

# **DELEGATURA**

## **UOKiK W KATOWICACH**

Katowice, dnia 06. 05. 2005r.

RKT – 61 –36 /05/AD

### **DECYZJA Nr RKT – 27/2005**

I. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804; Dz. U. z 2003r. Nr 60, poz. 535; Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652; Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891; Dz. U. z 2004r. Nr 96, poz. 959) 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. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Studiu DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle, ul. Malinka 65D/2,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na:

niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji wskazanych w art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), dotyczących danych identyfikujących przedsiębiorcę, 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, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804; Dz. U. z 2003r. Nr 60, poz. 535; Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652; Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891; Dz. U. z 2004r. Nr 96, poz. 959) 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. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Studiu DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle, ul. Malinka 65D/2,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki** polegające na:

1. Nieinformowaniu konsumentów o cenie lub wynagrodzeniu obejmującym wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
2. Nieinformowaniu konsumentów o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;

3. Nieinformowaniu konsumentów o miejscu i sposobach składania reklamacji, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
4. Nieinformowaniu konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
5. Nieudostępnianiu konsumentom zawierającym umowy drogą elektroniczną regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną, wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.)

**i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 03. 02. 2005r.**

III. Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804; Dz. U. z 2003r. Nr 60, poz. 535; Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652; Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891; Dz. U. z 2004r. Nr 96, poz. 959) 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. z 2002r. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Studiu DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle, ul. Malinka 65D/2,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23d w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 w/w ustawy stwierdza się, że z uwagi na treść zapisu art. 66<sup>1</sup> § 4 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.), **praktyki polegające na:**

1. Nieinformowaniu konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, czego dotyczy art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 ustawy Kodeks cywilny;
2. Nieinformowaniu konsumentów o metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu i korygowaniu błędów we wprowadzanych danych, czego dotyczy art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 4 Kc;
3. Niezamieszczaniu na stronie internetowej informacji o stosowanych przez Przedsiębiorcę kodeksach etycznych, czego dotyczy art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 6 Kc;
4. Nieinformowaniu konsumentów o czynnościach technicznych składających się na procedurę zawarcia umowy, czego dotyczy art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 1 Kc;
5. Nieinformowaniu konsumentów o językach, w jakich umowa sprzedaży może być zawarta, czego dotyczy art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 5 KC

**nie naruszają zbiorowych interesów konsumentów.**

IV. Na podstawie art. 23c ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804; Dz. U. z 2003r. Nr 60, poz. 535; Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652; Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891; Dz. U. z 2004r. Nr 96, poz. 959) oraz stosowanie 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 postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Studiu DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle, ul. Malinka 65D/2,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

określa się Studiu DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w celu wykonania nakazu określonego w pkt I sentencji niniejszej decyzji, polegające na zaniechaniu, do dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, stosowania praktyki określonej w pkt I tej decyzji, czego należy dokonać

poprzez realizację obowiązku określonego w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

V. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz.U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz.U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 i Nr 96, poz. 959) oraz stosowanie 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 wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle, ul. Malinka 65D/2, - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanawia się zobowiązać Studio DR Sp. z o.o., do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 40 zł (słownie: czterdzieści złotych).

### Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez Spółkę z o.o. Studio DR z siedzibą w Wiśle (zwaną dalej przedsiębiorcą lub spółką). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie [www.sklep.ccm.pl](http://www.sklep.ccm.pl), za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy Kodeks cywilny, ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, co może prowadzić do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że *„1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479 (45) Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów”*.

Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy Kodeks cywilny w wyniku nieinformowania konsumentów o czynnościach technicznych składających się na procedurę zawarcia umowy, o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, o sposobach korygowania błędów w zamówieniu, nieinformowania o językach, w jakich umowa może zostać zawarta oraz o stosowanych kodeksach etycznych (karty 9-12). Po przeprowadzeniu w/w badania zachodziło także podejrzenie, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny w wyniku nieinformowania konsumentów o cenie lub wynagrodzeniu obejmującym wszystkie ich składniki, nieinformowania o możliwości odstąpienie od umowy zawartej na odległość, nieinformowanie konsumentów o miejscu i sposobach składania reklamacji, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący oraz poprzez niepotwierdzanie konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji wskazanych w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw

konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (karty 9 - 12). Ponadto zachodziło podejrzenie naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w wyniku niedopełnienia obowiązku udostępnienia konsumentom zawierającym umowy drogą elektroniczną regulaminu świadczenia usług, który wynika z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną (karty 9 – 14).

Z uwagi na powyższe wszczęto przeciwko Spółce Studio DR z siedzibą w Wiśle z urzędu postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (karty 3 - 4). W toku niniejszego postępowania ustalono, że Spółka Studio DR działa na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 13. 05. 2002r. o numerze KRS: 0000112221 (karta 42).

Przedsiębiorca poinformował o działaniach podjętych w celu wyeliminowania zaistniałych naruszeń prawa (karta 41). Spółka przekazała organowi antymonopolowemu wydruk aktualnie stosowanego „Regulaminu sklepu” (karty 70 – 73), instrukcji „Bezpieczeństwo zakupów” (karty 54 – 55, 69) oraz „Jak kupować w naszym sklepie?” (karty 56 – 59, 69). Przedsiębiorca poinformował, że w/w regulamin i instrukcje są stosowane od 03. 02. 2005r., kiedy to zostały zamieszczone na stronie internetowej, za pośrednictwem której zawierane są umowy (karty 41, 69). Treść regulaminu została dodatkowo zmieniona dnia 22. 02. 2005r., o czym przedsiębiorca poinformował w piśmie z 22. 02. 2005r. (karta 41).

### **Organ antymonopolowy ustalił, co następuje:**

Do umów zawieranych z konsumentami stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego oraz ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.). Ponadto umowy zawierane z konsumentami na odległość podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu, wynikającemu z ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, jak również z ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej uoonpk). Umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają szczególnej regulacji prawnej, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na w/w regulację, zawartą w art. 6 ust. 1 uoonpk, by daną umowę zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać spełnione trzy przesłanki tj. po pierwsze strony umowy nie mogą jednocześnie znajdować się w tym samym miejscu, po drugie umowa ta zawierana jest pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą i po trzecie przedsiębiorca musi prowadzić działalność w ten sposób, że wykorzystuje środki porozumiewania się na odległość. Podejmowanie działań niezgodnych z w/w przepisami może prowadzić do naruszenia art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie bezprawne działanie przedsiębiorcy, które godzi w zbiorowe interesy konsumentów. By stwierdzić naruszenie art. 23 a w/w ustawy muszą zostać spełnione dwie przesłanki, tj. działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności oraz musi ono godzić w interesy konsumentów. Należy zwrócić uwagę, iż zapis ten nie odnosi się do indywidualnych interesów poszczególnych uczestników rynku, lecz do interesów ogółu konsumentów.

W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki, która naruszała zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą, że dana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania. W przypadku, gdy z analizy zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że nie doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, na mocy art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wydaje się decyzję, w której Prezes

Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

### **W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.**

I.

Spółka Studio DR z siedzibą w Wiśle naruszyła art. 9 ust. 3 uoonpk, który stanowi, że *„Przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia”*. Art. 9 ust 1 w/w ustawy zawiera katalog danych, o jakich przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta przed zawarciem umowy tj. m. in. o nazwie i adresie siedziby przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu, cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki, zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia, kosztach oraz terminie i sposobie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, miejscu i sposobie składania reklamacji. Przepis ten stanowi, że potwierdzenie powyższych danych musi nastąpić na piśmie. Zgodnie z art. 78 § 1 Kc *„do zachowania pisemnej formy czynności prawnej wystarcza złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli (...)”*. Przedsiębiorca poinformował, że od dnia 22. 02. 2005r. przesyła konsumentom w/w informacje za pośrednictwem poczty elektronicznej (karta 41). E-mail nie posiada jednak formy pisemnej, gdyż do jej zachowania wymagane jest złożenie własnoręcznego podpisu. Konsument, zgodnie z pkt. 2.10 „Regulaminu sklepu”, otrzymują także fakturę VAT (karta 71). Powyższe nie prowadzi jednak do realizacji obowiązku określonego w art. 9 ust. 3 uoonpk, polegającego na pisemnym potwierdzeniu w/w danych. Przedsiębiorca nie potwierdza na piśmie najistotniejszych informacji związanych z zawieraną umową żadnemu z konsumentów. Z uwagi na powyższe należało zważyć, że praktyka ta godzi w interesy ogółu konsumentów, interesy wszystkich osób zawierających umowę z Spółką Studio DR. W myśl art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie bezprawne działanie przedsiębiorcy, które godzi w zbiorowe interesy konsumentów. W niniejszym przypadku zostały łącznie spełnione obie przesłanki. W związku z tym organ antymonopolowy orzekł, że przedmiotowa praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Na mocy art. 23 c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakazano zaniechania jej stosowania.

II.

1. Spółka Studio DR z siedzibą w Wiśle nie informowała konsumentów o cenie lub wynagrodzeniu obejmującym wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki. Obowiązek udzielania informacji tego rodzaju spoczywa na przedsiębiorcy zawierającym z konsumentami umowy na odległość, co zostało określone w art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Konsument powinien wiedzieć już przed zawarciem umowy, jaka będzie całkowita wysokość świadczenia, do jakiego będzie zobowiązany w przypadku zawarcia umowy. Stąd ustawodawca nałożył na przedsiębiorców obowiązek podawania pełnej informacji na temat ceny oferowanego produktu, z wyszczególnieniem m.in. wysokości podatku, czy cła, jakie muszą być zapłacone. Spółka Studio DR nie informowała konsumentów o powyższym, poprzez co naruszyła art. 9 ust. 1 pkt 3 uoonpk. Z uwagi na fakt, że powyższa praktyka była stosowana w kontaktach ze wszystkimi konsumentami oraz z osobami, które potencjalnie mogłyby zawrzeć z przedsiębiorcą umowę, doszło do naruszenia interesów ogółu konsumentów. Na mocy art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca podejmujący bezprawne działania, które godzą w zbiorowe interesy konsumentów, dopuszcza się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Praktyki takie stosuje także przedsiębiorca, który zaniechał podjęcia działań, do jakich był zobowiązany na mocy obowiązujących przepisów prawa.

Studio DR Sp. z o.o., w pkt 2.9. „Regulaminu sklepu”, stosowanym od dnia 03. 02. 2005r. posługuje się następującym zapisem: „*Wszystkie ceny podawane w sklepie internetowym CCM.PL są cenami wyrażonymi w złotych polskich (PLN) i zawierają podatek VAT. Firma Studio DR Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo do zmiany cen bez uprzedniego informowania o tym, z zastrzeżeniem postanowień poniższych. Zmiany cen nie dotyczą zamówień będących w trakcie realizacji, które zostały już ostatecznie potwierdzone drogą elektroniczną poprzez e-mail, zgodnie z pkt 4.3. i 4.4. niniejszego Regulaminu*” (karty 41, 70).

Zważając na powyższe, zgodnie z art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało orzec, że Studio DR Sp. z o.o., nie informując konsumentów o cenie lub wynagrodzeniu obejmującym wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki, stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, a z dniem 03. 02. 2005r. zaniechała powyższego.

2. Studio DR Sp. z o. o. z siedzibą w Wiśle, stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na nieinformowaniu konsumentów o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni. Powyższy obowiązek przedsiębiorcy wynika z art. 9 ust. 1 pkt 6 uoonpk.

Na mocy art. 7 ust. 1 uoonpk konsument, który zawarł umowę na odległość może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowane oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni. Art. 10 ust. 1 tej ustawy stanowi, że termin dziesięciodniowy przysługujący konsumentowi do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, liczy się od dnia wydania rzeczy. Art. 9 ust. 1 pkt 6 w/w ustawy nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia takiej umowy. Jeśli przedmiotowa informacja nie zostanie potwierdzona na piśmie w trybie określonym w art. 9 ust. 3 uoonpk, powyższy termin wynosi trzy miesiące i liczy się go od dnia wydania rzeczy. Jeśli w tym czasie przedsiębiorca potwierdzi konsumentowi najistotniejsze informacje dotyczące zawartej umowy, które zostały wymienione w art. 9 ust. 1 uoonpk, termin ten ulega skróceniu do dziesięciu dni od daty potwierdzenia. Z analizy treści zapisów zawartych na stronie internetowej przedsiębiorcy – Spółki Studio DR wynikało, iż konsumenci nie byli informowani o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od wydania rzeczy (karty 9, 11). Prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość stanowi fundament ochrony ich interesów przy zawieraniu umów na odległość. By uprawnienie to mogło zostać zrealizowane, konsumenci muszą posiadać odpowiednią wiedzę na temat przysługujących im uprawnień. Informacja o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy powinna być przekazana każdemu z konsumentów, zaś obowiązek ten spoczywa na przedsiębiorcy. W związku z tym, że spółka dopuściła się zaniechania polegającego na niedopełnieniu obowiązku określonego w art. 9 ust. 1 pkt 6 uoonpk, jej działanie zostało uznane za bezprawne. Z uwagi na fakt, że praktyka opisana w niniejszym punkcie miała wpływ na sytuację wszystkich konsumentów zawierających umowę z przedsiębiorcą, należało stwierdzić, że godziła ona w zbiorowe interesy konsumentów. Spółka Studio DR uregulowała niniejszą kwestię w części 6. „Regulaminu sklepu” (karty 71 – 72), stosowanego przy zawieraniu umów na odległość w wykorzystaniem Internetu od dnia 03. 02. 2005r. (karta 41). Obecnie przedsiębiorca podaje do wiadomości zapoznających się z przedmiotowym regulaminem, co następuje: „*6.1. Zamawiający może odstąpić od umowy bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, liczącym od dnia wydania rzeczy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. 6.2. W przypadku podjęcia decyzji o odstąpieniu od umowy, Zamawiający powinien odesłać przesyłkę należycie zapakowaną w terminie 10 dni od jej otrzymania. Przesyłka taka jest realizowana na koszt Zamawiającego.*

*6.3. Zwroty dopuszczalne są tylko w przypadku towaru nie używanego (nie noszącego jakichkolwiek śladów używania) oraz oryginalnie opakowanego, jeżeli towar występował w opakowaniu. Towar nie może być zwrócony, jeśli Zamawiający zdjął opakowanie (np. folię*

*chroniącą produkt*)”. Powyższa informacja czyni zadość ustawowej regulacji kwestii, o jakiej mowa w niniejszym punkcie.

Zapisy wprowadzone w życie przez Studio DR Sp. z o.o. odpowiadają regulacji art. 7 ust. 2 uoonpk, który stanowi, że *„Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne)”* oraz art. 10 tej ustawy, zgodnie z którym *„Jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach: (...)*

*2) dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania (...)*”. Z powyższego wynika, że prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość przysługuje konsumentowi w terminie dziesięciu dni od wydania rzeczy, chyba, że konsument usunął oryginalne opakowanie z nośnika zawierającego nagrania audialne, wizualne oraz programy komputerowe.

Z uwagi na fakt, że praktyka polegająca na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy o prawie odstąpienia od tej umowy w terminie dziesięciu dni od wydania rzeczy, była praktyką bezprawną i godzącą w zbiorowe interesy konsumentów oraz ze względu na to, że dnia 03. 02. 2005r. Spółka Studio DR zamieściła na stronie internetowej [www.sklep.ccm.pl](http://www.sklep.ccm.pl) „Regulamin sklepu” zawierający stosowną informację, na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należało orzec, że wyżej opisana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania z dniem 03. 02. 2005r.

3. Spółka Studio DR z siedzibą w Wiśle naruszyła art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na podejmowaniu działań bezprawnych polegających na nieinformowaniu konsumentów o miejscu i sposobach składania reklamacji, wbrew obowiązkowi określonymu w art. 9 ust. 1 pkt 10 uoonpk. W/w przepis stanowi, że *„Konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o: (...) 10. miejscu i sposobie składania reklamacji (...)”*. Prawo złożenia reklamacji służy zapewnieniu możliwości wystąpienia nabywcy określonego towaru do sprzedawcy, w przypadku, gdy zakupiony towar jest niezgodny z umową. 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. Żaden z konsumentów nie był o powyższym informowany, a więc przedmiotowa praktyka dotyczyła interesów ogółu konsumentów. Z uwagi na powyższe organ antymonopolowy stwierdził, że zaniechanie opisane w niniejszym punkcie jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania przedsiębiorca udowodnił fakt wprowadzenia z dniem 03. 02. 2005r. w życie „Regulaminu sklepu” (karty 41, 69, 70 – 73) zawierającego następujące postanowienia normujące kwestię wnoszenia reklamacji: *„5.1. Reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych powstałych podczas transportu będą rozpatrywane tylko na podstawie pisemnego protokołu uszkodzenia/rozbieżności zawartości przesyłki sporządzonego w momencie odbioru towaru w obecności pracownika Poczty Polskiej i potwierdzonego przez niego.*

*5.2. Jeżeli zakupiony towar posiada fabryczne wady techniczne, należy go niezwłocznie odesłać koniecznie z opisem wady oraz rachunkiem/ fakturą.*

*5.3. Wysyłka reklamowanego towaru odbywa się na koszt Studia DR Sp. z o.o.*

*5.4. Adres do wysyłki reklamowanych towarów: Studio DR ul. Malinka 65D/243-460 Wisła”* (karta 71).

Zapis pkt. 5.1. „Regulaminu sklepu” stanowi, że reklamacje dotyczące uszkodzeń mechanicznych powstałych podczas transportu będą rozpatrywane wyłącznie na podstawie pisemnego protokołu sporządzonego w momencie odbioru towaru. Należy zauważyć, iż zgodnie z art. 57 ust. 4 ustawy z dnia 12 czerwca 2003r. Prawo pocztowe (Dz. U. Nr 130, poz. 1188 ze zm.) *„Roszczenie z tytułu nienależytego wykonania usługi pocztowej wygasa wskutek przyjęcia przesyłki bez zastrzeżeń”*. W § 4 ust. 4 rozporządzenia z dnia 13 października 2003r. w sprawie reklamacji powszechnej usługi pocztowej w zakresie przesyłki rejestrowanej i przekazu pocztowego (Dz. U. Nr 183, poz. 1795) wskazano, że reklamację zgłasza się w formie pisemnej, ustnej do protokołu lub innej niż w/w, która w sposób dostateczny ujawnia wolę reklamującego. Zasadne wydaje się więc zobowiązanie konsumentów do zgłoszenia reklamacji w chwili odbioru przesyłki oraz doprowadzenia do sporządzenia protokołu, stanowiącego dowód na to, że do uszkodzenia przesyłanego towaru doszło w czasie transportu. Choć konsumenci będą mogli skorzystać z uprawnień przysługujących im na mocy ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (zwanej też ustawą o sprzedaży konsumenckiej) w przypadku stwierdzenia niezgodności towaru z umową, to jednocześnie możliwe będzie dochodzenie praw wynikających z ustawy prawo pocztowe względem Poczty Polskiej, która doręcza przesyłki (karty 61, 71). Z uwagi na powyższe konieczne jest dopełnienie przez konsumentów obowiązku zgłoszenia zastrzeżeń w chwili przyjmowania przesyłek. Pkt. 5.2 „Regulaminu sklepu” stanowi, że towar posiadający fabryczne wady techniczne powinien zostać niezwłocznie odesłany. Zgodnie z art. 9 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, 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. Zapisy w/w ustawy oraz regulaminu stosowanego przez przedsiębiorcę nie wykluczają się wzajemnie. Przedsiębiorca nie ograniczył terminu, w jakim konsument może zgłosić reklamację. Zapis mówiący o konieczności niezwłocznego przesłania przedsiębiorcy wadliwego towaru nie skraca terminów przysługujących konsumentom w myśl art. 9 i 10 ustawy o szczególnych sprzedaży konsumenckiej. Powyższe uzasadnia fakt, że na mocy postanowienia wprowadzonego przez przedsiębiorcę w życie nie przewidziano przypadku możliwości wystąpienia przez konsumenta z żądaniem usunięcia niezgodności zakupionego towaru z umową, w razie, gdy dojdzie do stwierdzenia przez niego takiej niezgodności. W związku z tym, że od dnia 03. 02. 2005r. przedsiębiorca informuje konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji (karty 41, 71), na mocy z art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy orzekł, że praktyka polegająca na nieinformowaniu konsumentów miejscu i sposobie składania reklamacji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz, że Studio DR Sp. z o.o. zaniechała jej stosowania z dniem 03. 02. 2005r.

4. Praktyka stosowana przez Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle, polegająca na nieinformowaniu konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 uoonpk, jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez podejmowanie bezprawnych działań godzących z zbiorowe interesy konsumentów. W art. 9 ust. 1 pkt 8 uoonpk nałożono na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość obowiązek poinformowania ich, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie pozostają wiążące. Niedopełniając przedmiotowego obowiązku przedsiębiorca nie udzielał konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Konsumenti nie byli poinformowani o terminie, w jakim oferta jest wiążąca, w tym o terminie, w jakim cena ma charakter wiążący. Powyższe godziło w interesy konsumentów, gdyż nie wiedzieli oni, jak długo przedsiębiorca jest związany złożoną przez



siebie ofertą, z którą mieli możliwość zapoznać się przed zawarciem umowy. Z uwagi na fakt, iż żaden z konsumentów nie był o powyższym informowany, niniejsza praktyka godziła w interesy ogółu konsumentów. Zaniechanie dopełnienia w/w obowiązku jest działaniem bezprawnym oraz godzącym w zbiorowe interesy konsumentów.

Obecnie tj. od 03. 02. 2005r. Przedsiębiorca informuje konsumentów, z którymi zawiera umowy za pośrednictwem Internetu, że przysługuje mu prawo do zmiany oferty, w tym ceny oferowanych towarów, lecz zgodnie z pkt. 2.9. „Regulaminu sklepu” zmiany cen nie dotyczą zamówień będących w trakcie realizacji, które zostały już ostatecznie potwierdzone drogą elektroniczną poprzez e-mail (karty 41, 70). Przedsiębiorca informuje więc konsumentów, jak długo wiążąca pozostaje jego oferta, w tym informacja o cenie. Z uwagi na powyższe, na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało orzec, że przedsiębiorca zaniechał stosowania w/w praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z dniem 03. 02. 2005r.

5. Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle naruszyła art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na nieudostępnianiu konsumentom zawierającym umowy drogą elektroniczną regulaminu świadczenia usług, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną (karty 13-15). Art. 8 ust. 1 w/w ustawy stanowi, że usługodawca ma obowiązek nie tylko stworzenia regulaminu, lecz również nieodpłatnego udostępnienia go usługobiorcy przed zawarciem umowy. Na żądanie usługobiorcy usługodawca zobowiązany jest udostępnić go w taki sposób, który umożliwi pozyskanie, odtwarzanie i utrwalenie treści tego regulaminu. Przedsiębiorca zamieścił dnia 03. 02. 2005r. wprowadzony przez siebie w życie „Regulamin sklepu” (karty 41, 69, 70 – 73), który reguluje kwestie świadczenia usług drogą elektroniczną, na stronie internetowej o adresie [www.sklep.ccm.pl](http://www.sklep.ccm.pl), za pośrednictwem której dochodzi do zawierania z konsumentami umów na odległość. Z wydruku przedmiotowego regulaminu, przesłanego przez przedsiębiorcę w załączeniu do jego pisma z 25. 03. 2005r. (karta 69), wynika, że istnieje możliwość wydrukowania jego treści wraz z informacją dotyczącą strony internetowej, z jakiej regulamin ten wydrukowano wraz z datą druku (karty 70 – 73). „Regulamin sklepu” stosowany przez Studio DR Sp. z o.o. można także utrwalić zapisując jego treść w formie pliku w formacie PDF (karta 73) i zachowując na nośniku danych wykorzystywanym przez odbiorcę usług – konsumenta (np. na dysku twardym używanego przez niego komputera lub dyskietce). Stwarzając powyżej opisane sposoby utrwalania treści regulaminu przedsiębiorca czyni zadość obowiązkowi określonym w art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, tj. określa regulamin normujący kwestie świadczenia przez niego usług tego rodzaju, a także spełnia wymagania wynikające z art. 8 ust. 1 pkt 2 w/w ustawy, gdyż nieodpłatnie udostępnia usługobiorcom regulamin przed zawarciem umowy oraz stwarza techniczną możliwość pozyskania, odtwarzania i utrwalania treści regulaminu, co zostało zapewnione bez konieczności występowania ze specjalnym żądaniem.

Regulamin świadczenia usług drogą elektroniczną nie był stosowany przy zawieraniu umów z jakimkolwiek podmiotem, czy grupą podmiotów. Praktyka polegająca na nieudostępnianiu konsumentom regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną godziła więc w interesy ogółu konsumentów dokonujących czynności prawnych z Spółką Studio DR. Z uwagi na brak regulaminu osoby, które rozważały możliwość zawarcia umowy na odległość z wykorzystaniem Internetu, nie miały możliwości zapoznania się z obowiązującymi przy zawieraniu ze Spółką Studio DR umów zasadami.

Zaniechanie polegające na nieudostępnieniu regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną doprowadziło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dnia 03. 02. 2005r. Studio DR Sp. z o.o. wprowadziła w życie „Regulamin sklepu”, normujący kwestie związane z zawarciem umowy sprzedaży przez Internet. Powyższe uzasadnia stwierdzenie, że przedsiębiorca zaniechał z dniem 03. 02. 2005r.

stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w niniejszym punkcie. Stąd należało orzec, jak w punkcie II 5 przedmiotowej decyzji.

### III.

1. Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle nie dopuściła się naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, poprzez stosowanie praktyki polegającej na nieinformowaniu konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania drugiej stronie treści zawieranej umowy. Art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 Kodeksu cywilnego nakłada na przedsiębiorców składających w postaci elektronicznej ofertę zawarcia umowy, obowiązek poinformowania przed jej zawarciem, w sposób jednoznaczny i zrozumiały, o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy. Jednocześnie art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc stanowi, że obowiązek taki nie powstaje, gdy do zawierania umów dochodzi za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków porozumiewania się na odległość. Taki właśnie sposób zawierania umów na odległość z wykorzystaniem środków indywidualnego porozumiewania się stosuje Spółka Studio DR (karty 17, 41, 58, 60 – 66, 70). Konsumenci składają zamówienia z wykorzystaniem specjalnego formularza zamieszczonego na stronie internetowej przedsiębiorcy o adresie [www.sklep.ccm.pl](http://www.sklep.ccm.pl) (karty 60 – 61). Następnie spółka potwierdza fakt złożenia zamówienia przesyłając konsumentowi za pośrednictwem poczty elektronicznej stosowaną informację (karta 63). Kolejną czynnością jest przesłanie, także za pośrednictwem poczty elektronicznej, składającemu zamówienie ostatecznego potwierdzenia informującego o zawarciu umowy (karty 64 – 66). W związku z tym, że w niniejszym przypadku zostały spełnione przesłanki określone art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc, działanie przedsiębiorcy jest zgodne z treścią w/w przepisu. Na mocy art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało uznać, że powyższa praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

2. Art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 4 Kc nakłada na przedsiębiorców składających ofertę w formie elektronicznej obowiązek poinformowania w sposób jednoznaczny i zrozumiały drugiej strony o metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu i korygowaniu błędów w wprowadzonych danych. Studio DR Sp. z o.o. nie informowała konsumentów o powyższym (karty 9, 11). W niniejszym przypadku działanie to nie prowadziło jednak do naruszenia w/w przepisu, gdyż art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc stanowi, że w przypadku, gdy do zawierania umów dochodzi za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość, w/w wymóg nie obowiązuje. Zgodnie z trybem zawierania z konsumentami umów na odległość przyjętym przez Spółkę Studio DR, zamówienie przesłane jest z wykorzystaniem specjalnego formularza zamieszczonego na stronie internetowej przedsiębiorcy, a następnie jest ono dwukrotnie potwierdzane przez przedsiębiorcę za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty 17, 41, 58, 60 – 66, 70). Z uwagi na powyższe należało zważyć, że w niniejszym przypadku zachodzą okoliczności wskazane w art. 66<sup>1</sup> pkt 4 Kc.

Dnia 03. 02. 2005r. Spółka zamieściła na swojej stronie internetowej „Regulamin sklepu” (karty 41, 69 – 73), w którym zawarto następujący zapis: „2.8. *Zamawiający może wprowadzić ewentualne korekty do zamówienia, ale tylko do momentu, kiedy paczka nie została jeszcze spakowana i przygotowana do wysyłki*” (karta 70). W instrukcji „Jak kupować w naszym sklepie?” (karty 56 – 59) opisano tryb składania zamówienia. W instrukcji tej wskazano, że po włożeniu produktu do koszyka, konsument przed ostatecznym zatwierdzeniem zamówienia, ma prawo dokonywać modyfikacji tego zamówienia. Choć nie poinformowano w sposób szczegółowy o sposobach dokonywania korekty przekazanych danych, konsumenci są informowani o możliwości dokonywania zmian. Informacja powyższa jest przekazywana konsumentom, choć w niniejszej sytuacji nie istnieje formalny obowiązek jej zamieszczenia.

W myśl art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, gdy nie zostają spełnione przesłanki określone w art. 23 a tej ustawy, tj. określone działanie nie nosi znamion

niedozwolonego i nie doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, wydaje się decyzję, w której Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza, że określona praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Stąd należało orzec, jak w pkt III 2 sentencji niniejszej decyzji.

3. W wyniku analizy zawartości strony internetowej Spółki Studio DR w Wiśle, o adresie [www.sklep.ccm.pl](http://www.sklep.ccm.pl) ustalono, że przedsiębiorca nie informuje konsumentów o stosowanych przy zawieraniu umów sprzedaży kodeksach etycznych. Obowiązek informowania o powyższym spoczywa zgodnie z art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 6 Kc, na przedsiębiorcy, który składa ofertę zawarcia umowy w formie elektronicznej. Wyjątek stanowią przypadki określone w art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc, który wyłącza spod regulacji art. 66<sup>1</sup> § 2 sytuacje, gdy do zawarcia umowy dochodzi za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. Jednocześnie można zauważyć, że przedsiębiorca nie stosuje przy zawieraniu z konsumentami umów na odległość kodeksów etycznych (karty 41, 69, 72). W „Regulaminie sklepu” stosowanym przez Spółkę Studio DR przy zawieraniu z konsumentami umów na odległość od 03. 02. 2005r. (karta 41) zawarto w pkt 7.5. (karta 72) zapis o następującej treści: *„W sprawach nieuregulowanych niniejszym Regulaminem stosuje się przepisy kodeksu cywilnego oraz przepisy zawarte w ustawie z dnia 27 lipca 2002 o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r. Nr 141, poz. 1176 ze zm.)”*. Konsumenti posiadają pełną wiedzę na temat regulacji, które normują ich stosunek prawny z przedsiębiorcą. Jednocześnie niezamieszczenie przez przedsiębiorcę informacji o stosowanych przez niego kodeksach etycznych jest zgodne z art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc, gdyż do zawarcia umowy dochodzi z wykorzystaniem środków indywidualnego porozumiewania się takich jak poczta elektroniczna oraz formularz zamieszczony na stronie, za pośrednictwem której zawierane są umowy sprzedaży, przesyłany przedsiębiorcy po jego wypełnieniu oraz zatwierdzeniu przez konsumenta poprzez wybór opcji „realizuj zamówienie” (karty 17, 41, 58, 60 – 66, 70). Stąd należało stwierdzić, że praktyka polegająca na nieinformowaniu konsumentów o stosowanych przez niego kodeksach etycznych, nie nosi w tym konkretnym przypadku znamion bezprawności. Z uwagi na powyższe należało uznać, że nie zachodzą okoliczności wymienione w art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się bezprawne działanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Ze względu na to, na mocy art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało zważyć, że praktyka ta nie nosi znamion praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

4. Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle nie informowała konsumentów o czynnościach technicznych składających się na procedurę zawarcia umowy (karty 9, 11). Obowiązek udzielenia powyższej informacji spoczywa na przedsiębiorcach składających ofertę w postaci elektronicznej na mocy art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 1 Kc, który stanowi, że *„Przedsiębiorca składający ofertę w postaci elektronicznej jest obowiązany przed zawarciem umowy poinformować drugą stronę w sposób jednoznaczny i zrozumiały o: 1. czynnościach technicznych składających się na procedurę zawarcia umowy (...)”*. Powyższej regulacji nie podlegają przypadki określone w art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc, który zawiera regulację szczególną dotyczącą umów zawieranych za pomocą poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość. W niniejszym przypadku konsumenci dokonują wyboru towaru poprzez zamieszczenie go w tzw. koszyku, a następnie potwierdzając dokonany wybór. Po otrzymaniu zamówienia przedsiębiorca przesyła za pośrednictwem poczty elektronicznej potwierdzenie otrzymania zamówienia, a następnie informację, że spółka akceptuje zamówienie konsumenta, czyli, że umowa sprzedaży zostaje zawarta wraz z zachowaniem określonych warunków (karty 17, 41, 58, 60 – 66, 70).

Z uwagi na fakt, że działanie Spółki Studio DR opisane w niniejszym punkcie jest zgodne z art. 66<sup>1</sup> § 4 Kc, gdyż do zawarcia umowy dochodzi z wykorzystaniem środków indywidualnych porozumiewania się na odległość takich jak poczta elektroniczna oraz w/w formularz, nie mogło ono zostać uznane za bezprawne, a w związku z tym za niezgodne z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Dnia 03. 02. 2005r. Studio DR Sp. z o.o. zamieściła na swojej stronie internetowej „Regulamin sklepu” (karta 41) oraz instrukcję „Jak kupować w naszym sklepie?” (karta 69). W pkt. 2.2. regulaminu (karta 70) oraz w w/w instrukcji (karty 56 – 59) szczegółowo opisano tryb zawierania umowy sprzedaży na odległość z wykorzystaniem Internetu. Praktyka ta, choć nie jest wymaga przepisami prawa, sprzyja ochronie interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeśli dane zachowanie nie jest bezprawne i nie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, organ antymonopolowy wydaje decyzję stwierdzającą, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Z uwagi na powyższe należało orzec, jak w punkcie III 4 niniejszej decyzji.

5. Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle nie informowała konsumentów, z którymi zawierała umowy za pośrednictwem Internetu, o językach, w jakich umowa sprzedaży mogła zostać zawarta. Obowiązek udzielenia informacji tego rodzaju wynika z art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 5 Kc, który stanowi, że przedsiębiorca składający ofertę w postaci elektronicznej jest zobowiązany przed zawarciem umowy poinformować drugą stronę w sposób jednoznaczny i zrozumiały o językach, w których umowa ta może być zawarta. Wyjątek stanowią umowy zawierane z wykorzystaniem poczty elektronicznej albo podobnych środków indywidualnego porozumiewania się. W związku z tym, że w niniejszym przypadku środki takie są wykorzystywane, przedsiębiorca nie ma ustawowego obowiązku informowania o językach, w jakich może zostać zawarta umowa. Środki indywidualnego porozumiewania się na odległość przewidziane w niniejszym przypadku przy zawieraniu z konsumentami umów sprzedaży na odległość, to poczta elektroniczna oraz formularz zamieszczony na stronie internetowej przedsiębiorcy, który po wypełnieniu oraz zatwierdzeniu zostaje przesłany do przedsiębiorcy (karty 17, 41, 58, 60 – 66, 70). W myśl art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie bezprawne działanie przedsiębiorcy, które godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Jeśli nie zostają spełnione przesłanki określone w w/w przepisie, na mocy art. 23 d tej ustawy wydaje się decyzję stwierdzającą, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Z uwagi na powyższe organ antymonopolowy orzekł, jak w punkcie III 5 niniejszej decyzji.

Dnia 03. 02. 2005r. na stronie internetowej, za pośrednictwem której Studio DR Sp. z o.o. zawiera umowy sprzedaży, zamieszczono „Regulamin sklepu” (karta 41). W pkt. 2.7. zamieszczono następujące postanowienie: „*Zamówienia należy składać w języku polskim*”, a więc określono, w jakim język ma być stosowany przy dokonywaniu czynności prowadzących do zawarcia umowy (karta 70). Choć zamieszczenie takiego zapisu nie stanowi prawnego obowiązku przedsiębiorcy składającego ofertę zawarcia umowy w formie elektronicznej, który zawiera z konsumentami umowy na odległość z wykorzystaniem poczty elektronicznej lub innych, podobnych środków porozumiewania się na odległość, to działanie to bezsprzecznie należy uznać za sprzyjające ochronie interesów konsumentów.

#### IV

Na mocy art. 23 c ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu określonego w decyzji. W pkt I niniejszej decyzji stwierdzono, że Studio DR Sp. z o.o. stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazano zaniechanie jej stosowania. W celu wykonania nakazu określonego w pkt I koniecznym jest zrealizowanie obowiązku określonego w art. 9 ust. 3 uoonpk, polegającego na potwierdzeniu przez przedsiębiorcę konsumentowi na piśmie najistotniejszych informacji dotyczących zawieranej umowy, które

zostały wyliczone w katalogu zawartym w art. 9 ust. 1 uoonpk. W opinii organu antymonopolowego termin dwutygodniowy jest terminem wystarczającym do wprowadzenia zmian, o jakich mowa w niniejszym punkcie decyzji.

V.

Zgodnie z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 72 ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty tego postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Studio DR Sp. z o.o. z siedzibą w Wiśle praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania organ antymonopolowy w punkcie I i II sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Spółkę Studio DR kosztami postępowania w wysokości 40 zł (słownie: czterdzieści złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

Na postanowienie zawarte w punkcie V niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479<sup>28</sup> § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszego decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

DYREKTOR DELEGATURY  
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI  
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral