąć zatem należy, iż nieuczynienie zadość w/w obowiązkom ustawowym godzi w interes konsumentów, który ustawodawca uznał za istotny i podlegający ochronie prawnej.

Przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów sformułowała definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art.24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art.1 ust.1 w/w ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę (por. wyrok SA w Warszawie z dnia 10 lipca 2008r., sygn. VI ACa 306/08)⁸.

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu wyroku z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt: I CKN 504/01) stwierdził, iż: „*nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać 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*”.

W ocenie Prezesa UOKiK, zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowania Małgorzaty Ćwiertni, polegające na, po pierwsze, naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, po drugie, na uzależnianiu skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowych obowiązków, godzą w zbiorowe interesy konsumentów. Stroną umowy zawieranej przez w/w przedsiębiorcę są zarówno wszyscy aktualni, jak i wszyscy przyszli potencjalni klienci zamierzający dokonać zakupów w w/w sklepie. Zatem krąg adresatów takiego wzorca nie jest z góry określony.

Na poparcie powyższego należy przytoczyć pogląd, jaki zaprezentował Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z 13 stycznia 2009r., zgodnie z którym **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).**

Jak wyżej wykazano, Prezes UOKiK, mający na celu ochronę zbiorowego interesu konsumentów, jest zobligowany do podjęcia stosownych działań w przypadku choćby potencjalnego zagrożenia interesu nieograniczonego kręgu osób, który ma miejsce w niniejszej sprawie.

⁸ D. Miąsik, [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, C.H.Beck 2009r., s. 962

Tak więc, w rozpatrywanym stanie faktycznym, zachowanie Małgorzaty Ćwiertni nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz wpływa niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że wszystkie przesłanki z art. 24 ust 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione, co oznacza, iż Małgorzata Ćwiertnia dopuściła się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Jednakże zgodnie z dyspozycją art. 27 ust.1 i 2 uokik nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał zabronionych działań, o których mowa w art. 24 uokik. W związku z uzupełnieniem i skorygowaniem przez Stronę treści Regulaminu sklepu KOYTO.PL stosownie do przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz przepisów ustawy z dnia 18 lipca 2002 o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Prezes UOKiK wydał decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 1 stycznia 2010r., tj. z datą uruchomienia nowej strony internetowej przez przedsiębiorcę i zamieszczenia na niej nowego Regulaminu, z którego wyeliminowano nieprawidłowości, o których mowa w niniejszej decyzji.

Jednocześnie, odnosząc się do twierdzenia Strony, iż wobec zaniechania zarzucanych naruszeń, zarzuty zawarte w postanowieniu nr RBG – 1/2010 pozostają nieaktualne, wskazuje się, iż zgodnie z brzmieniem przepisu art. 105 uokik, Prezes UOKiK nie wszczyna postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli od końca roku, w którym zaprzestano ich stosowania upłynął rok. Z przepisu tego wyraźnie wynika, iż dopiero upływ w/w terminu zamyka organowi antymonopolowemu drogę do prowadzenia postępowania. Skoro zatem Małgorzata Ćwiertnia wskazała za datę zaniechania stosowania praktyki dzień 1 stycznia 2010 roku, należy uznać, iż postępowanie mogło zostać wszczęte do końca 2011 roku.

W świetle powyższego podkreślić należy, iż zaniechanie stosowania kwestionowanej praktyki na etapie postępowania przed Prezesem UOKiK nie zamyka drogi do wydania decyzji w trybie art. 27 uokik. Regulacja art. 27 tej ustawy wskazuje, iż ustawodawca uznał, iż pomimo zaprzestania przez przedsiębiorcę stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, nie można pozbawić jej antykonsumenckiego charakteru. W wielu sytuacjach, co znajduje swój wyraz w postępowaniach wszczynanych przez Prezesa UOKiK, przedsiębiorcy zaprzestają stosowania bezprawnej praktyki na etapie postępowania przed organem antymonopolowym, częstokroć już na etapie postępowania wyjaśniającego, tak jak to miało miejsce w niniejszej sprawie. Taki stan uniemożliwia zakończenie postępowania wydaniem decyzji stwierdzającej stosowanie praktyki i nakazującej jej zaniechanie (art. 26 uokik). Możliwym jest natomiast wydanie decyzji na podstawie art. 27 tej ustawy. Ustawodawca uznał bowiem, że niezbędne jest istnienie w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów regulacji, która pozwala na skuteczne uznanie za bezprawne również praktyk mających charakter czasowy, których stosowanie przez przedsiębiorcę zostało zakończone⁹. Ograniczenie dla organu antymonopolowego wynika jedynie z wyżej przywołanego art. 105 uokik. Taka sytuacja w niniejszej sprawie nie miała miejsca.

W tym miejscu należy również przedstawić stanowisko Prezesa UOKiK w przedmiocie nieuwzględnienia wniosku Strony o wydanie w niniejszej sprawie decyzji zobowiązującej.

⁹ K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów – Komentarz*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2008, str. 672.

Zasadniczo, do wydania decyzji, o której mowa w art. 28 uokik może dojść, jeżeli:

- 1) zostało uprawdopodobnione w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanie przez przedsiębiorcę takich praktyk,
- 2) przedsiębiorca zobowiązał się do podjęcia lub zaniechania określonych działań,
- 3) Prezes UOKiK uznał za uzasadnione wydanie decyzji zobowiązującej.¹⁰

Odnosząc się do pierwszej przesłanki, stwierdzić należy, iż w toku postępowania zostało nie tyle uprawdopodobnione co udowodnione stosowanie przez Stronę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, opisanych w sentencji niniejszej decyzji. Wykazano bowiem bezprawność działań przedsiębiorcy oraz naruszenie przez Stronę zbiorowego interesu konsumentów, o czym była już mowa powyżej w uzasadnieniu do niniejszej decyzji. Zgodnie ze stanowiskiem doktryny, które Prezes UOKiK podziela, jeśli praktyka jest udowodniona, a nie jedynie uprawdopodobniona (sytuacja taka ma miejsce w niniejszej sprawie), organ powinien wydać decyzję stwierdzającą stosowanie praktyk, a nie decyzję przyjmującą zobowiązanie przedsiębiorcy.¹¹

Odnosząc się do przesłanki z punktu 2, wskazać należy, iż pismem z dnia 29 stycznia 2010r. (data wpływu: 01.02.2010r.) Strona złożyła wniosek o wydanie stosownej decyzji w trybie art. 28 ust.1 uokik, zobowiązując się do podjęcia lub zaniechania wszelkich działań, które zmierzałyby do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, nie skonkretyzowała jednak o jakie konkretne działania chodzi.

Odnosząc się natomiast do trzeciej przesłanki, stwierdzić trzeba, iż przepis art. 28 uokik nie nakłada na Prezesa UOKiK obowiązku wydania decyzji zobowiązującej. Wydanie tej decyzji jest zatem fakultatywne.¹² Decyzje zobowiązujące są bowiem wydawane ramach uznania administracyjnego. Na przyjęcie takiej konstrukcji wskazuje zawarte w przepisie art.28 uokik sformułowanie, że Prezes UOKiK „może wydać”, a nie jak w pozostałych przypadkach „wydaje” decyzję. Konsekwencją odwołania się do uznania administracyjnego jest to, że Prezes UOKiK nie jest zobowiązany do wydania decyzji zobowiązującej, nawet jeśli przedsiębiorca podejmie ze swej strony wszelkie niezbędne kroki zmierzające do tego.¹³

Powyższe stanowisko znajduje potwierdzenie w wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 25 maja 2009r., który orzekł, że *Prezes UOKiK nie jest zobligowany do zastosowania art.28 OchrKonkurU, a oparcie rozstrzygnięcia na tym przepisie jest uprawnieniem, a nie obowiązkiem, przy czym nie jest on związany wnioskiem o wydanie decyzji zobowiązującej* (sygn.akt: XVII Ama 98/09).

W ocenie Prezesa UOKiK, wydanie decyzji zobowiązującej musi służyć realizacji głównego celu działania organu antymonopolowego, jakim jest ochrona interesu publicznego, o czym stanowi art.1 ust.1 uokik. W tym kontekście w przedmiotowym postępowaniu, przyjęcie zobowiązania Strony i wydanie decyzji zobowiązującej nie spełniałoby swojej funkcji.

Prezes UOKiK, zważył na fakt, iż Strona uchybiła obowiązkowi informacyjnemu, który jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. Przepisy ustaw, z których wynika wspomniany obowiązek informacyjny, obowiązują już kilka lat temu. Ustawa z 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny weszła w życie 1 lipca 2000r. – obowiązuje już zatem niespełna 10 lat. Druga zaś z ustaw, na podstawie której został sformułowane zarzuty to ustawa z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, obowiązująca od 10 marca 2003r., a więc od ponad 7 lat. Prowadzenie działalności gospodarczej, która sprowadza się do zawierania z konsumentami umów na odległość, musi wiązać się z przestrzeganiem obowiązujących przepisów prawa, czego warunkiem jest ich znajomość.

¹⁰ C.Banasiński, E. Piontek (red.) *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz.*, LexisNexis, Warszawa 2009r , s.478.

¹¹ Ibidem, s. 480.

¹² Ibidem, s.482.

¹³ Ibidem, s.46.

Ponadto, strona składając wniosek o wydanie decyzji w trybie przepisów art. 28 ust. 1 ww. ustawy nie wskazała na ewentualne korzyści, jakie miałyby płynąć dla konsumentów z tej decyzji, jak również w żaden sposób nie usprawiedliwiła swojej bezprawnej praktyki.

Mając na uwadze wyniki analizy wyżej przywołanych przesłanek, Prezes UOKiK uznał, iż należało wydać decyzję w trybie art. 27 ust. 1 i 2 tej ustawy stwierdzającą stosowanie przedmiotowej praktyki oraz stwierdzającą jej zaniechanie, nie zaś decyzję na podstawie art. 28 ustawy.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

Ad II

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK ma kompetencje do ukarania przedsiębiorcy poprzez nałożenie na niego kary pieniężnej w wysokości do 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeśli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Nakładanie kar pieniężnych w świetle wyżej przywołanego przepisu odbywa się co prawda na zasadzie fakultatywności, niemniej jednak – jak określa się w doktrynie – stosowanie kar pieniężnych powinno mieć miejsce w przypadkach dostatecznie wykształconych w praktyce reguł stosowania przepisów dotyczących naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.¹⁴

Jak już wskazano powyżej, akty prawne regulujące obrót konsumencki realizowany bez jednoczesnej obecności obu stron przy użyciu środków porozumiewania się na odległość obowiązują odpowiednio 7 i 10 lat. Prowadzenie zatem działalności gospodarczej w takiej formie nie może odbywać się z pominięciem tych przepisów. Jeżeli zatem przedsiębiorca nie realizuje obowiązków wynikających z przywołanych w sentencji decyzji aktów prawnych, jego działanie uznać należy za zawinione.

Mając na względzie powyższe, a także fakt, że w Polsce Internet odpowiada już za ok. 3% sprzedaży detalicznej,¹⁵ a więc sklepy internetowe stają się coraz ważniejszym ogniwem w handlu, Prezes UOKiK postanowił skorzystać z uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej z tytułu naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniona jest wysokość kar nakładanych na przedsiębiorców. W art.111 uokik przykładowo jedynie wskazano, iż organ antymonopolowy winien wziąć pod uwagę okres, stopień, okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenia przepisów ustawy. Ponadto orzecznictwo wskazuje, że w przypadku kar przesłankami, które należy brać pod uwagę, są m.in.: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć (por.: wyrok Sądu Najwyższego z 27.06.2000 r., sygn. akt I CKN 793/98).

W roku 2009 Małgorzata Ćwiertnia osiągnęła przychód w wysokości – 1.897.562,11 zł, co ustalono na podstawie nadesłanego zeznania o wysokości osiągniętego dochodu od osób fizycznych za rok podatkowy 2009 (*vide: karty 36-41*).

W tym miejscu organ antymonopolowy zauważa, iż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów odnosi wysokość kary pieniężnej do procentowej wielkości przychodu przedsiębiorcy, uzyskanego w roku podatkowym poprzedzającym dzień wszczęcia postępowania (art.4 pkt 15 uokik). W orzecznictwie wskazuje się, że nie ma podstaw prawnych, aby karę pieniężną nakładaną na

¹⁴ M. Król - Bogomilska [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009, str. 1614.

¹⁵ Źródło: Rzeczpospolita z dnia 25 maja 2010r., *Internetowy wysyp sklepów*.

przedsiębiorcę obliczać tylko od tej części przychodu firmy, która dotyczy badanej działalności. Podstawą wymierzenia kary jest przychód przedsiębiorcy, co należy traktować jako przychód cały, ogólny, albowiem ustawodawca nie skonkretyzował, iż chodzi tu o dany wycinek przychodu.¹⁶ Dla ustalenia podstawy wymiaru kary nie ma zatem znaczenia fakt, iż przychód osiągnięty ze sprzedaży w sklepie KOYTO stanowi ok.77% całego przychodu. W związku z powyższym, za przychód będący podstawą do obliczenia kary pieniężnej została przyjęta wysokość wynikająca z przedłożonej przez Stronę deklaracji podatkowej, nie zaś wielkość wskazana w piśmie Strony.

Maksymalny wymiar kary, jaki można nałożyć na przedsiębiorcę wynosi 189.756,21 zł – tj. 10% osiągniętego przychodu w roku 2009.

Podkreślić nadto należy, iż nakładana przez Prezesa UOKiK kara finansowa pełni trojaka funkcję: represyjną, prewencyjną i edukacyjną. Ustalając wymiar kary należy wziąć przede wszystkim pod uwagę funkcję prewencyjną kar, w tym prewencję ogólną. Kara bowiem winna być ustalona tak, aby powstrzymać przedsiębiorcę stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. Zważyć także należy na dużą skalę naruszeń zbiorowych interesów konsumentów przez przedsiębiorców prowadzących sklepy internetowe. Zachodzi zatem konieczność wymierzenia kary o takiej wysokości, która zniechęci w/w przedsiębiorców do stosowania naruszeń w postaci zaniechania obowiązków informacyjnych, bądź stosowania działań wprowadzających konsumentów w błąd.

W niniejszym postępowaniu stwierdzono stosowanie naruszeń przez okres jednego roku. Naruszenia te na potrzeby wymierzenia kary pieniężnej zostały podzielone na dwie grupy, tj. naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji na stronie internetowej <http://sklep.koyto.pl>, mające miejsce na etapie zawierania kontraktu, a sprowadzające się do naruszenia przepisów ustaw: o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialność za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną (pkt I.1 sentencji) oraz naruszenia na etapie wykonywania kontraktu polegającym na uzależnianiu korzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy od spełnienia dodatkowych obowiązków (pkt I.2 sentencji). Z uwagi na to konieczne stało się wymierzenie dwóch kar pieniężnych.

Ad. 1.

Pierwsza kara określona w niniejszej decyzji wymierzona została w związku ze stosowaniem przez Stronę pięciu naruszeń na etapie zawierania kontraktu. Naruszenia te polegają na:

- niewskazaniu konsumentowi organu rejestrującego przedsiębiorcę oraz numeru, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,
- nieprecyzyjnym pouczeniu o prawie odstąpienia od umowy,
- błędnym pouczeniu o początku biegu terminu na odstąpienie od umowy,
- niewskazaniu wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym jakim posługuje się usługodawca,
- nieumieszczeniem informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym.

Istotą naruszeń na etapie zawierania kontraktu jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta wyrażającego zamiar zawarcia kontraktu polegające na naruszeniu przepisów prawa lub dobrych obyczajów wpływających na treść kontraktu. Przy czym naruszenia drugie i trzecie, o których mowa powyżej, mają z pewnością również wpływ na wykonanie kontraktu.

Mając powyższe na uwadze oraz uwzględniając okres stosowania praktyki (jeden rok), w oparciu o wartość przychodu Strony ustalono kwotę bazową dla powyższych naruszeń **w wysokości 0,3%**, co stanowi kwotę kary w wysokości 5.692,69 zł.

¹⁶ wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 15 grudnia 2009r., sygn. akt XVII Ama 36/09, wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 26 sierpnia 2009r., sygn. akt XVII Ama 7/09.

Po ustaleniu kwoty bazowej należy rozważyć ewentualne wystąpienie okoliczności łagodzących i obciążających, które mają wpływ na wysokość kary. Prezes UOKiK przy określaniu wymiaru kary, stwierdził występowanie okoliczności łagodzącej, leżącej po stronie Małgorzaty Ćwiertnia, polegającej na zaniechaniu zarzucanych naruszeń jeszcze na etapie postępowania wyjaśniającego, co obniża wymiar kary o 30%. Jednocześnie ustalono także istnienie okoliczności obciążającej w niniejszym postępowaniu, jaką jest co najmniej ogólnopolski zasięg oddziaływania kwestionowanych praktyk z uwagi na prowadzenie sklepu funkcjonującego on-line, co powoduje obostrzenie kary o 20%. W konsekwencji, po uwzględnieniu w/w okoliczności łagodzącej i obciążającej kwotę ustalonej kary obniżono o 10%.

W związku z powyższym, Prezes UOKiK postanowił nałożyć na Małgorzatę Ćwiertnia karę w wysokości 5.123,00, co odpowiada 0,27% przychodu Strony osiągniętego w 2009r. i równocześnie stanowi 2,7% kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych przedsiębiorcy.

Ad.2.

Druga kara określona w niniejszej decyzji wymierzona została w związku ze stosowaniem przez Stronę naruszeń na etapie wykonywania kontraktu, a więc na etapie, w którym konsument powinien mieć zagwarantowane pełne wykorzystanie przysługujących mu praw, m.in. prawa odstąpienia od umowy.

Wobec powyższego oraz uwzględniając okres stosowania praktyki (jeden rok), w oparciu o wartość przychodu Strony ustalono kwotę bazową dla powyższych naruszeń **w wysokości 0,25%**, co stanowi kwotę kary w wysokości 4.744,00 zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej należy rozważyć ewentualne wystąpienie okoliczności łagodzących i obciążających, które mają wpływ na wysokość kary. Prezes UOKiK przy określaniu wymiaru kary, stwierdził występowanie okoliczności łagodzącej, leżącej po stronie Małgorzaty Ćwiertnia, polegającej na zaniechaniu - jeszcze na etapie postępowania wyjaśniającego - stosowaniu zarzucanych naruszeń, która obniża wymiar kary o 30%. Jednocześnie ustalono także istnienie okoliczności obciążającej w niniejszym postępowaniu, jaką jest co najmniej ogólnopolski zasięg oddziaływania kwestionowanych praktyk z uwagi na prowadzenie sklepu funkcjonującego on-line, co powoduje obostrzenie kary o 20%. Po uwzględnieniu w/w okoliczności łagodzącej i obciążającej kwotę ustalonej kary obniżono o 10%.

W związku z powyższym, Prezes UOKiK postanowił nałożyć na Małgorzatę Ćwiertnia karę w wysokości 4.270,00 zł, co odpowiada 0,225% przychodu Strony osiągniętego w 2009r. i równocześnie stanowi 2,25% kary maksymalnej. Kara w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych przedsiębiorcy.

Mając powyższe na uwadze, organ antymonopolowy uznał, że orzeczone kary prawidłowo spełnią zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń w przyszłości, zarówno przez samego przedsiębiorcę, jak i przez innych przedsiębiorców prowadzących sprzedaż internetową.

Mając powyższe na uwadze, orzeczono jak w punkcie II sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na rachunek bankowy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w **NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**.

Stosownie do art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w zw. z art. 40 §2 *Kodeksu postępowania administracyjnego* decyzję niniejszą doręcza się na adres pełnomocnika Strony, który wraz z pismem z dnia 1 lutego 2010r. przedstawił dokument umocowujący go do

występowania przed Prezesem UOKiK w imieniu Małgorzaty Ćwiertnia (*vide*: karta 22).

Jednocześnie poucza się, że na podstawie art. 81 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ §2 k.p.c. od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy.

*Z up. Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Bydgoszczy
Dorota Karczewska*

Otrzymują:

1. Kancelaria Adwokacka, adw. Paweł Wroński
reprezentujący Małgorzatę Ćwiertnia KOYTO.PL
ul. Kazimierza Wielkiego 82
30 – 074 Kraków
2. **a/a.**