



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH

Katowice, dnia 24 czerwca 2013 r.

RKT-61-08/13/BP

DECYZJA Nr RKT - 14/2013

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz § 2 pkt 4 i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Andrzejowi Kozakowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Kozak Andrzej Firma Handlowo-Usługowa „Omega” w Sosnowcu,

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** stosowaniu w zakładce „Dostawa i płatność” konta aukcyjnego allegro.pl o nazwie „dvdrompl” postanowienia uzależniającego zwrot świadczenia konsumenta od zwrotu przez niego zamówionego towaru, która to praktyka jest niezgodna z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem umowy na odległość (najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy) o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 15 kwietnia 2013 r.**

III. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na:**

1. niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie i sposobie dostawy towaru, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez

produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. niepotwierdzeniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

3. niepotwierdzeniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225), a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

i nakazuje się zaniechanie ich stosowania.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się** na Andrzeja Kozaka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kozak Andrzej Firma Handlowo-Usługowa „Omega” w Sosnowcu **kary pieniężne** w wysokości:

1. 544 zł (pięciuset czterdziestu czterech złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji,

2. 311 zł (trzystu jedenastu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji,

3. 3266 zł (trzech tysięcy dwustu sześćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 267), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanawia się obciążyć Andrzeja Kozaka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kozak Andrzej Firma Handlowo-Usługowa „Omega” w Sosnowcu **kosztami przeprowadzonego postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty 23 zł (dwudziestu trzech złotych), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”), na podstawie zawiadomienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Skarżysku Kamiennej (RKT-60-43/12/BP), przeprowadzono postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RKT-405-41/12/BP w sprawie Andrzeja Kozaka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kozak Andrzej Firma Handlowo-Usługowa „Omega” w Sosnowcu

(zwanego dalej także „przedsiębiorcą”). W toku przedmiotowego postępowania powzięto podejrzenie, iż ww. przedsiębiorca może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w sentencji niniejszej decyzji. W tych okolicznościach, *Postanowieniem nr 1* z dnia 28 marca 2013 r. (dowód: karty nr 2 – 3) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne, co uczyniono po uprzednim otrzymaniu upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dowód: karta nr 1). W toku niniejszego postępowania, w odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca przedstawił swoje stanowisko w sprawie w piśmie z dn. 16 kwietnia 2013 r. (dowód: karty nr 35-36) oraz w piśmie z dn. 21 maja 2013 r. (dowód: karta nr 44).

W piśmie z dn. 16 kwietnia 2013 r. przedsiębiorca podniósł, iż zarzuty wskazane w toczącym się postępowaniu dotyczą sposobu działania portalu aukcyjnego allegro.pl, a nie firmy przedsiębiorcy. Ujawnione uchybienia nie zostały spowodowane działaniem przedsiębiorcy, który jest wyłącznie klientem portalu allegro.pl. Przedsiębiorca podniósł także, że „(...) *Zamieszczone informacje, zapisy, na koncie aukcyjnym allegro.pl dla użytkownika o nazwie „dvdrompl”, zostały narzucone przez portal. Tym samym uczestnictwo w tym portalu ma w pewnym sensie charakter adhezyjny, bez możliwości jakichkolwiek zmian. Wszelkie informacje w zakładce „Dostawy i Płatności” są wymuszone przez portal aukcyjny allegro.pl i nie ma możliwości ich zmiany. W związku z powyższym wszelkie zarzuty dotyczące informacji w zakładce „Dostawy i Płatności” (...) powinny być kierowane do portalu aukcyjnego allegro.pl*”. Przedsiębiorca wskazał także, iż usunął uchybienia poprzez umieszczenie na koncie aukcyjnym allegro.pl komunikatu dla klientów, dotyczącego dostępności regulaminu, który to zawiera właściwe warunki dostawy i płatności oraz informacje dotyczące warunków reklamacji.

W piśmie z dn. 21 maja 2013 r. przedsiębiorca podniósł, iż zmiany dotyczące obowiązującego regulaminu konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „dvdrompl” weszły w życie z dniem 15 kwietnia 2013 r. Dodał także, iż posiadanie konta na portalu aukcyjnym allegro.pl ma na celu przede wszystkim reklamę jego firmy, dlatego też pomimo wykazywanych strat kontynuuje on współpracę w portalu.

Pismem z dn. 10 czerwca 2013 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 57). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Andrzej Kozak prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Kozak Andrzej Firma Handlowo-Usługowa „Omega” w Sosnowcu. Jest przedsiębiorcą wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 8). W rubryce „Wykonywana działalność gospodarcza” wypisu z ww. ewidencji wpisano m.in. 47.91.Z Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet.

W toku postępowania ustalono, iż przedsiębiorca prowadzi m.in. działalność gospodarczą za pośrednictwem konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „dvdrompl”. Konto w serwisie aukcyjnym allegro.pl o nazwie „dvdrompl” zostało utworzone przez przedsiębiorcę w dn. 13 marca 2008 r. (dowód: karta nr 12). Zasady na jakich są zawierane z konsumentami umowy sprzedaży na odległość za pośrednictwem tego konta określają poszczególne zakładki oferowanych towarów („Opis”, „Dostawa i płatność”), a także zakładka „o mnie” – na której od 15 kwietnia 2013 r. obowiązuje regulamin (dowód: karta nr 44). Ustalono, iż w zakładce „Dostawa i płatność” przedsiębiorca zamieścił postanowienie o następującej treści: „*Sprzedawca wypłaci Ci pieniądze w ciągu 14 dni od otrzymania*

produktu” (dowód: karta nr 34). Niniejsze postanowienie zamieszczone jest na przedmiotowym koncie aukcyjnym co najmniej od 30 stycznia 2013 r. (dowód: karta nr 5).

Analiza informacji zawartych na koncie aukcyjnym allegro.pl dla użytkownika o nazwie „dvdrompl” – w tym jego poszczególnych zakładki – przeprowadzona przez wszczęciem niniejszego postępowania wykazała, że nie wskazano na tym koncie aukcyjnym informacji odnośnie miejsca i sposobu składania reklamacji. Ustalono także, iż w obecnym regulaminie znajdującym się w zakładce „o mnie” przedsiębiorca zamieścił informację o następującej treści: „*Reklamacje niezgodności oraz braku w dostawie prosimy zgłaszać drogą mailową (allegro@dvdrom.pl) z podaniem swojego nazwiska oraz nicka z Allegro. Część asortymentu posiada gwarancję producenta, a inne towary gwarancję sprzedawcy. Gdy reklamacja zostanie uznana, klientowi zostanie wymieniony towar na nowy pozbawiony wad. W przypadku braku towaru, klient otrzyma zwrot pieniędzy*” (dowód: karta nr 53).

Ponadto ustalono, że w związku z zawieraniem umówami na odległość przedsiębiorca wystawia konsumentom paragony z kasy fiskalnej. Analiza tych dokumentów wykazała, że nie obejmują one informacji na temat:

- terminu i sposobu dostawy towaru,
- prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni,
- miejsca i sposobu składania reklamacji (dowód: karta nr 33).

W 2012 r. przedsiębiorca osiągnął przychód z tytułu działalności gospodarczej w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I 1 Załącznika Nr 1). Osiągnięty w 2012 r. przychód przedsiębiorcy ustalono na podstawie zeznania PIT-36 o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) w roku podatkowym 2012 r. (dowód: karty nr 44-55).

Prezes Urzędu zważył, co następuje

W pierwszej kolejności konieczne jest ustalenie, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy doszło do naruszenia **interesu publicznoprawnego**. Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, celem regulacji w niej przyjętej jest zapewnienie rozwoju i ochrony konkurencji, a także podejmowana w interesie publicznym ochrona przedsiębiorców narażonych na stosowanie praktyk ograniczających konkurencję i ochrona interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zatem charakter publicznoprawny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego; w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane jedynie wówczas, gdy na skutek działań sprzecznych z przepisami prawa naruszony został interes publiczny. Ma to miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dn. 24 października 1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90).

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy dokonali lub dokonają zakupu poprzez sklep internetowy, prowadzony przez przedsiębiorcę. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone jest w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ jest ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego.

W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających **zbiorowe interesy konsumentów**. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22¹ Kodeksu cywilnego w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Uznanie określonego działania przedsiębiorcy za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

- ✓ oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- ✓ zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności,
- ✓ praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1441 ze zm.) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną nie będącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). „Działalnością gospodarczą” jest zgodnie z przepisem art. 2 tej ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż prowadzi działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 8). Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że Andrzej Kozak prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Kozak Andrzej Firma Handlowo-Usługowa „Omega” w Sosnowcu **jest przedsiębiorcą** w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Drugą przesłanką, jaką należy wziąć pod uwagę w niniejszej sprawie jest to, iż kwestionowane zachowania przedsiębiorcy godzą w interesy konsumentów oraz, że zagrożone są zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie objaśnia znaczenia pojęć „godzenia w interesy konsumentów” oraz „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 ustawy jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.

Wskazówki, co do tego, jak należy pojmować zbiorowy interes konsumentów zawarte są natomiast w art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07, LEX nr 469180, OSNP 2009/13-14/188), Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów) wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. W ww. wyroku, Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie: *„nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”* należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Zgodnie z powołanym wyrokiem Sądu Najwyższego, przez interes zbiorowy należy rozumieć zatem interes, dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów konieczne jest, żeby działanie przedsiębiorcy było skierowane nie do konkretnej osoby, lecz do grupy adresatów wyodrębnionych za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Działanie o takim charakterze, jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa, nie tylko w odniesieniu do konkretnych konsumentów, lecz wobec każdego z członków danej zbiorowości. Przy tym, zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały rzeczywiście naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Istotne jest to, że przedmiotowe działanie może zagrozić, przynajmniej potencjalnie, interesom pewnego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku.

Bezprawność działań

Trzecią przesłanką, jaką należy rozważyć w celu udowodnienia naruszenia zakazu, określonego w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność podejmowanych przez przedsiębiorcę zachowań. Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by

zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „*muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przyznają obowiązujące przepisy prawa*”¹.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów². Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem³.

Podkreślenia wymaga także, że bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego⁴. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a zatem okoliczność czy sprawca (przedsiębiorca) dopuścił się naruszenia umyślnie czy też nieumyślnie, a także świadomość naruszenia norm prawnych.

Zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka jest niezgodna z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów wskutek zastosowania określonego postanowienia we wzorcach stosowanych w obrocie z konsumentami, w przypadku zaistnienia określonych okoliczności i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczające jest samo zawarcie we wzorcu niezgodnej z prawem regulacji, nawet jeśli w praktyce nie zaistniały przesłanki do jej zastosowania i konsument lub ich większa ilość faktycznie nie została dotknięta negatywnymi skutkami danej regulacji, albo też gdy przedsiębiorca zachował się odmiennie, niż wynikałoby to z niewłaściwej regulacji.

W niniejszej sprawie w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzut stosowania postanowienia sprzecznego z uregulowaniem zawartym w ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225 – zwana dalej „*ustawą o o.n.p.k.*”). Jako „*sprzeczne z prawem*” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z

¹ Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

² Wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

³ Por. wyrok SOKiK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

⁴ Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001).

normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.

Równocześnie w punktach II.-III. sentencji niniejszej decyzji postawiono przedsiębiorcy zarzut niedopełniania wyszczególnionych w tych punktach obowiązków informacyjnych. Wszystkie te obowiązki wynikają z przepisów ustawy o o.n.p.k., która w rozdziale 2 normuje zasady zawierania umów na odległość. W związku z tym, że w rozważanej sprawie mamy do czynienia z umowami zawieranymi w ten sposób, podlegają one pod reżim wspomnianej ustawy.

Ww. ustawa przewiduje obowiązek przekazywania konsumentom określonych informacji zarówno na etapie prezentacji oferty, tj. przed zawarciem umowy, jak i po zawarciu umowy. W literaturze wskazuje się, że „*Szeroko ujęty obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość. (...) Zasadą jest udzielanie informacji przez przedsiębiorcę w sposób spontaniczny; nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta*”⁵, jak również iż „*Chwila zainicjowania wzajemnych kontaktów (a więc moment, gdy oferta czy reklama skierowane do publiczności przeradzają się w informację odebraną przez zindywidualizowanego kontrahenta in spe) bezpośrednio poprzedzających podjęcie przez konsumenta decyzji o zawarciu umowy – będzie chwilą charakteryzującą się największym natężeniem obowiązku informacji ze strony profesjonalisty wobec konsumenta. Dotyczy to konieczności udzielenia tych informacji, które są niezbędne dla świadomego dokonania wyboru i podjęcia decyzji o wdaniu się w transakcję przez konsumenta*”⁶.

Przekazanie wymaganych prawem informacji umożliwia więc konsumentowi podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy oraz jego skutkach. Potwierdzenie zaś niezbędnych informacji na piśmie pozwala na ich indywidualizację oraz utrwalenie na wypadek konieczności ponownego zapoznania się z nimi po zawarciu umowy. Niezależnie od etapu, na jakim jest wymagane podanie w określonej formie pewnych informacji, ich niedostatek prowadzi do osłabienia pozycji konsumenta względem przedsiębiorcy. Jest to szczególnie dotkliwe w przypadku umów zawieranych na odległość, gdyż kontakt z przedsiębiorcą jest ograniczony, a możliwość zbadania przedmiotu umowy przed zawarciem umowy nie istnieje. To z kolei powoduje, że wszelkie braki w informacjach mogą doprowadzić do zawarcia umowy, której w normalnych warunkach konsument by nie zawarł.

Ad I.

W zakresie punktu I. sentencji niniejszej decyzji oceniana praktyka dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę w zakładce „Dostawa i płatność” konta aukcyjnego allegro.pl o nazwie „dvdrompl” postanowienia o treści: „*Sprzedawca wypłaci Ci pieniądze w ciągu 14 dni od otrzymania produktu*” uzależniającego zwrot świadczenia konsumenta od zwrotu przez niego zamówionego towaru, która to praktyka jest niezgodna z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Analizując przesłankę bezprawności kwestionowanego zachowania przedsiębiorcy należy stwierdzić, iż zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. „*W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. (...)*”. Wskazany termin ustawowy należy jednakże liczyć od dnia

⁵ Łętowska E., *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H. Beck 2002, 2. wydanie, s. 285, nb 24.

⁶ *Ibidem*.

odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość a nie od dnia, w którym nastąpił zwrot zakupionego przez niego towaru. Ustalając termin do zwrotu świadczenia przez przedsiębiorcę należy wziąć pod uwagę przepisy ogólne kodeksu cywilnego dotyczące czynności prawnych, w tym w szczególności art. 61 § 1 k.c. *in principio*, który stanowi, że „*Oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią (...)*”. Z reguły będzie to więc moment, w którym przedsiębiorca odebrał oświadczenie konsumenta o odstąpieniu od umowy. Stosowana przez przedsiębiorcę praktyka w sposób nieuzasadniony wydłuża termin w jakim nastąpi zwrot świadczenia konsumenta. Zgodnie zaś z art. 17 ustawy o o.n.p.k. nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 7 ust. 3 tej ustawy.

Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca stosuje postanowienie konta aukcyjnego allegro.pl dla użytkownika o nazwie „dvdrompl”, które jest sprzeczne z przepisami ustawy o o.n.p.k., a zatem, że jego działania mają **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż skutek stosowania zakwestionowanego postanowienia doszło do pogorszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów poprzez pozbawienie ich możliwości dysponowania należną im kwotą pieniężną w dłuższym zakresie niż przewiduje to ustawa. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona jest we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne konto aukcyjne allegro.pl. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury postanowień, jakimi posługuje się przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

Ad II.

W przedmiotowym postępowaniu kolejny postawiony przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczy nieinformowania konsumentów przed zawarciem umowy na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania przedsiębiorcy należy stwierdzić, że zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k. konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, między innymi o miejscu i sposobie składania reklamacji. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie w znaczny sposób może utrudnić skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych, dochodzenia roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru lub też jego niezgodności z umową. Jak ustalono w toku postępowania, konto aukcyjne allegro.pl dla użytkownika o nazwie „dvdrompl” nie zawierało informacji odnośnie miejsca i sposobu składania reklamacji.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k. stanowiło działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie przedsiębiorcy **godziło w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informowania w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku mogło utrudniać konsumentowi dochodzenie ewentualnych roszczeń związanych z niewykonaniem lub też nienależytym wykonaniem zobowiązania przez przedsiębiorcę. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane było do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone były we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępne konto aukcyjne allegro.pl. Zakwestionowane zachowanie podejmowane było w sposób powtarzalny i powszechny.

Po wszczęciu niniejszego postępowania przedsiębiorca przedstawił regulamin przedmiotowego konta aukcyjnego, w którym zamieszczone zostały m.in. informacje dotyczące miejsca i sposobu składania reklamacji. Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy regulamin konta aukcyjnego „dvdrompl” wszedł w życie w dn. 15 kwietnia 2013 r. W związku z powyższym należało przyjąć, iż właśnie z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W tym przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Ad III.

W punkcie III. sentencji niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie po zawarciu umowy. W tym miejscu należy wskazać, że w art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. sformułowano wymóg, aby potwierdzenie takie zostało sporządzone na piśmie. Z takiego punktu widzenia prawnie obojętne jest, w jakim dokumencie (o jakiej nazwie i o jakiej dodatkowej treści) zostaną zamieszczone wymagane prawem informacje. Wymagane jedynie jest, aby po pierwsze stosowne dane były konsumentom przekazywane oraz aby było to czynione w odpowiedniej, a zatem pisemnej formie najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia.

W toku przedmiotowego postępowania ustalono, iż na potwierdzenie zawarcia z umów sprzedaży odległość przedsiębiorca wystawia konsumentom paragony z kasy fiskalnej. W wyniku analizy tych dokumentów stwierdzono, że przedsiębiorca narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o: terminie i sposobie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

III.1. W punkcie III.1. sentencji niniejszej decyzji opisano zarzut naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów wskutek stosowania praktyki polegającej na niepotwierdzaniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania

świadczenia, informacji o terminie i sposobie dostawy towaru, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o o.n.p.k. statuuje obowiązek potwierdzania konsumentom zawierającym umowy na odległość, na piśmie, informacji na temat terminu i sposobu dostawy zamówionego towaru. Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie daje podstawy do przyjęcia, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektuje. Powyższe świadczy zatem o tym, że rozważane zachowanie należało zaklasyfikować, jako **bezprawne**. Niniejsza praktyka **godzi w zbiorowe interesy konsumentów**, gdyż byli oni pozbawieni informacji na temat umówionego sposobu i terminu dostawy zamówionego towaru. Uzupełnienie braków na etapie poprzedzającym zawarcie umowy nie sanuje praktyki przedsiębiorcy rozważanej w tym punkcie. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 tej ustawy.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. Stąd też należało orzec, jak w punkcie III.1. sentencji niniejszej decyzji.

III.2. Kolejna z ocenianych praktyk polega na niepotwierdzeniu konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k. wynika obowiązek podawania konsumentom na piśmie informacji o przysługującym im uprawnieniu do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, w tym przypadku, liczonego od dnia odebrania przez konsumenta zamówionego towaru. Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie daje podstawy do przyjęcia, że przedsiębiorca niniejszego obowiązku nie respektuje. Z tego też względu, należało stwierdzić, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k., a więc, że jego zachowanie jest **bezprawne**.

Uprawnienie do odstąpienia od umowy, które może być realizowane przez konsumenta, jest instytucją charakterystyczną dla prawa konsumenckiego i nieznaną w klasycznym prawie cywilnym. W związku więc z tym, że uprawnienie to ma charakter wyjątkowy, a ponadto jest w wyszczególnionych w ustawie okolicznościach obwarowane warunkami, pod którymi można z niego skorzystać, szczególnie istotne jest, aby konsumenci otrzymali na jego temat wyczerpującą informację. Istotne jest także to, aby informacja na ten temat została utrwalona w ten sposób, aby po odebraniu przesyłki konsument mógł się ponownie z nią zapoznać. Zaniechanie w tym zakresie mogło udaremnić skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia od umowy, co z oczywistych względów osłabiło pozycję konsumentów i **godzi w ich interesy**. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 tej ustawy.

W tych okolicznościach stwierdzić należało, że w rozważanym przypadku doszło do naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to art. 24 ust. 1 i

2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W tym stanie rzeczy, należało orzec, jak w punkcie III.2. sentencji niniejszej decyzji.

III.3. W toku niniejszego postępowania postawiono przedsiębiorcy także zarzut niepotwierdzenia konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co uznano za niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k., a poprzez to z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowe zaniechanie mogło znacząco utrudniać skorzystanie z przysługujących konsumentom uprawnień reklamacyjnych, dochodzenie roszczeń w przypadku wadliwości dostarczonego towaru lub też jego niezgodności z umową. Ponadto przedsiębiorca nie realizuje powyższego nakazu również na etapie przedkontraktowym. Z uwagi na możliwość wystąpienia po stronie konsumentów niedogodności związanych z nieznaną przez przedsiębiorcę procedurą reklamacyjną, stwierdzić należało, że takie zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy słabszych uczestników rynku**. Zgodnie z art. 17 ustawy o o.n.p.k. nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e tej ustawy, co odnosi się również do art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 tej ustawy.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. Stąd też należało orzec, jak w punkcie III.3. sentencji niniejszej decyzji.

Ad IV.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Okoliczność ta jest jednak czynnikiem relewantnym przy miarkowaniu wysokości nakładanej kary pieniężnej⁷. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować bezprawnych postanowień, ani w żaden inny sposób godzić w interesy konsumentów. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstraszącą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku. Należy także wskazać, iż nakładana przez Prezesa Urzędu kara pieniężna nie jest w żaden sposób zależna od ewentualnej straty poniesionej przez przedsiębiorcę lub też osiągniętych dochodów.

⁷ Kohutek K. w: *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008 r., s. 1027.

W punktach I.-III. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 1 i 2 oraz w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Powyższe daje podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2012 r., który wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I.1. Załącznika Nr 1). W związku z tym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt I.2. Załącznika Nr 1).

1. Pierwsza z kar jest wymierzana z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I. sentencji decyzji polegającego na uzależnianiu zwrotu świadczenia konsumenta od zwrotu przez niego zamówionego towaru, poprzez stosowanie w zakładce „Dostawa i płatność” konta aukcyjnego allegro.pl o nazwie „dvdrompl” postanowienia o treści: „Sprzedawca wypłaci Ci pieniądze w ciągu 14 dni od otrzymania produktu”, która to praktyka jest niezgodna z art. 7 ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.

Praktyka wymieniona powyżej ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutuje lub też może rzutować na etap jego wykonywania. Oceniając wagę naruszenia Prezes Urzędu miał na względzie, iż zakwestionowana praktyka wymierzona była we wszystkich konsumentów korzystających z konta aukcyjnego przedsiębiorcy przedsiębiorcy, a zatem miała charakter powszechny, jednakże skierowana była wyłącznie w tych konsumentów, którzy korzystali bądź chcieli skorzystać z prawa do odstąpienia od umowy, z tego względu uciążliwość wprowadzonego postanowienia jest umiarkowana. Równocześnie ustalono, iż kwestionowana praktyka ma krótkotrwały charakter. Ponadto, z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania administracyjnego nie wynika, że rozważana praktyka była stosowana umyślnie.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.1.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **518,43 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące oraz okoliczności obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W sprawie tej nie wystąpiły żadne okoliczności łagodzące. W niniejszym przypadku mamy jednak do czynienia z jedną okolicznością obciążającą, którą jest znaczny zasięg praktyki związany z wykorzystywaniem ogólnodostępnego sklepu internetowego. W tych okolicznościach wymiar kwoty bazowej zwiększono ogółem o **5%** do kwoty **544 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 544 zł, co stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.1.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] (pkt II.1.c. Załącznika Nr 1) % maksymalnego wymiaru kary.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca. W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie IV.1. sentencji niniejszej decyzji.

2. Druga kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji, polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie nieinformowania

konsumentów przed zawarciem umowy na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.

Praktyka wymieniona w punkcie II. tej decyzji ujawniała się na etapie przedkontraktowym, tj. na etapie przedstawiania konsumentowi przez przedsiębiorcę oferty, propozycji zawarcia umowy. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj danych, jakie zostały pominięte, wagę tej praktyki określono, jako stosunkowo dużą. Zwrócono również uwagę na to, że rozważane zaniechanie nie powodowało wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień. Ustalenia dokonane w toku niniejszego postępowania dają podstawy do przyjęcia, iż kwestionowana praktyka była stosowana w sposób długotrwały, gdyż przedsiębiorca posiada konto aukcyjne dla użytkownika o nazwie „dvdrompl” od ponad pięciu lat. Równocześnie z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania nie wynika jednak, aby praktyki, których dotyczy miarkowana w tym punkcie kara, były stosowane umyślnie.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.2.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **414,75 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest zaniechanie stosowania przez przedsiębiorcę kwestionowanej praktyki niezwłocznie po wszczęciu przez Prezesa Urzędu niniejszego postępowania, w związku z czym kwotę bazową należy zmniejszyć o **30%**. Okolicznością obciążającą, która wystąpiła w niniejszej sprawie, jest znaczny zasięg praktyki, w związku z czym kwotę bazową należy zwiększyć o **5%**. W związku z powyższym kwotę bazową należy zmniejszyć o **25%**, to jest do poziomu **311 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 311 zł, co stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.2.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.2.c. Załącznika Nr 1) % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie IV.2. sentencji niniejszej decyzji.

3. Trzecia kara wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyki opisanej powyżej w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji, polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia informacji, o:

- a. terminie i sposobie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.,
- b. prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.,
- c. miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 w zw. z art. 17 ustawy o o.n.p.k.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku do potwierdzenia zawarcia umowy dochodzi faktycznie po jej zawarciu, a więc praktyka ujawnia się na etapie wykonywania

kontraktu. Ze względu na specyfikę umów zawieranych na odległość, a także rodzaj pominiętych danych, wagę tej praktyki określono jako dużą. Miarkując niniejszą karę zwrócono również uwagę na to, że rozważane zaniechanie nie powodowało wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy nałożenia na nich nowych obowiązków. Wprawdzie powodowało ono niedoinformowanie konsumentów, co mogło skutkować utrudnieniami np. w dochodzeniu roszczeń, jednakże nie niweczyło ono w definitywny sposób przewidzianych prawem możliwości. Ustalenia dokonane w toku niniejszego postępowania dają podstawy do przyjęcia, iż kwestionowana praktyka jest stosowana w sposób długotrwały, gdyż przedsiębiorca posiada konto aukcyjne dla użytkownika o nazwie „dvdrompl” od ponad pięciu lat. Równocześnie z ustaleń poczynionych w toku niniejszego postępowania nie wynika jednak, aby praktyki, których dotyczy miarkowana w tym punkcie kara, były stosowane umyślnie.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.3.a. Załącznika Nr 1) % przychodu, czyli na poziomie **3110,6 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące oraz okoliczności obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W sprawie tej nie wystąpiły żadne okoliczności łagodzące. W niniejszym przypadku mamy jednak do czynienia z jedną okolicznością obciążającą, którą jest znaczny zasięg praktyki związany z wykorzystywaniem ogólnodostępnego sklepu internetowego. W tych okolicznościach wymiar kwoty bazowej zwiększono ogółem o **5%** do kwoty **3266 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 3266 zł, co stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.3.b. Załącznika Nr 1) % przychodu oraz [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (pkt II.3.c. Załącznika Nr 1) % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie IV.3. sentencji niniejszej 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 konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.

Ad V.

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Na podstawie art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji

publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I.-III. sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 23 zł (dwudziestu trzech złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeksu postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964 r., Nr 43, poz. 296, ze zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie V. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, można wnieść 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 niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Maciej Fragsztajn