



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH

Katowice, dnia 31 grudnia 2012 r.

RKT-61-29/12/MZ

DECYZJA Nr RKT – 53 / 2012

Stosownie do art. 33 ust. 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. 1 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 z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko W. P. prowadzącemu działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł.:

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. polegającą na zamieszczeniu w **regulaminie sklepu** internetowego e-link.com.pl, stosowanym w obrocie z konsumentami postanowienia o treści: *„Każdy towar można zwrócić (bez podania przyczyn), (...) w ciągu 10 dni od daty otrzymania (...)”*, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) i stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 powołanej wyżej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania;**
- II. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość**, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) i stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 powołanej wyżej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania;**
- III. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** stosowaną przez W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji

w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o:

- 1) organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)
- 2) terminie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)
- 3) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)
- 4) miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)

- i stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 powołanej wyżej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania**;

IV. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. polegającą na zamieszczeniu w **regulaminie sklepu** internetowego e-link.com.pl, stosowanym w obrocie z konsumentami postanowienia o treści: *„Każdy towar można zwrócić (bez podania przyczyn), jeżeli nie posiada śladów użytkowania (...)”*, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) i stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 powołanej wyżej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 25 września 2012 r.**;

V. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną** przez W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość**, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o:

- 1) **wyjątkach od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 10 ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);**
- 2) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);

- 3) miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.);
- 4) imieniu i nazwisku (nazwie) przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)

- i stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 powołanej wyżej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 25 września 2012 r.;**

- VI. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r. Nr 98 poz. 1071 ze zm.), w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50 poz. 331 ze zm.) **umarza się** jako bezprzedmiotowe postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczęte przez Prezesa Urzędu przeciwko W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł., w zakresie zarzutu zamieszczenia w **regulaminie sklepu** internetowego e-link.com.pl, stosowanym w obrocie z konsumentami postanowienia o treści: „(...) *Należność za zwrócony towar przesyłamy na konto lub przekazem z uwzględnieniem naliczonych kosztów przelania*”;
- VII. 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 Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się obciążyć W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. **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** (słownie: 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”) zostało przeprowadzone z urzędu pod sygn. akt RKT-403-07/12/MZ postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. (zwanego dalej także „Przedsiębiorcą”).

W toku przedmiotowego postępowania wyjaśniającego zbadano wzorce i dokumenty stosowane przez Przedsiębiorcę w związku z prowadzeniem sprzedaży przez Internet. Ponieważ analiza ich treści dała podstawy do przyjęcia, iż w zakresie opisanym w punktach I-V sentencji niniejszej Decyzji mogło dojść do naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w dniu 17.09.2012 r. Postanowieniem Nr 1 wszczęte zostało z urzędu postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (dowód: karty nr 2-3). Postanowieniem nr 2 z tej samej daty (dowód: karta nr 6) w poczet dowodów zaliczono materiały zgromadzone w toku ww. postępowania wyjaśniającego (dowód: karty nr 8-31).

Przedsiębiorcy postawiono zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 oraz art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w drodze podejmowania bezprawnych działań godzących w zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. zamieszczeniu w regulaminie sklepu internetowego www.e-link.com.pl, stosowanym w obrocie z konsumentami **postanowienia** o treści: „Każdy towar można zwrócić (bez podania przyczyn), jeżeli nie posiada śladów używania - w ciągu 10 dni od daty otrzymania (...) Należność za zwrócony towar przesyłamy na konto lub przekazem z uwzględnieniem naliczonych kosztów przesłania”, co może być niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm. - zwanej dalej także „ustawą o o.n.p.k.”) i może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
2. naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość**, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o wyjątkach od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania, co może być niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 10 ust. 3 pkt 2 ustawy o.n.p.k. i może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
3. naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość**, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, co może być niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o.n.p.k. i może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
4. naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość**, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji, co może być niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o.n.p.k. i może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
5. naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość**, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o imieniu i nazwisku (nazwie) oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co może być niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o.n.p.k. i może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
6. naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji **w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie**, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o: organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, terminie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, miejscu i sposobie składania reklamacji, co może być niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1, 5, 6 i 10 ustawy o.n.p.k. i może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorca ustosunkował się do postawionych mu zarzutów w pismach z dn. 28.09.2012 r. (dowód: karty nr 32-45) i z dn. 26.10.2012 r. (dowód: karty nr 47-54). Po przeprowadzeniu postępowania dowodowego, pismem z dnia 31.10.2012 r. Przedsiębiorca został poinformowany o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karty nr 55-56). W wyznaczonym terminie Przedsiębiorca nie skorzystał z prawa do zapoznania się z zebrany materiał dowodowy.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny.

W. P. prowadzi działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, prowadzonej przez Ministra Gospodarki, a działalność gospodarcza zarejestrowana została przez Prezydenta Miasta Łodzi w dn. 12.08.2011 r. pod numerem 68710. Przedmiotem jego działalności jest między innymi sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet (dowód: karta nr 9).

Przedsiębiorca prowadzi dwa ogólnodostępne sklepy internetowe pod adresami www.twojaksiazka.pl (dostępny także pod adresem www.twojaksiazka.com.pl - sprzedaż książek, w tym specjalistycznej literatury informatycznej, naukowej i technicznej – zwany dalej „Sklep Twojaksiazka.pl”) oraz www.e-link.com.pl (sprzedaż książek, gier bitewnych i edukacyjnych, filmów – zwany dalej „Sklep E-link”). Zasady prowadzenia sprzedaży przez ww. sklepy określają ich regulaminy, zamieszczone na poszczególnych stronach internetowych: www.twojaksiazka.com.pl/x_C_X_P_JAKKUPOWAC.html i www.e-link.com.pl/x_C_Zasady.html (dowód: karty nr 8 i 20-31). Regulaminy obu sklepów obowiązują conajmniej od dn. 25.05.2012 r. W toku postępowania ustalono, że w regulaminie Sklepu E-link:

- zamieszczono następujące postanowienie: *„Każdy towar można zwrócić (bez podania przyczyn), jeżeli nie posiada śladów używania - w ciągu 10 dni od daty otrzymania, razem z fakturą lub paragonem fiskalnym. Przed zwrotem prosimy o powiadomienie nas o tym e-mailem. Należność za zwrócony towar przesyłamy na konto lub przekazem z uwzględnieniem naliczonych kosztów przesyłania”;*
- nie określono wyjątków od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość, a jednocześnie w ww. sklepie sprzedawane są m.in. płyty CD/DVD.

Ponadto stwierdzono, że na stronie Sklepu Twojaksiazka.pl nie podano informacji o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy (zamieszczono tylko określenie „firma TwojaKsiążka.pl”). Na stronach internetowych obu sklepów nie wskazano organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy.

W toku postępowania ustalono, że w regulaminie Sklepu Twojaksiazka.pl zamieszczono postanowienia o następującej treści:

- „Właścicielem Sklepu Internetowego www.twojaksiazka.com.pl zwanego dalej Sklepem jest firma TwojaKsiążka.pl, z siedzibą w Ł. (...), przy ul. (...)” (pkt I ust. 2);
- „Wszyscy Klienci kupujący w Sklepie zawierają umowę sprzedaży z firmą TwojaKsiążka.pl” (pkt I ust. 4);
- „Prezentowane w sklepie towary, ceny, warunki i terminy dostaw obowiązują wyłącznie na terenie Rzeczypospolitej Polskiej” (pkt I ust. 5);
- „Zamówienia są przyjmowane za pośrednictwem strony www.twojaksiazka.com.pl. W celu złożenia zamówienia należy wypełnić formularz zamówienia. Potwierdzenie przyjęcia zamówienia wysyłane jest do Klienta na podany przy składaniu zamówienia adres e-mail” (pkt I ust. 7);
- „Warunkiem przystąpienia do realizacji zamówienia jest jego potwierdzenie przez Klienta. Potwierdzenie takie odbywa się za pośrednictwem poczty elektronicznej lub automatycznie po jego elektronicznym opłaceniu. W uzasadnionych przypadkach można potwierdzić zamówienie telefonicznie. Przyjęcie do realizacji zamówienia rozpoczyna się po tym, jak Klient potwierdzi złożone zamówienie” (pkt I ust. 8);
- „Zamówienie zostanie zrealizowane pod warunkiem, że towar jest dostępny w magazynie lub u dostawców Sklepu. W przypadku niedostępności części towarów objętych zamówieniem Klient jest informowany o stanie zamówienia i podejmuje decyzje o sposobie jego realizacji (częściowa realizacja, wydłużenie czasu oczekiwania,

anulowanie całości zamówienia). Informacja ta przysyłana jest najpóźniej w 5 dniu roboczym” (pkt II ust. 1);

- „Wszystkie ceny podawane są w złotych polskich i zawierają podatek VAT” (pkt III ust. 1);
- „Do każdego zamówienia wystawiana jest faktura VAT bądź paragon fiskalny” (pkt III ust. 2);
- „Wskazany powyżej dokument sprzedaży wystawiany jest w chwili, gdy wszystkie zamówione przez Klienta towary są skompletowane i gotowe do wysyłki, z zastrzeżeniem postanowień z punktu II ust. 2” (pkt III ust. 3);
- „Sklep zastrzega sobie prawo do zmiany cen towarów znajdujących się w ofercie oraz warunków sprzedaży i dostawy, wprowadzania nowych towarów do oferty Sklepu internetowego, przeprowadzania i odwoływania akcji promocyjnych na stronach Sklepu bądź wprowadzania w nich zmian. Wszelkie zmiany są skuteczne z chwilą opublikowania na stronie internetowej www.twojaksiazka.com.pl, z zastrzeżeniem postanowień ust. 6” (pkt III ust. 5);
- „Zamówienia złożone przed opublikowaniem zmian, o których mowa powyżej, są realizowane na dotychczasowych zasadach” (pkt III ust. 6);
- „Koszt dostawy zostanie uwzględniony podczas finalizacji składania zamówienia i jest on zależny od ilości, wartości, wagi i gabarytów zamówionych produktów. Dostawa towaru odbywa się w wybrany przez Klienta i określony w zamówieniu sposób” (pkt III ust. 7);
- „Utrwalenie, zabezpieczenie i udostępnienie istotnych postanowień zawieranej umowy następuje przez wydrukowanie i przekazanie Klientowi wraz z przesyłką faktury VAT bądź paragonu fiskalnego” (pkt VII ust. 3).

Sprzedaż prowadzoną przez Internet Przedsiębiorca dokumentuje wystawiając paragony lub faktury VAT. Przedsiębiorca przedstawił kopie wystawionych paragonów i faktur VAT (dowód: karty nr 12-18). W toku postępowania ustalono, że w przypadku sprzedaży prowadzonej poprzez Internet, dokumentowanej w powyższy sposób, konsument nie otrzymuje od Przedsiębiorcy potwierdzenia na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o: organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, terminie dostawy, prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, miejscu i sposobie składania reklamacji.

W piśmie z dn. 28.09.2012 r. Przedsiębiorca przedstawił zmienione regulaminy obu sklepów internetowych. W regulaminie Sklepu E-link zamieszczono następujące postanowienia (dowód: karty nr 36-39):

- „Właścicielem Sklepu Internetowego www.e-link.com.pl (zwanego dalej Sklepem) jest firma TwojaKsiazka.pl W. (...) M. (...) P. (...), z siedzibą w Ł. (...), przy ul. (...), NIP: 732-142-39-89, wpis do ewidencji działalności gospodarczej (Delegatura Łódź Górna) nr. 68170” (pkt I ust. 2);
- „Ceny prezentowane na stronie internetowej Sklepu podawane są w polskich złotych (PLN) i zawierają podatek VAT. Informacja o cenie towaru ma charakter wiążący od momentu otrzymania przez Kupującego informacji o realizacji, o której mowa w § 1 pkt 9 Regulaminu” (pkt I ust. 6), przy czym powołane postanowienie § 1 pkt 9 ma następującą treść „Warunkiem przystąpienia do realizacji zamówienia jest jego potwierdzenie przez Klienta. Potwierdzenie takie odbywa się za pośrednictwem poczty elektronicznej lub automatycznie po jego elektronicznym opłaceniu. W uzasadnionych przypadkach można potwierdzić zamówienie telefonicznie. Przyjęcie do realizacji zamówienia rozpoczyna się po tym, jak Klient potwierdzi złożone zamówienie. Informacja o realizacji wysyłana jest za pośrednictwem poczty elektronicznej”;

- „Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271), w przypadku umów zawieranych na odległość - w terminie 10 (dziesięciu) dni od otrzymania zamówionego towaru, Klient będący konsumentem ma prawo jego zwrotu bez podania przyczyn w ramach odstąpienia od umowy, wg zasad wynikających z przepisów dotyczących zawierania umów na odległość” (pkt IV ust. 1);
- „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” (pkt IV ust. 2);
- „Prawo zwrotu nie przysługuje w przypadku nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania” (pkt IV ust. 3);
- „Zgłoszenia reklamacyjne przyjmujemy tylko w formie pisemnej. Można je przesłać do nas pocztą elektroniczną na adres ksiazka@twojaksiazka.com.pl, faxem na numer 42 682 12 89 lub listem poleconym na adres TwojaKsiazka.pl, z siedzibą w Ł. (...), przy ul. (...) z dopiskiem 'Dział Sprzedaży Internetowej'.” (pkt VI ust. 4).

W regulaminie Sklepu Twojaksiazka.pl zamieszczono następujące postanowienia (dowód: karty nr 40-44):

- „Właścicielem Sklepu Internetowego www.twojaksiazka.com.pl (zwanego dalej Sklepem) jest firma TwojaKsiazka.pl W. (...) M. (...) P. (...), z siedzibą w Ł. (...), przy ul. (...), NIP: 732-142-39-89, wpis do ewidencji działalności gospodarczej (Delegatura Łódź Górna) nr. 68170” (pkt I ust. 2);
- „Ceny prezentowane na stronie internetowej Sklepu podawane są w polskich złotych (PLN) i zawierają podatek VAT. Informacja o cenie towaru ma charakter wiążący od momentu otrzymania przez Kupującego informacji o realizacji, o której mowa w § 1 pkt 9 Regulaminu” (pkt I ust. 6), przy czym powołane postanowienie § 1 pkt 9 ma następującą treść „Warunkiem przystąpienia do realizacji zamówienia jest jego potwierdzenie przez Klienta. Potwierdzenie takie odbywa się za pośrednictwem poczty elektronicznej lub automatycznie po jego elektronicznym opłaceniu. W uzasadnionych przypadkach można potwierdzić zamówienie telefonicznie. Przyjęcie do realizacji zamówienia rozpoczyna się po tym, jak Klient potwierdzi złożone zamówienie. Informacja o realizacji wysyłana jest za pośrednictwem poczty elektronicznej”;
- „Zgłoszenia reklamacyjne przyjmujemy tylko w formie pisemnej. Można je przesłać do nas pocztą elektroniczną na adres ksiazka@twojaksiazka.com.pl, faxem na numer (...) lub listem poleconym na adres TwojaKsiazka.pl, z siedzibą w Ł. (...), przy ul. (...) z dopiskiem 'Dział Sprzedaży Internetowej'.” (pkt VI ust. 4).

Zmienione regulaminy obu sklepów internetowych, prowadzonych przez Przedsiębiorcę, obowiązują od dn. 25.09.2012 r. (dowód: karta nr 33).

W toku postępowania Przedsiębiorca nie informował o zmianie treści wystawianych faktur i paragonów, natomiast przedstawił treść wiadomości przesyłanych pocztą elektroniczną do konsumentów w celu potwierdzenia złożonego zamówienia. W treści tych wiadomości zamieszczono sformułowanie „Zgodnie z art. 9 ust. 3 Ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów’ przesyłamy na piśmie informacje (...)” (dowód: karta nr 49).

W piśmie z dn. 26.10.2012 r. Przedsiębiorca przedstawił trzy wydruki potwierdzenia zamówienia (przesyłane pocztą elektroniczną) i trzy wydruki potwierdzeń wykonania przelewu, potwierdzające, że zwraca konsumentom zarówno koszt towaru jak i przesyłki, a także nie potrąca

ze zwracanych kwot kosztów, wynikających z dokonania zwrotu wpłaconej kwoty (dowód: karty nr 48-53).

Stanowisko przedsiębiorcy

Odnosząc się do zarzutów postawionych w postanowieniu o wszczęciu postępowania Przedsiębiorca podniósł w piśmie z dn. 28.09.2012 r., że informuje klientów, iż w przypadku skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość zwracana jest cała wartość zamówienia. Przedsiębiorca oświadczył, że „wartość zamówienia to wartość towaru + ewentualne koszty przesłania, czyli jeśli do towaru za 50 zł doliczone zostało przy zamawianiu 11,50 zł kosztów przesłania, to zwracane jest 61,50 zł”. Zdaniem Przedsiębiorcy zwrot „z uwzględnieniem” nie jest tożsamy ze zwrotem „z potrąceniem”. Przedsiębiorca podniósł, że nie miały miejsce przypadki, w których „(...) klient zwrócił towar używany lub nie było to widoczne. W przypadku książek ‘używanie’ polega na jej przeczytaniu i zwykle w takim przypadku książka jest w niezmiennym stanie fizycznym” (dowód: karta nr 32).

Przedsiębiorca podniósł, że zdarzało się, że umawiał się z klientami na możliwość zwrotu towaru w terminie dłuższym niż ustawowy termin 10-dniowy oraz nigdy nie odmówił nabywcy prawa zwrotu „nawet jak ten termin był znacznie dłuższy”. Przedsiębiorca wyjaśnił, że nie gromadzi zapasów magazynowych, zakupione książki do dalszej odsprzedaży może zwrócić do swoich dostawców hurtowych, wobec czego „jakkolwiek odmowa prawa zwrotu nie miałaby sensu z żadnej dającej się wymyślić przyczyny” (dowód: karta nr 32).

Przedsiębiorca wyjaśnił, że Sklep E-link „(...) jest sklepem bardzo starym, trzymanym głównie ze względu na ‘kompatybilność wstecz’ i praktycznie przez niego nie ma sprzedaży. Zawierane są 1-2 transakcje na miesiąc. Sklepem, który go zastąpił jest sklep ‘TwojaKsiążka’, do którego są przekazywane zamówienia ze starego sklepu i realizowane są już jako ‘TwojaKsiążka’. Sklep TwojaKsiążka był w tym roku modernizowany (zostało zmienione oprogramowanie) a co za tym idzie, nie wszystkie informacje pojawiły się w nowej wersji prawidłowo - stąd np. chwilowy brak pełnej nazwy i organu rejestrowego. Te modernizacje nadal trwają, choć informacje istotne z punktu widzenia konsumenta zostały już poprawione (...) Większość naruszeń, które istniały w starym sklepie e-link wynikało z mało sformalizowanego regulaminu” (dowód: karty nr 32-33).

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 sklepy internetowe, prowadzone 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 (tekst jedn. Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1441 ze zm.) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej, 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 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 Rzeczypospolitej Polskiej. 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 W. P. prowadzący działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. **jest przedsiębiorcą** w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Bezprawność działań

Drugą 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 wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy, a także świadomość istnienia naruszonych 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.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Trzecią 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.

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).

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) 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.

Ad I

W przedmiotowym postępowaniu pierwszy postawiony Przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczy zamieszczeniu w regulaminie sklepu internetowego e-link.com.pl, stosowanym w obrocie z konsumentami postanowienia o treści: „*Każdy towar można zwrócić (bez podania przyczyn), (...) w ciągu 10 dni od daty otrzymania (...)*”, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, iż na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy o o.n.p.k. konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Termin dziesięciodniowy, w którym konsument może odstąpić od umowy, liczy się od dnia wydania rzeczy, a gdy umowa dotyczy świadczenia usługi - od dnia jej zawarcia (art. 10 ust. 1 ustawy o o.n.p.k.). 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.

Na podstawie kwestionowanego postanowienia konsument może zwrócić, bez podania przyczyn, towar zakupiony w sklepie internetowym, w terminie 10 dni od daty jego otrzymania.

Zgodnie z ustawą o o.n.p.k. dziesięciodniowy termin na odstąpienie od umowy określa czas na złożenie stosownego oświadczenia na piśmie. Złożenie oświadczenia nie jest równoznaczne z fizycznym zwróceniem towaru, czyli np. wysłaniem przesyłki do przedsiębiorcy. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie czternastu dni. Oczywiście konsument może równocześnie, z zachowaniem 10-dniowego terminu, złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy i jednocześnie zwrócić przedmiot umowy. W ocenie Prezesa Urzędu nie można od konsumenta wymagać, aby obie te czynności mieściły się w terminie 10 dni od dnia wydania rzeczy, skoro ustawodawca w art. 7 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. wyraźnie określił termin na wzajemne rozliczenie stron umowy.

Wymaganie od konsumenta dokonania zwrotu towaru w terminie 10 dni, podczas gdy jest to termin na złożenie oświadczenia woli o odstąpieniu od umowy, a faktyczny zwrot może zostać dokonany później, nie znajduje uzasadnienia w przepisach prawa. Wobec powyższego przedmiotowe postanowienie jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o o.n.p.k., a jego stosowanie stanowi działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż wprowadzenie do regulaminu przedmiotowego postanowienia powoduje pogorszenie sytuacji konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumenci zostają pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w okolicznościach, w których na podstawie ustawy o o.n.p.k. mogliby od umowy odstąpić. 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 ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługuje się Przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca wprowadził do obrotu nowy regulamin sklepu internetowego, który zawiera postanowienie o treści „Zgodnie z ustawą z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271), w przypadku umów zawieranych na odległość - w terminie 10 (dziesięć) dni od otrzymania zamówionego towaru, Klient będący konsumentem ma prawo jego zwrotu bez podania przyczyn w ramach odstąpienia od umowy, wg zasad wynikających z przepisów dotyczących zawierania umów na odległość”. Jak z tego wynika, konsument ma prawo do zwrócenia towaru, bez podania przyczyn, w terminie dziesięciu dni od jego otrzymania. Pomimo posłużenia się przez Przedsiębiorcę określeniem, iż zwrot następuje „w ramach odstąpienia od umowy” i wskazania aktu prawnego, będącego podstawą uprawnienia przysługującego konsumentowi, postanowienie regulaminu sklepu internetowego nadal wiąże 10-dniowy termin z dokonaniem zwrotu towaru, a nie ze złożeniem w formie pisemnej oświadczenia w tym zakresie. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że pomimo modyfikacji treści postanowienia regulaminu, **nie doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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 drugi 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 naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezpprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 1 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 organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie w znaczny sposób utrudnia konsumentowi sprawdzenie, czy wskazany na stronie internetowej sklepu podmiot faktycznie jest przedsiębiorcą, co wpływa negatywnie na bezpieczeństwo obrotu z udziałem konsumentów. Jak ustalono w toku postępowania, strona internetowa sklepu E-link prowadzonego przez Przedsiębiorcę nie zawierała informacji o organie rejestrowym.

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

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informowania w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może utrudniać konsumentowi dochodzenie ewentualnych roszczeń związanych z wykonaniem zobowiązania przez Przedsiębiorcę.

Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich ich potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania Przedsiębiorca zamieścił informację o treści „(...) *wpis do ewidencji działalności gospodarczej (Delegatura Łódź Górna) nr. 68170*”. Jak z tego wynika, konsumenci są informowani, że organem, który zarejestrował działalność gospodarczą Przedsiębiorcy jest Delegatura Łódź Górna, pomimo że w rzeczywistości organem tym był Prezydent Miasta Łodzi. Fakt wystawienia zaświadczenia o wpisie do ewidencji prowadzonej przez Prezydenta Miasta Łodzi w Referacie Handlu, Usług i Rolnictwa Urzędu Miasta Łodzi - Delegatura Górna Łódź nie świadczy o tym, że organem, który zarejestrował działalność gospodarczą jest delegatura, referat bądź jakkolwiek komórka organizacyjna organu samorządu terytorialnego. Zastosowane sformułowanie nie pozwala konsumentowi na stwierdzenie, o jaki organ chodzi, gdyż nie wynika z niego, jakiego organu (urzędu) delegatura została wskazana.

Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że pomimo podjęcia przez Przedsiębiorcę opisanych wyżej działań zmierzających do zamieszczenia wymaganej przez przepisy ustawy o o.n.p.k. informacji, **nie doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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 II sentencji niniejszej decyzji.

Ad III ppkt 1

Trzeci 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 naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że - jak ustalono w toku postępowania - Przedsiębiorca potwierdza fakt zawarcia umów na odległość poprzez wystawienie konsumentom paragonów lub faktury VAT oraz przysyłając konsumentom wiadomość pocztą elektroniczną. Uwzględniając wymóg zachowania formy szczególnej potwierdzeń określony w przepisie art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k., w rozważanym kontekście uwzględniane będą wyłącznie paragony i faktury VAT. Zgodnie z art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. Na podstawie art. 9 ust. 1 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 organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy (pkt 1).

Obowiązek przekazania na piśmie określonych informacji o sprzedawcy służy utrwaleniu treści zawartej przez strony umowy. Utrwalenie stosownych danych na piśmie umożliwia konsumentom weryfikację danych kontrahenta, natomiast niedopełnienie ww. obowiązku w sytuacji, gdy wystąpią ewentualne nieprawidłowości dotyczące realizacji zamówienia, umożliwia udokumentowanie faktycznej treści kontraktu. Potwierdzenie treści umowy powinno być sporządzone najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia, a więc może do tego dojść przy zawieraniu umowy lub też na etapie późniejszym, jednak nie odleglejszym niż moment rozpoczęcia wykonywania umowy. W niniejszej sprawie obowiązek ten należy połączyć z czynnością polegającą na wystawianiu paragonu lub faktury, do czego dochodzi na etapie rozpoczęcia wykonywania umowy.

Nawet przesyłanie przez Przedsiębiorcę pocztą elektroniczną wiadomości, zawierających wszystkie informacje, określone w powołanym wyżej przepisie ustawy o o.n.p.k. nie doprowadziłoby do zaniechania stosowania rozważanej praktyki z uwagi na brak informacji w tym zakresie na paragonach i fakturach będących jedynymi potwierdzeniami pisemnymi. W tym miejscu wspomnieć należy, iż możliwe byłoby potwierdzenie przez Przedsiębiorców konsumentowi informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o o.n.p.k. za pomocą dokumentu elektronicznego podpisanego bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym z użyciem ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Posłużenie się taką formą nie naruszałoby interesów konsumenta, gdyż zapewnia identyfikację składającego oświadczenie woli i zapewnia integralność treści oświadczenia woli⁵.

⁵ Daria Popłonyk „Zawieranie przez konsumentów umów przez Internet”, PPIA 2004.61.55, teza nr 1.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o o.n.p.k. stanowi działanie **bezpprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku pisemnego utrwalania treści zawieranych na odległość umów w zakresie opisanym w punkcie III ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może powodować utrudnienia przy dochodzeniu roszczeń w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez Przedsiębiorcę. Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca nie zmienił treści stosowanych paragonów i faktur ani nie przedstawił informacji, które świadczyłyby o spełnieniu w inny sposób obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, wynikającego z powołanych wyżej przepisów ustawy o o.n.p.k. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że nadal trwa stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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 III ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji.

Ad III ppkt 2

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o terminie dostawy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezpprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że - jak ustalono w toku postępowania - Przedsiębiorca potwierdza fakt zawarcia umów na odległość poprzez wystawienie konsumentom paragonów lub faktury VAT oraz przysyłając konsumentom wiadomość pocztą elektroniczną. Uwzględniając wymóg zachowania formy szczególnej potwierdzeń określony w przepisie art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k., w rozważanym kontekście uwzględniane będą wyłącznie paragony i faktury VAT. Zgodnie z art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. Na podstawie art. 9 ust. 1 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 terminie dostawy (pkt 5).

Obowiązek przekazania na piśmie informacji o terminie dostawy służy utrwaleniu treści zawartej przez strony umowy. Utrwalenie stosownych danych na piśmie umożliwia konsumentom weryfikację zobowiązania kontrahenta, natomiast niedopełnienie ww. obowiązku w sytuacji, gdy wystąpią ewentualne nieprawidłowości dotyczące terminu realizacji zamówienia (dostarczenia zamówionego towaru), umożliwia udokumentowanie faktycznej treści kontraktu. Potwierdzenie

treści umowy powinno być sporządzone najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia, a więc może do tego dojść przy zawieraniu umowy lub też na etapie późniejszym, jednak nie odleglejszym niż moment rozpoczęcia wykonywania umowy. W niniejszej sprawie obowiązek ten należy połączyć z czynnością polegającą na wystawianiu paragonu lub faktury, do czego dochodzi na etapie rozpoczęcia wykonywania umowy.

W wyroku z dn. 27.02.2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (sygn. akt XVII AmA 194/10) stwierdził, iż z treści art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o o.n.p.k. „(...) wynika wprost, że informacja o terminie dostawy musi być potwierdzona konsumentowi na piśmie, a więc odpowiadać wymaganiom określonym w art. 78 § 1 k.c. tj. mieć formę podpisanego dokumentu. Powołany przepis wyraźnie odróżnia formę pisemną od elektronicznej, co prowadzi do wniosku, że taka forma nie czyni zadość wymaganiom wynikającym z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za produkt niebezpieczny”.

Jak wykazano powyżej, nawet przesyłanie przez Przedsiębiorcę pocztą elektroniczną wiadomości, zawierających wszystkie informacje, określone w powołanym wyżej przepisie ustawy o o.n.p.k. nie prowadzi do zaniechania stosowania rozważanej praktyki z uwagi na brak informacji w tym zakresie na paragonach i fakturach będących jedynymi potwierdzeniami pisemnymi.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o o.n.p.k. stanowi działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku pisemnego utrwalania treści zawieranych na odległość umów w zakresie opisanym w punkcie III ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może powodować utrudnienia przy dochodzeniu roszczeń w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez Przedsiębiorcę. Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jej potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca nie zmienił treści stosowanych paragonów i faktur ani nie przedstawił informacji, które świadczyłyby o spełnieniu w inny sposób obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, wynikającego z powołanych wyżej przepisów ustawy o o.n.p.k. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że nadal trwa stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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 III ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji.

Ad III ppkt 3

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i

pełnej informacji w zakresie potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, co jest niezgodne z art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że - jak ustalono w toku postępowania - Przedsiębiorca potwierdza fakt zawarcia umów na odległość poprzez wystawienie konsumentom paragonów lub faktury VAT oraz przysyłając konsumentom wiadomość pocztą elektroniczną. Uwzględniając wymóg zachowania formy szczególnej potwierdzeń określony w przepisie art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k., w rozważanym kontekście uwzględniane będą wyłącznie paragony i faktury VAT. Zgodnie z art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. Na podstawie art. 9 ust. 1 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 prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni (pkt 6).

Obowiązek przekazania na piśmie określonych informacji o uprawnieniach konsumenta służy utrwaleniu treści zawartej przez strony umowy. Utrwalenie stosownych danych na piśmie umożliwia konsumentom weryfikację treści umowy, natomiast niedopełnienie ww. obowiązku umożliwia udokumentowanie faktycznej treści kontraktu, w tym udzielenia konsumentowi informacji o przysługujących mu szczególnych uprawnieniach związanych z umową zawieraną na odległość. Potwierdzenie treści umowy powinno być sporządzone najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia, a więc może do tego dojść przy zawieraniu umowy lub też na etapie późniejszym, jednak nie odleglejszym niż moment rozpoczęcia wykonywania umowy. W niniejszej sprawie obowiązek ten należy połączyć z czynnością polegającą na wystawianiu paragonu lub faktury, do czego dochodzi na etapie rozpoczęcia wykonywania umowy.

Jak wykazano powyżej, nawet przesyłanie przez Przedsiębiorcę pocztą elektroniczną wiadomości, zawierających wszystkie informacje, określone w powołanym wyżej przepisie ustawy o o.n.p.k. nie prowadzi do zaniechania stosowania rozważanej praktyki z uwagi na brak informacji w tym zakresie na paragonach i fakturach będących jedynymi potwierdzeniami pisemnymi.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o o.n.p.k. stanowi działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku pisemnego utrwalania treści zawieranych na odległość umów w zakresie opisanym w punkcie III ppkt 3 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może powodować utrudnienia przy korzystaniu przez konsumenta z przysługującego mu uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jej potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca nie zmienił treści stosowanych paragonów i faktur ani nie przedstawił informacji, które świadczyłyby o spełnieniu w inny sposób

obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, wynikającego z powołanych wyżej przepisów ustawy o o.n.p.k. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że nadal trwa stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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 III ppkt 3 sentencji niniejszej decyzji.

Ad III ppkt 4

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie potwierdzania 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 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezpprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że - jak ustalono w toku postępowania - Przedsiębiorca potwierdza fakt zawarcia umów na odległość poprzez wystawienie konsumentom paragonów lub faktury VAT oraz przesyłając konsumentom wiadomość pocztą elektroniczną. Uwzględniając wymóg zachowania formy szczególnej potwierdzeń określony w przepisie art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k., w rozważanym kontekście uwzględniane będą wyłącznie paragony i faktury VAT. Zgodnie z art. 9 ust. 3 ustawy o o.n.p.k. przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. Na podstawie art. 9 ust. 1 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 (pkt 10).

Obowiązek przekazania na piśmie określonych informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji służy utrwaleniu treści zawartej przez strony umowy. Utrwalenie stosownych danych na piśmie umożliwia konsumentom weryfikację obowiązków kontrahenta i jednocześnie posiadanych przez konsumenta uprawnień w zakresie składania reklamacji, natomiast niedopełnienie ww. obowiązku w sytuacji, gdy wystąpią ewentualne nieprawidłowości dotyczące realizacji zamówienia, umożliwia udokumentowanie faktycznej treści kontraktu i skorzystanie z możliwości złożenia reklamacji. Potwierdzenie treści umowy powinno być sporządzone najpóźniej w chwili przystąpienia do spełnienia świadczenia, a więc może do tego dojść przy zawieraniu umowy lub też na etapie późniejszym, jednak nie odleglejszym niż moment rozpoczęcia wykonywania umowy. W niniejszej sprawie obowiązek ten należy połączyć z czynnością polegającą na wystawianiu paragonu lub faktury, do czego dochodzi na etapie rozpoczęcia wykonywania umowy.

Jak wykazano powyżej, nawet przesyłanie przez Przedsiębiorcę pocztą elektroniczną wiadomości, zawierających wszystkie informacje, określone w powołanym wyżej przepisie ustawy o o.n.p.k. nie prowadził do zaniechania stosowania rozważanej praktyki z uwagi na brak informacji w tym zakresie na paragonach i fakturach będących jedynymi potwierdzeniami pisemnymi.

Wobec powyższego przedmiotowe naruszenie obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o o.n.p.k. stanowi działanie **bezpprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku pisemnego utrwalania treści zawieranych na odległość umów w zakresie opisanym w punkcie III ppkt 4 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może powodować utrudnienia przy

dochodzeniu roszczeń w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez Przedsiębiorcę. Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jej potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca nie zmienił treści stosowanych paragonów i faktur ani nie przedstawił informacji, które świadczyłyby o spełnieniu w inny sposób obowiązku potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, wynikającego z powołanych wyżej przepisów ustawy o o.n.p.k.

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 III ppkt 4 sentencji niniejszej decyzji.

Ad IV

Kolejny postawiony Przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczy zamieszczenia w regulaminie sklepu internetowego e-link.com.pl, stosowanym w obrocie z konsumentami postanowienia o treści: „*Każdy towar można zwrócić (bez podania przyczyn), jeżeli nie posiada śladów używania (...)*”, które jest niezgodne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, iż na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy o o.n.p.k. konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. 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. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty. Regulacja ta zmierza do *restitutio ad integrum* co do wzajemnych świadczeń obu stron, przy czym jedyna zmiana dotyczy przedmiotu świadczenia, w granicach działań objętych pojęciem zwykłego zarządu⁶.

Na podstawie kwestionowanego postanowienia zwracany towar nie może posiadać śladów używania. Z treści postanowienia nie wynika możliwość dokonania zmiany, jeśli była ona konieczna w granicach zwykłego zarządu. Konsumentom w efekcie tych ograniczeń mogą mieć utrudnioną możliwość odstąpienia od umów. Wykonanie czynności mieszczących się niewątpliwie w pojęciu zmiany koniecznej w granicach zwykłego zarządu, które – nawet prawidłowo wykonane z zachowaniem należytej staranności – może sprawić, że na towarze mogą pozostać ślady używania. W ramach tego uprawnienia konsument ma możliwość sprawdzenia właściwości produktu zakupionego na odległość, tak jak miałyby to możliwość uczynić w „tradycyjnym” sklepie. Konsument może w ten sposób dokonać sprawdzenia cech towaru, których nie mógł zweryfikować, decydując się na dokonanie zakupu na odległość.

⁶ Ewa Łętowska „*Ochrona niektórych praw konsumentów*”, C. H. Beck, Warszawa 2001, str. 38.

Skoro zgodnie z obowiązującym przepisem prawa nie można nakładać na konsumentów bezwzględnego obowiązku zachowania towaru w stanie nieużywanym jako przesłanki skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, to w ocenie Prezesa Urzędu sformułowane przez Przedsiębiorcę ograniczenie prawa do odstąpienia od umowy do sytuacji, w których zwrot jest możliwy tylko wtedy gdy towar nie nosi śladów używania należy uznać za sprzeczny z prawem. Wobec powyższego przedmiotowe postanowienie jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o o.n.p.k., a jego stosowanie stanowi działanie **bezprawne**, określone w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż wprowadzenie do regulaminu przedmiotowego postanowienia powoduje pogorszenie sytuacji konsumentów, ponieważ na jego podstawie konsumenci zostają pozbawieni prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość w okolicznościach, w których na podstawie ustawy o o.n.p.k. mogliby od umowy odstąpić. 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 ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny, co wynika zresztą z samej natury regulaminu, jakim posługuje się Przedsiębiorca w obrocie gospodarczym.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca wprowadził do obrotu nowy regulamin sklepu internetowego, który nie zawiera postanowienia kwestionowanego w punkcie IV sentencji decyzji. Przedsiębiorca oświadczył, że ww. nowy wzorzec obowiązuje od dnia 25 września 2012 r. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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. 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.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie IV sentencji niniejszej decyzji.

Ad V ppkt 1

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o wyjątkach od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 6 w zw. z art. 10 ust. 3 pkt 2 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezpprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 6 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 wyjątkach od prawa odstąpienia od

umowy zawartej na odległość w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania. Zgodnie z art. 10 ust. 3 pkt 2 ustawy o o.n.p.k. jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania.

Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie może spowodować, że konsument podejmie decyzję o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość, pomimo że przepisy nie dają mu takiego uprawnienia. W ten sposób niedoinformowanie konsumenta, poprzez nie wskazanie mu ww. wyjątku, może doprowadzić do bezpodstawnego skorzystania przez niego z odstąpienia od umowy. Jak ustalono w toku postępowania, strona internetowa sklepu E-link (w którym sprzedawane są m.in. płyty CD/DVD) prowadzonego przez Przedsiębiorcę nie zawierała informacji o opisanym wyżej wyjątkach od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

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

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informowania w zakresie opisanym w punkcie V ppkt I sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może wprowadzać w błąd co do możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość, podczas gdy na podstawie ustawy o o.n.p.k. nie mają oni takiej możliwości.

Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich ich potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca wprowadził do obrotu nowy regulamin sklepu internetowego E-link, który zawiera postanowienie informujące o wyjątkach od prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania. Przedsiębiorca oświadczył, że ww. nowy wzorzec obowiązuje od dnia 25 września 2012 r. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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. 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.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie V ppkt I sentencji niniejszej decyzji.

Ad V ppkt 2

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 8 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 terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie może spowodować, że konsument nie będzie świadom obowiązków przedsiębiorcy i odpowiadających im swoich uprawnień w zakresie terminu, w którym cena zaoferowana przez sprzedawcę jest wiążąca.

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

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informowania w zakresie opisanym w punkcie V ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może utrudniać konsumentowi dochodzenie ewentualnych roszczeń związanych ze zmianą cen przez Przedsiębiorcę.

Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich ich potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca wprowadził do obrotu nowe regulaminy obu prowadzonych przez niego sklepów internetowych, które to regulaminy zawierają określenie terminu, w jakim oferta i informacja o cenie ma charakter wiążący. Przedsiębiorca oświadczył, że ww. nowy wzorzec obowiązuje od dnia 25 września 2012 r. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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. 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.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie V ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji.

Ad V ppkt 3

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się 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 może spowodować, że konsument nie będzie świadom swoich uprawnień w zakresie możliwości składania reklamacji.

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

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informowania w zakresie opisanym w punkcie V ppkt 3 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może utrudniać konsumentowi dochodzenie ewentualnych roszczeń związanych ze niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem zobowiązania przez Przedsiębiorcę.

Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich ich potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca wprowadził do obrotu nowy regulamin sklepu internetowego E-link, który zawiera w punkcie VI ust. 4 informacje o miejscu i formie (sposobie) składania reklamacji przez konsumentów. Przedsiębiorca oświadczył, że ww. nowy wzorzec obowiązuje od dnia 25 września 2012 r. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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. 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.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie V ppkt 3 sentencji niniejszej decyzji.

Ad V ppkt 4

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 naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie poinformowania, przy użyciu środka porozumiewania się na

odległość, najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, o imieniu i nazwisku (nazwie) przedsiębiorcy, co jest niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o o.n.p.k.

Analizując przesłankę **bezprawności** kwestionowanego zachowania Przedsiębiorcy należy stwierdzić, że zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 1 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 imieniu i nazwisku (nazwie) przedsiębiorcy. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego w tym zakresie może spowodować, że konsument nie będzie dysponować pełną wiedzą o drugiej stronie umowy, pomimo że profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego powinien udostępnić takie informacje.

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

Zachowanie Przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż mając na względzie cel wprowadzenia obowiązku informowania w zakresie opisanym w punkcie V ppkt 4 sentencji niniejszej decyzji, stwierdzić należy, że niedopełnienie spoczywającego na przedsiębiorcy obowiązku może znacznie utrudnić konsumentowi dochodzenie ewentualnych roszczeń w sytuacji niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez Przedsiębiorcę.

Zakwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowane praktyki wymierzone są zatem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich ich potencjalnych kontrahentów, którzy mogą zawrzeć umowę poprzez ogólnodostępny sklep internetowy. Zakwestionowane zachowanie podejmowane jest w sposób powtarzalny i powszechny.

Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż kwestionowane zachowanie Przedsiębiorcy **stanowi praktykę** naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po wszczęciu niniejszego postępowania Przedsiębiorca wprowadził do obrotu nowy regulamin sklepu internetowego E-link, w który zamieścił informację o imieniu i nazwisku. Przedsiębiorca oświadczył, że ww. nowy wzorzec obowiązuje od dnia 25 września 2012 r. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem **doszło do zaniechania** stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów rozważanej w tym punkcie.

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. 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.

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie V ppkt 4 sentencji niniejszej decyzji.

Ad VI

Punktem wyjścia dla oceny bezprawności zachowania Przedsiębiorcy była w ocenie Prezesa Urzędu niezgodność postanowienia regulaminu sklepu internetowego e-link.com.pl o treści „(...) *Należność za zwrócony towar przesyłamy na konto lub przekazem z uwzględnieniem naliczonych kosztów przesyłania*” z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o o.n.p.k.

Na podstawie powołanego przepisu art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o o.n.p.k. konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni, ustalonym w sposób określony w art. 10 ust. 1. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. 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. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

Z brzmienia powyższego postanowienia wynika, że Przedsiębiorca uwzględnił koszty przesyłki towaru, jednakże nie można uznać tego sformułowania za stanowiące podstawę do potrącenia opłaty za przesyłkę ze zwracanej konsumentowi kwoty. W toku postępowania Przedsiębiorca przedstawił potwierdzenia zamówienia (przesyłane pocztą elektroniczną) i wydruki potwierdzeń wykonania przelewu dla tych samych transakcji, z których wynika, że zwraca konsumentom zarówno koszt towaru jak i przesyłki.

Zgodnie z art. 83 ustawy z dn. 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) w sprawach nieuregulowanych w tej ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r. Nr 98 poz. 1071 ze zm.). Na podstawie przepisu art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego organ administracji państwowej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania, gdy z jakiegokolwiek przyczyny stało się ono bezprzedmiotowe. Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów pozwalających na rozstrzygnięcie sprawy co do jej istoty.

Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 24 kwietnia 2003 r. (sygn. akt III SA 2225/01) stwierdził, że bezprzedmiotowość postępowania oznacza brak któregoś z elementów stosunku materialnoprawnego, skutkującego tym, iż nie można załatwić sprawy przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Jest to orzeczenie formalne, kończące postępowanie bez jego merytorycznego rozstrzygnięcia. Bezprzedmiotowość wynika z przyczyn podmiotowych lub przedmiotowych. Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego to brak przedmiotu postępowania. Tym przedmiotem jest zaś konkretna sprawa, w której organ administracji państwowej jest władny i jednocześnie zobowiązany rozstrzygnąć na podstawie przepisów prawa materialnego o uprawnieniach lub obowiązkach indywidualnego podmiotu.

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu postawił zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu postanowienia umownego niezgodnego z ustawą o o.n.p.k. W toku prowadzonego postępowania stwierdzono jednak, że takie działanie Przedsiębiorcy nie może świadczyć o stosowaniu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Biorąc pod uwagę powyższe przesłanki Prezes Urzędu stwierdził, że **brak jest podstaw** do stwierdzenia, że stosowana praktyka w zakresie objętym niniejszym postępowaniem jest bezprawna. W związku z faktem, że nie zaistniała przesłanka bezprawności działań przedsiębiorcy, zasadne jest umorzenie postępowania w tym zakresie. W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie VI sentencji niniejszej decyzji.

Ad VII

Stosownie do art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść **koszty postępowania**. 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 punktach I-V sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu w wyniku przeprowadzonego przeciwko Przedsiębiorcy postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stwierdził naruszenie przez ww. przedsiębiorcę 24 ust. 1 i 2 oraz art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2

ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pozwalająca na obciążenie Przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa Urzędu wydatki w kwocie 23 zł związane z prowadzoną w toku tego postępowania korespondencją.

W związku z tym postanowiono obciążyć W. P. prowadzącego działalność gospodarczą jako W. P. „TwojaKsiążka.pl” w Ł. kosztami postępowania w wysokości **23 zł** (słownie: dwudziestu trzech złotych).

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie VII sentencji niniejszej decyzji.

Koszty niniejszego postępowania, na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, 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 daty uprawomocnienia się niniejszej 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. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.) – od niniejszej 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.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie VII niniejszej decyzji, stosownie do treści 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, należy 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