



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5  
tel.(071) 344 65 87, (071) 34 05 920, fax (071) 34 05 922  
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61-6/11/ZK

Wrocław, 14 lipca 2011 r.

**DECYZJA RWR 15/2011**

- I.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 roku w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie ww. przedsiębiorcy polegające na:**

zamieszczeniu we wzorcu umownym karty gwarancyjnej p.n. „Warunki gwarancji” następującego zapisu:

- „W przypadku dostarczenia do serwisu zegarka sprawnego technicznie koszty oględzin, testowania i przesyłki ponosi reklamujący.”,

który jest postanowieniem umownym wpisanym na podstawie art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone pod pozycją 916

**i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 13 marca 2011 roku.**

- II.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 roku w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających

zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie ww. przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

1. niezamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” informacji na temat trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line, co narusza obowiązek wynikający z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.);
2. niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, co narusza obowiązek wynikający z art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego

**i nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

**III.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 roku w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie ww. przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co narusza obowiązek wynikający z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.)

**i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 13 marca 2011 roku.**

**IV.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 roku w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie ww. przedsiębiorcy

polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

1. zamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” następującego zapisu:

„W przypadkach uzasadnionych reklamacji lub zwrotów spełniających ww. warunki, gwarantujemy zwrot należności drogą przelewu bankowego na wskazane przez zamawiającego konto po potrąceniu kosztów manipulacyjnych w wysokości 5% kosztu zamówienia brutto.”, który narusza art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r., nr 22, poz. 271 ze zm.);

2. zamieszczenie na stronie internetowej [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl), w odnośniku „Regulamin sprzedaży” następującego zapisu:

„Jeśli strony umowy nie postanowiły inaczej, to prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje nam w przypadku umów: (...). Przy zamówieniu zegarków powyżej 5 sztuk.”, który narusza art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r., nr 22, poz. 271 ze zm.)

**i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 13 marca 2010 roku.**

V. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 roku w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie ww. przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez zamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” następującego zapisu:

„W razie zwrotu towaru, Klient ponosi koszty przesyłki towarów do i od Klienta.”

który narusza art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000 r., nr 22, poz. 271 ze zm.);

**i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 10 maja 2011 roku.**

VI. Na podstawie art. 106 ust.1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 roku w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy

konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, nakłada się na Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, karę pieniężną w wysokości:

1. 1 104 zł (tysiąc sto cztery złote) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji płatną do budżetu państwa;
2. 1 577 zł (tysiąc pięćset siedemdziesiąt siedem złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji płatną do budżetu państwa.
3. 5 519 zł (pięć tysięcy pięćset dziewiętnaście złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III, IV i V sentencji niniejszej decyzji płatną do budżetu państwa;

## UZASADNIENIE

Do wrocławskiej Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wpłynęła skarga Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Słupcy dotycząca warunków gwarancyjnych udzielanych przez Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu [zwana dalej również Spółką]. Wskazywał on, iż w stosowanym przez przedsiębiorcę wzorcu umownym znajdują się postanowienia, które mogą stanowić niedozwolone postanowienia umowne opisane w art. 385<sup>1</sup> oraz art. 385<sup>3</sup> k.c. Podniósł również, iż we wzorcu „Warunki gwarancji” nie zamieszcza on informacji wymaganej art. 13 ust 1 i 2 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.

W związku z powyższym, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatura we Wrocławiu, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów [zwanego dalej również Prezesem Urzędu], przeprowadziła postępowanie wyjaśniające w toku którego wstępnie ustaliła, iż działalność przedsiębiorcy może odbywać się z naruszeniem przepisów prawa uzasadniającym wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Postanowieniem nr RWR 50/2011 z dnia 1 marca 2011 r. - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której stanowi art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) [zw. dalej także ustawą o ochronie (...)] polegającej na zamieszczeniu we wzorcu umownym karty gwarancyjnej p.n. „Warunki gwarancji” postanowienia, które może być postanowieniem umownym wpisanym na podstawie art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone pod pozycją 916. Przedmiotowym postanowieniem postawiono również Spółce zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) to jest naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” informacji wymaganych art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w

zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 i art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), zamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” zapisów, które mogą naruszać 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. z 2000 r., nr 22, poz. 271 ze zm.).

dowód: karta 1-4

Ponadto — zgodnie z punktem 2. Postanowienia nr RWR 50/2011 — Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów materiały uzyskane podczas wymienionego wyżej postępowania wyjaśniającego (nr sygn. RWR 403-44/10/ZK).

dowód: karta 1-4

W trakcie postępowania, w piśmie z dnia 17 marca 2011 roku Spółka ustosunkowała się do postawionych jej zarzutów wskazując, iż niezwłocznie dokonała zmian we wzorach umownych karty gwarancyjnej poprzez usunięcie kwestionowanego zapisu. Wskazała również na dokonane zmiany w treści „REGULAMINU SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” poprzez usunięcie kwestionowanych zapisów i zamieszczenie informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line oraz zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy. Do pisma Spółka załączyła wydruk zmienionego wzorca umownego oraz dodała, iż sklep internetowy jest tylko dodatkową działalnością firmy, która przynosi znikomy procent łącznego przychodu. W piśmie z dnia 7 kwietnia 2011 roku Spółka doprecyzowała, iż zmiany na stronie internetowej www.zegarki.pl zostały dokonane w dniu 14 marca 2011 roku.

dowód: karta 20-31, 34.

## **I. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

### **1. Uczestnik postępowania:**

— Janeba Time sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Krzemienieckiej 7a [zwana dalej również Spółką] jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000188992 przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia – Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego prowadzącym działalność gospodarczą między innymi w zakresie sprzedaży detalicznej zegarków oraz biżuterii a także pozostałej sprzedaży detalicznej poza siecią sklepową.

dowód: odpis z KRS: k. 11-13.

Spółka uczestniczy w obrocie konsumenckim poprzez prowadzenie sprzedaży detalicznej zegarków w salonach firmowych oraz ich sprzedaży za pośrednictwem sklepu internetowego prowadzonego pod adresem www.zegarki.pl. Zarówno w sprzedaży internetowej, jak i w sprzedaży w sklepach stacjonarnych, Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu posługuje się

dokumentem gwarancyjnym o nazwie „Karta gwarancyjna”. Wzór karty gwarancyjnej zawierał m.in. następujący zapis:

- „W przypadku dostarczenia do serwisu zegarka sprawnego technicznie koszty oględzin, testowania i przesyłki ponosi reklamujący.”

dowód: karta gwarancyjna: k.14 , pismo Spółki z 26.11.2010r.: k. 5-6;

Warunki sprzedaży internetowej określone są w „Regulaminie sprzedaży”, dostępnym na stronie internetowej [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl). Zostały w nim określone m.in. zasady zapłaty za towar zakupiony w sklepie internetowym. I tak, zgodnie z postanowieniami regulaminu istnieją trzy możliwości uiszczenia ceny: przelewem, kartą płatniczą lub kredytową oraz za pobraniem – płatność przy odbiorze przesyłki. Koszty dostawy zakupionego towaru zostały określone w następujący sposób, w zależności od sposobu zapłaty:

Koszt wysyłki (kurier UPS):

- przelew/płatność kartą = 15 zł brutto,
- płatność przy odbiorze = 15 zł brutto + 20 zł za pobranie, powyżej 1000 zł dodatkowo do pobrania 0,03% wartości zakupów.

Przedstawiona przez Spółkę symulacja opłat ponoszonych przez konsumentów z tytułu dostawy zakupionego towaru przedstawia się następująco:

1. 1.1 zł do 100 zł – konsument ponosi następujące koszty dostawy zakupionego towaru:
  - przy płatności dokonanej przelewem karta płatniczą (kredytową, debetową itd.) 15,00 zł brutto;
  - przy płatności przy odbiorze przesyłki od kuriera UPS, 15 zł brutto + 20 zł za pobranie
2. powyżej 100 zł – konsument nie ponosi kosztów dostawy zakupionego towaru, bez względu na rodzaj i formę płatności.

Spółka wskazała również, iż przez cały okres funkcjonowania serwisu nie dokonano zakupów poniżej 100 zł.

dowód: „Regulaminu sprzedaży”: k.7-10 , pismo Spółki z dnia 11.01.2011r.: k. 17-18 , pismo Spółki z 25.01.2011r.: k.15-16;

W „Regulaminie sprzedaży”, w jego części o tytule „TWOJE PRAWA/ Czy mogę zwrócić zakupy, Podstawowe prawa kupujących przez Internet” zamieszczony jest zapis o treści:

- „Jeśli strony umowy nie postanowiły inaczej, to prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje nam w przypadku umów: (...). Przy zamówieniu zegarków powyżej 5 sztuk.”

dowód: „Regulamin sprzedaży”: k. 7-10.

Pod tym samym adresem internetowym zamieszczony jest również „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO [WWW.ZEGARKI.PL](http://WWW.ZEGARKI.PL)”, który zawiera między innymi następujące zapisy:

- „W razie zwrotu towaru, Klient ponosi koszty przesyłki towarów do i od Klienta.”
- „W przypadkach uzasadnionych reklamacji lub zwrotów spełniających ww. warunki, gwarantujemy zwrot należności drogą przelewu bankowego na wskazane przez

zamawiającego konto po potrąceniu kosztów manipulacyjnych w wysokości 5% kosztu zamówienia brutto.”

- „Sprzedawca zastrzega sobie prawo do zmian niniejszego regulaminu”

dowód: „Regulamin sklepu internetowego [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl)”: k. 7-10.

Pod odnośnikiem internetowym „Regulamin sprzedaży”, w „REGULAMINIE SKLEPU INTERNETOWEGO [WWW.ZEGARKI.PL](http://WWW.ZEGARKI.PL)” stosowanym przez Spółkę brak jest informacji o:

- wymaganiach technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Spółka;
- trybie postępowania reklamacyjnego on-line;

Na prowadzonej przez Spółkę pod adresem [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl) stronie internetowej, za pośrednictwem której prowadzi sprzedaż produktów, brak jest również informacji o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania konsumentom treści zawieranej umowy.

W załączeniu do pisma z dnia 17.03.2011r. Spółka przedstawiła zmieniony wzór dokumentu gwarancyjnego o nazwie „Karta gwarancyjna”, z którego wykreślono zapis o treści: „W przypadku dostarczenia do serwisu zegarka sprawnego technicznie koszty oględzin, testowania i przesyłki ponosi reklamujący.” W piśmie z dnia 7.04.2011 wskazała, iż opisane wyżej zmiany dokonane zostały w dniu 14 marca 2011 roku.

dowód: pismo Spółki z dnia 17.03.2011r.:k. 20-21; pismo Spółki z 7.04.2011r.: k. 34; zmiany warunków gwarancji – Festina Group: k.22

W załączeniu do pisma z dnia 17.03.2011r Spółka dołączyła nadto wydruk z dnia 17 marca 2011 roku ze strony [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl) obejmujący informacje zamieszczone pod odnośnikiem „Regulamin sprzedaży” oraz wzorzec „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO [WWW.ZEGARKI.PL](http://WWW.ZEGARKI.PL)”. W odnośniku „Regulamin sprzedaży”, z zawartych tam informacji wykreślono zapis o treści: „Jeśli strony umowy nie postanowiły inaczej, to prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje nam w przypadku umów: (...). Przy zamówieniu zegarków powyżej 5 sztuk.”. We wzorcu umowy o nazwie „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO [WWW.ZEGARKI.PL](http://WWW.ZEGARKI.PL)” dokonano zaś następujących zmian:

- wykreślono postanowienie o treści „W przypadkach uzasadnionych reklamacji lub zwrotów spełniających ww. warunki, gwarantujemy zwrot należności drogą przelewu bankowego na wskazane przez zamawiającego konto po potrąceniu kosztów manipulacyjnych w wysokości 5% kosztu zamówienia brutto.”
- dodano postanowienia o treści:
  - „Złożone zamówienia oraz wysłane potwierdzenia zamówienia przechowywane są u Sprzedającego w zabezpieczonym systemie IS Standard oraz Intouch CRM. Na każde żądanie Kupującego, Sprzedający udostępni drogą internetową lub pocztową złożone zamówienia oraz przesłane potwierdzenie przyjęcia zamówienia.”
  - „W celu prawidłowego korzystania z Portalu wymagane są:  
1. WINDOWS XP i systemy nowsze lub systemy z rodziny LINUX oraz 2. przeglądarka Internetowa INTERNET EXPLORER 6.X lub wersja wyższa, GOOGLE CHROME 2.0 lub wyższa.”

dowód: wydruk z dnia 17 marca 2011 roku ze strony [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl): k. 24-31.

Zgodnie z dokonany w dniu 11 maja 2011 roku ze strony [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl) wydrukiem wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO [WWW.ZEGARKI.PL](http://WWW.ZEGARKI.PL)” dokonano dalszych jego zmian, które polegały na wykreśleniu postanowienia o treści „W razie zwrotu towaru, Klient ponosi koszty przesyłki towarów do i od Klienta.”

dowód: wydruk wzorca umowy z dnia 11.05.2011r.: k. 39-41.

W Rejestrze postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone zamieszczono m.in. klauzulę pod nr 916 o treści: „W przypadku nieuzasadnionej reklamacji Zamawiającego zostanie on obciążony kosztami obsługi reklamacji poniesionymi przez Wykonawcę w tym kosztami związanymi z przyjazdem serwisu.”. Przedmiotowa klauzula została uznana za niedozwolone postanowienie umowne wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 września 2006 (sygn. akt XVII AmC 157/05).

Przychód Spółki w 2010 roku z tytułu sprzedaży produktów za pośrednictwem strony internetowej [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl) wyniósł (...) zł. Zgodnie z zeznaniem o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych za rok podatkowy 2010 całkowity przychód Spółki z prowadzonej działalności gospodarczej wyniósł (...) zł

dowód: wyliczenia Spółki: k. 35, zeznanie o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) podatnika podatku dochodowego od osób prawnych: k. 43-46.

**II. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

### **Zagrożenie interesu publicznoprawnego.**

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Janeba Time p. z o.o. we Wrocławiu. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy - naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

### **Oznaczenie przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 lit a) ustawy o ochronie (...), pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a także osobę fizyczną, osobę prawną, oraz jednostkę organizacyjną niemającą osobowości



prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej.

Natomiast art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807 z późn. zm.), definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatacja zasobów naturalnych, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 tej ustawy przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym albo do Ewidencji Działalności Gospodarczej.

Spółka jest spółką prawa handlowego i prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000188992. A zatem - w świetle powyższego – Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...). Oznacza to, iż przepisy tej ustawy odnoszą się do ww. Spółki wprost.

### **Zbiorowy interes konsumentów**

W myśl art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stosowanie postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone oraz naruszanie obowiązku udzielania konsumentom pełnej, prawdziwej i rzetelnej informacji jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje jego definicji, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z prawami licznej grupy konsumentów, wszystkich konsumentów będących klientami Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu, jak i potencjalnych zainteresowanych, którzy mogą zawrzeć z nią umowę sprzedaży oferowanych produktów.

Tak więc, w rozpatrywanym stanie faktycznym zachowanie nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie I sentencji decyzji.**

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż „Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.”, natomiast art. 24 ust. 2 tej ustawy określa, iż „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. 479<sup>45</sup> ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. — Kodeks postępowania cywilnego. (...),,

Do stwierdzenia praktyki o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów konieczne jest wykazanie, iż przedsiębiorca stosuje we wzorcu umownym postanowienia, które zostały wpisane do prowadzonego przez Prezesa Urzędu rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych a także sprzeczne z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

Jak wspomniano wyżej, zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów „za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> *Kodeksu postępowania cywilnego*.

Należy w tym miejscu wskazać, iż wzorce umowne wykorzystywane przy zawieraniu umów z konsumentami mogą być poddane kontroli abstrakcyjnej. **Kontroli abstrakcyjnej wzorca jako takiego (art. 479<sup>36</sup> — 479<sup>45</sup> k.p.c.) dokonuje się niezależnie od tego, czy postanowienia wzorca były, czy też nie były zastosowane przy konkretnej umowie.** Kontrola taka obejmuje klauzule pojedyncze lub zbiorowe (cały wzorzec lub jego fragment). Oceny postanowień w wypadku kontroli abstrakcyjnej dokonuje Sąd Okręgowy w Warszawie — Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wyłącznie do kompetencji tego Sądu należy uznanie postanowień wzorców umownych za niedozwolone. Art. 479<sup>43</sup> k.p.c. rozszerza prawomocność wyroku wydanego w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone na osoby trzecie. Skutek tzw. prawomocności rozszerzonej następuje od chwili wpisania wzorca umowy do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> § 2 k.p.c. Konsekwencją umieszczenia postanowienia umownego w w/w rejestrze jest to, że posłużenie się nim będzie miało skutek wprowadzenia do umowy **elementu bezwzględnie przez prawo zakazanego**. Wpis do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oznacza, że od tego momentu stosowanie takiej klauzuli jest zakazane we wszystkich wzorcach umownych. Powyższe stanowisko Prezesa Urzędu zgodne jest z orzecznictwem Sądu Najwyższego, który w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06) stwierdził, iż „(...) stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> § 2 k.p.c., może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów (...)”. W uzasadnieniu do powyższej uchwały Sąd uznał m.in., że „(..) praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów art. 23a u.ok.ik. [obecnie art. 24] obejmuje również przypadki wprowadzania jedynie zmian kosmetycznych polegających na przestawieniu wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej, co wpisana do rejestru (...). Przyjęta powyżej rozszerzająca wykładnia art. 23a u.ok.ik. znajduje również uzasadnienie w dyrektywach 93/13 oraz 98/27 a także

orzecnictwie ETS dotyczącym zasady efektywności (...) „,

Nie jest zatem konieczna dokładna, literalna identyczność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej i stąd niedozwolone będą także takie postanowienia umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, której treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną jej wykładnię.

Przedmiotem niniejszego postępowania jest m.in. wykazanie, że zakwestionowany przez Prezesa Urzędu zapis wzorca umownego o treści: „W przypadku dostarczenia do serwisu zegarka sprawnego technicznie koszty oględzin, testowania i przesyłki ponosi reklamujący.” jest tożsamy z treścią postanowienia uznanego za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisana do Rejestru, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego pod pozycją 916.

W wyroku z dnia 11 września 2006r. (sygn. akt XVII AmC 157/05) Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za niedozwolone postanowienie, które następnie zostało wpisane pod poz. 916 do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone o treści: „W przypadku nieuzasadnionej reklamacji Zamawiającego zostanie on obciążony kosztami obsługi reklamacji poniesionymi przez Wykonawcę w tym kosztami związanymi z przyjazdem serwisu”. W uzasadnieniu do powyższego orzeczenia Sąd wskazał, iż w jego ocenie przedmiotowe postanowienie jest niedozwolonym postanowieniem umownym, o którym mowa w art. 385<sup>1</sup> k.c. Uprawnia bowiem przedsiębiorcę do obciążenia konsumenta opłatą z tytułu obsługi reklamacji, w tym kosztami związanymi z przyjazdem serwisu, w przypadku, gdy reklamacja zostanie przez niego jednostronnie uznana za nieuzasadnioną. Postanowienie to daje przedsiębiorcy uprawnienie do jednostronnej oceny zasadności reklamacji. Sąd podkreślił, iż dla oceny przedmiotowego postanowienia jako niedozwolonego istotne znaczenie miał fakt dysproporcji w zakresie wiedzy fachowej dotyczącej przedmiotu umowy. Przedsiębiorca, jako prowadzący w sposób stały działalność gospodarczą jest w stanie określić w sposób pewniejszy niż konsument, czy reklamacja jest uzasadniona. Istnienie przedmiotowej klauzuli powoduje, iż część konsumentów, w obawie, że ich reklamacja zostanie uznana za nieuzasadnioną i że w związku z tym będą zobowiązani do pokrycia kosztów związanych z obsługą reklamacji nie będzie próbować dochodzić swoich praw, co rażąco narusza prawa konsumenta. Sąd wskazał również, iż przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą nastawioną na zysk, a w związku z tym ponosi również ryzyko gospodarcze z tą działalnością związane, w tym koszty związane ze zgłaszanymi reklamacjami. Trudno zatem zaakceptować przenoszenie ryzyka gospodarczego na konsumentów i obciążanie ich kosztami nieuzasadnionych reklamacji, gdyż jest to sprzeczne z dobrymi obyczajami. Sąd zaznaczył również, iż ocena zasadności reklamacji jest zawsze jednostronna, jednak konsument ma również prawo do swojej jednostronnej oceny w tym zakresie, co w konsekwencji może doprowadzić do wystąpienia przez niego do sądu z roszczeniem z zakresu nienależytego wykonania umowy. Przedsiębiorca zatem nie może na etapie samodzielnej oceny zasadności reklamacji decydować, czy należy mu się zwrot kosztów z tytułu obsługi nieuznanej reklamacji. W ocenie Sądu omawiane postanowienie stanowi przejaw nadużycia pozycji profesjonalisty względem konsumenta, przyznając mu przewagę w stosunkach umownych. Postanowienie to należy uznać więc za niedozwolone w rozumieniu art. 385<sup>1</sup> k.c.

Przytoczone powyżej postanowienie zamieszczone we wzorcu umownym stosowanym przez Spółkę w sposób tożsamy, jak klauzula zamieszczona w Rejestrze postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone pod pozycją 916, reguluje skutki finansowe wniesienia reklamacji, która została uznana przez przedsiębiorcę za nieuzasadnioną. W takim wypadku

konsument jest zobowiązany do pokrycia kosztów oględzin, testowania i przesyłki, to jest kosztów, które ponosi Spółka rozpatrując wniesioną reklamację. Podkreślić należy, iż Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu posiada, przeciwnie do konsumenta, wiedzę profesjonalną potrzebną do oceny zasadności składanej reklamacji. Tak jak wskazał powyżej Sąd, rozpatrywanie przez nią wnoszonych reklamacji mieści się w granicach ponoszonego ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej i koszty podjęcia takich działań nie powinny obciążać konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu bez wątpienia, zapis zamieszczony we wzorcu umownym stosowanym przez Spółkę prowadzić może do odstąpienia przez konsumentów od wnoszenia przysługujących im roszczeń, z obawy o obciążenie ich bliżej nieokreślonymi kosztami. Tak bowiem, po myśli omawianego postanowienia, taki koszt po stronie konsumenta może być skutkiem jednostronnej, samodzielnej oceny zasadności reklamacji przez przedsiębiorcę. Tym samym skutek stosowania omawianego postanowienia wzorca umownego stosowanego przez Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu jest tożsamy ze skutkiem stosowania niedozwolonego postanowienia umownego wpisanego do Rejestru pod nr 916. Biorąc powyższe pod uwagę, mimo różnic w sformułowaniu treści, należy stwierdzić tożsamość porównywanych powyżej zapisów.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu uznał, iż kwestionowany powyżej zapis wzorca umownego p.n. „Warunki gwarancji” mieści się w hipotezie wymienionej klauzuli wpisanej do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone pod poz. 916.

Powyżej wykazano, iż kwestionowany zapis dokumentu gwarancyjnego stosowanego przez Spółkę jest tożsamy z klauzulą wpisaną do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, to posługiwanie się nimi w obrocie konsumenckim uznać należy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazać zaniechanie jej stosowania.

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 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 takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Jednocześnie, w myśl art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie (...) ciężar udowodnienia okoliczności, iż przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów spoczywa na tymże przedsiębiorcy. Stanowi to konsekwencję tego, iż to przedsiębiorca wywodzi korzystne dla siebie skutki prawne z udowodnienia okoliczności, o której mowa w przedmiotowym przepisie.

W trakcie niniejszego postępowania Spółka w załączeniu do pisma z dnia 17 marca 2011 roku przedłożyła nowy wzorzec karty gwarancyjnej nie zawierający już kwestionowanego przez Prezesa Urzędu postanowienia. Spółka wskazała jednocześnie, iż nowy wzór karty gwarancyjnej obowiązuje od 14.03.2011 roku. Mając powyższe na uwadze uznać należało, iż z dniem 13.03.2011r. Janeba Time sp. z o.o. zaniechała stosowania praktyki opisanej w punkcie I sentencji decyzji.

Wobec powyższego orzeczono, **jak w punkcie I sentencji decyzji.**

**Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie II sentencji decyzji.**

## **Przesłanki naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.**

W ramach niniejszego postępowania postawiono nadto przedsiębiorcy zarzut stosowania niezgodnej z prawem praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zarzut ten dotyczył braku zamieszczania w regulaminie świadczenia usług informacji na temat trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line, co może naruszać obowiązek wynikający z art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz niepowiadomienia konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy, co może naruszać obowiązek wynikający z art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego;

Jak już powyżej wskazano, zgodnie z treścią przepisu art. 24 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jednocześnie według art. 24 ust. 2 pkt 2 przedmiotowej ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy a w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby doszło do naruszenia ww. przepisów prawa muszą kumulatywnie zostać spełnione dwie przesłanki:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności poprzez naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zaniechanie zamieszczenia w stosowanych wzorach umów prawem nakazanych informacji może zatem stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Na wstępie wskazać należy, iż cechą charakterystyczną działalności wykonywanej przez Spółkę za pośrednictwem posiadanej strony internetowej jest brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umów sprzedaży, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodzi z chwilą, gdy adresat oferty złoży oferentowi (przedsiębiorcy), przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość jakim jest internet, oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Oznacza to, że w tej sprawie mamy do czynienia ze świadczeniem usługi drogą elektroniczną. Pod tym pojęciem, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną rozumie się „wykonanie usługi świadczonej bez jednoczesnej obecności stron (na odległość), poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy, przesyłanej i otrzymywanej za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, włącznie z kompresją cyfrową, i przechowywania danych, która jest w całości nadawana, odbierana lub transmitowana za pomocą sieci telekomunikacyjnej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne”.

Stosunki prawne w zakresie handlu elektronicznego można klasyfikować według sposobu wykonania umowy. Ten podział pozwala opisać tzw. transakcje bezpośrednie oraz transakcje pośrednie. Transakcje bezpośrednie występują wówczas, gdy przedmiotem umowy są dobra zapisane w postaci elektronicznej. W tego typu transakcjach możliwe jest nie tylko zawarcie umowy za pośrednictwem sieci, ale również jej wykonanie. Ich przedmiotem mogą być na przykład pliki programów komputerowych, pliki dźwięków do telefonów komórkowych, dostęp do elektronicznych baz danych lub aplikacji, usługi bankowości elektronicznej. Transakcje

pośrednie charakteryzują się jedynie możliwością zawarcia umowy za pośrednictwem sieci. Wykonanie takiej umowy wiąże się natomiast z koniecznością wykorzystania tradycyjnych sposobów dostawy (poczta, przesyłki kurierskie). Aby doszło do wykonania takich umów, konieczne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. Transakcje pośrednie są typowymi stosunkami zawieranymi w sklepach internetowych, które oferują dobra materialne np. książki, płyty CD, urządzenia gospodarstwa domowego (patrz: A. Stosio „Umowy zawierane przez Internet”, Warszawa 2002, s. 213-214; P.Podrecki „Prawo Internetu”, Warszawa 2004, LexisNexis, s. 43).

W niniejszej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczącym usługi drogą elektroniczną i zawierającym z konsumentami umowy na odległość. Tego rodzaju transakcje należy zaliczyć do transakcji pośrednich, dla wykonania których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. A zatem zakresem regulacji przedmiotowym ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną objęte będą wyłącznie wszystkie czynności związane z zawarciem umowy, dokonywane on-line.

### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie II.1 sentencji decyzji.**

Mając powyższe na uwadze wskazać należy, iż po myśli art. 8 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego jego udostępnienia usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. W niniejszej sprawie, Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu taki regulamin o nazwie „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” zamieściła na stronie internetowej pod adresem [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl), pod odnośnikiem „Regulamin sprzedaży”. W powyższym regulaminie Spółka nie zamieściła informacji na temat trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line. Taki obowiązek przewiduje zaś przepis art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Tym samym opisane wyżej zachowanie Spółki wypełnia pierwszą przesłankę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, gdyż jest zachowaniem bezprawnym, polegającym na niewykonaniu obowiązku opisanego w art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Jak podkreślano powyżej w regulaminie sklepu internetowego przedsiębiorca winien podać tryb postępowania reklamacyjnego w zakresie reklamacji tej części usługi, która jest wykonywana on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Brak zatem tych zapisów powoduje, iż konsument nie wie, jak dochodzić swoich praw np. w przypadku, gdy zamieszczony na stronie internetowej sklepu mechanizm zawierania umów błędnie oblicza wartość zamawianych towarów czy koszty przesyłki. Podkreślić przy tym należy, iż ustawodawca w ww. ustawie nie zawarł żadnych wytycznych, jakimi winien kierować się przedsiębiorca przy ustalaniu tego regulaminu. Z powyższego przepisu prawnego wynika

jedynie, że każdy usługodawca musi wprowadzić jakąś procedurę reklamacyjną, która może być dowolnie określona, o ile tylko nie narusza uzasadnionych interesów usługobiorcy, na przykład przewidując bardzo krótkie terminy rozstrzygnięcia reklamacji. (patrz: J. Gołaczyński, K. Kowalik-Bańczyk, A. Majchrowska, M. Świerczyński, Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz, Oficyna, 2009, LEX POLONICA).

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż zaniechanie podania przez Janeba Time sp.z o.o. powyższych informacji godzi w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym wypełnia drugą przesłankę uznania danej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie II.2 sentencji decyzji.**

Wskazać także należy, iż Spółka na prowadzonej stronie internetowej składa konsumentom w formie elektronicznej oferty zawarcia umowy sprzedaży określonych towarów. Tym samym, po myśli art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 k.c. winna ona jeszcze przed zawarciem umowy – złożeniem przez konsumenta oświadczenia o przyjęciu oferty – poinformować go o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania treści zawieranej umowy. Z analizy materiału dowodowego zgromadzonego w sprawie wynika zaś, iż takie informacje nie są zawarte ani w treści ww. „Regulaminu sprzedaży”, ani też nie znajdują się w innych wiadomościach zawartych na stronie [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl).

Tym samym opisane wyżej zachowanie Spółki wypełnia pierwszą przesłankę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, gdyż jest zachowaniem bezprawnym, polegającym na niewykonaniu obowiązku opisanego w art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepis art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty, przedstawionej na witrynie internetowej, zawiera z przedsiębiorcą umowę sprzedaży tego towaru oraz dostarczenia go na wskazany przez siebie adres. Dlatego też, w celu określenia warunków na jakich ww. czynności mają być wykonane oraz praw i obowiązków obu stron tej umowy, niezbędnym jest potwierdzenie konsumentowi, przez przedsiębiorcę, treści zawartej umowy. Konsument musi więc zostać poinformowany, w jaki sposób powyższy obowiązek zostanie spełniony, gdyż ma to dla niego istotne znaczenie przy dochodzeniu ewentualnych roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego).

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż zaniechanie podania przez Janeba Time sp.z o.o. we Wrocławiu powyższych informacji godzi w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym wypełnia drugą przesłankę uznania danej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jak powyżej wykazano Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu dopuściła się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2

ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczenie we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” informacji na temat trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line oraz niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy. W myśl art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie (...) ciężar udowodnienia okoliczności, iż przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów spoczywa na tymże przedsiębiorcy. Stanowi to konsekwencję tego, iż to przedsiębiorca wywodzi korzystne dla siebie skutki prawne z udowodnienia okoliczności, o której mowa w przedmiotowym przepisie. W toku prowadzonego postępowania Spółka przedłożyła dokumenty wskazujące na dokonanie zmian informacji zawartych w odnośniku „Regulamin sprzedaży” oraz w stosowanym wzorcu umownym, jednakże, zdaniem Prezesa Urzędu, modyfikacje te nie usunęły stwierdzonych nieprawidłowości. W szczególności w przedłożonych dokumentach brak jest zapisów, które określałyby tryb postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line. Wciąż zatem konsument nie wie, jak dochodzić swoich praw np. w przypadku, gdy zamieszczony na stronie internetowej sklepu mechanizm zawierania umów błędnie oblicza wartość zamawianych towarów czy koszty przesyłki. Nie można również uznać aby dodanie postanowienia o treści „Złożone zamówienia oraz wysłane potwierdzenia zamówienia przechowywane są u Sprzedającego w zabezpieczonym systemie IS Standard oraz Intouch CRM. Na każde żądanie Kupującego, Sprzedający udostępni drogą internetową lub pocztową złożone zamówienia oraz przesłane potwierdzenie przyjęcia zamówienia.” stanowiło brak informacji, o której mowa w art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego. Zgodnie bowiem z treścią powyższego przepisu przedsiębiorca posługujący się elektronicznym wzorcem umowy jest obowiązany do wskazania informacji o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania drugiej stronie całej treści zawieranej umowy. Postanowienie dodane przez Spółkę dotyczy zaś tylko samej treści zamówienia oraz potwierdzenia jego otrzymania. Tym samym nadal konsument jest pozbawiony możliwości każdorazowego uzyskania treści zawartej umowy. Jest to o tyle istotne, iż regulujący treść tej umowy wzorzec umowy, zgodnie z jego postanowieniami, może być w każdej chwili zmieniony przez Spółkę.

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

### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie III sentencji decyzji.**

W ramach niniejszego postępowania postawiono przedsiębiorcy zarzut stosowania niezgodnej z prawem praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zarzut ten dotyczył również braku zamieszczania w regulaminie świadczenia usług informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co może naruszać obowiązek wynikający z art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Jak już powyżej wskazano, zgodnie z treścią przepisu art. 24 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy



konsumentów. Jednocześnie według art. 24 ust. 2 pkt 2 przedmiotowej ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy a w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby doszło do naruszenia ww. przepisów prawa muszą kumulatywnie zostać spełnione dwie przesłanki:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności poprzez naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zaniechanie zamieszczenia w stosowanych wzorach umów prawem nakazanych informacji może zatem stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jak wykazywano już powyżej w niniejszej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczącym usługi drogą elektroniczną i zawierającym z konsumentami umowy na odległość. Tego rodzaju transakcje należy zaliczyć do transakcji pośrednich, dla wykonania których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. A zatem zakresem regulacji przedmiotowym ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną objęte będą wyłącznie wszystkie czynności związane z zawarciem umowy, dokonywane on-line.

Mając powyższe na uwadze wskazać należy, iż po myśli art. 8 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego jego udostępnienia usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. W niniejszej sprawie, Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu taki regulamin o nazwie „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” zamieściła na stronie internetowej pod adresem [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl), pod odnośnikiem „Regulamin sprzedaży”. W powyższym regulaminie Spółka nie zamieściła informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca. Taki obowiązek przewiduje zaś przepis art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Tym samym opisane wyżej zachowanie Spółki wypełnia pierwszą przesłankę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, gdyż jest zachowaniem bezprawnym, polegającym na niewykonaniu obowiązku opisanego w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane zaniechanie przedsiębiorcy, naruszające przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Jak podkreślano powyżej obowiązkiem sprzedawcy wobec konsumenta jest wskazanie wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Będą to na przykład informacje dotyczące rodzajów przeglądarek internetowych prawidłowo współpracujących z daną witryną, konieczności posiadania dodatkowego oprogramowania obsługującego aplety Java, rozdzielczości dla jakiej jest zoptymalizowana strona internetowa.

Zatem konsument, „otwierając” stronę internetową, powinien od razu uzyskać informację, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów. Zaniechanie podania przez przedsiębiorcę powyższych informacji godzi w prawo konsumenta do jasnej i pełnej informacji oraz naraża go na błędy przy dokonywaniu zamówień.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż zaniechanie podania przez Janeba Time sp.z o.o. we Wrocławiu powyższych informacji godzi w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym wypełnia drugą przesłankę uznania danej praktyki za naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Jak wykazano powyżej zachowanie Janeba Time sp. z o.o. polegające na niezamieszczeniu we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” informacji na temat wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca wyczerpuje przesłanki praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów.

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 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 takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W toku niniejszego postępowania Spółka, w załączeniu do pisma z dnia 14 marca 2011 roku załączyła wydruk ze strony internetowej [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl), z którego wynika, iż dokonała ona odpowiednich zmian w informacjach tam zawartych polegających na dodaniu informacji o treści „W celu prawidłowego korzystania z Portalu wymagane są: 1. WINDOWS XP i systemy nowsze lub systemy z rodziny LINUX oraz 2. przeglądarka Internetowa INTENET EXPLORER 6.X lub wersja wyższa, GOOGLE CHROME 2.0 lub wyższa.”. Zgodnie z oświadczeniem Spółki złożonym w piśmie z dnia 7.04.2011 roku powyższe zmiany zostały zamieszczone na stronie internetowej w dniu 14 marca 2011 roku. W uznaniu Prezesa Urzędu dokonanie powyższych czynności powoduje sanację stwierdzonych braków w zakresie udzielania konsumentom pełnej, prawdziwej i rzetelnej informacji.

Mając powyższe na uwadze należało orzec jak w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.

#### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięć zawartych w punkcie IV sentencji decyzji.**

Zarzut dotyczący stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczył również zamieszczenia we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” oraz w odnośniku „Regulamin sprzedaży” informacji nieprawdziwych i wprowadzających konsumentów w błąd, co do przysługujących im uprawnień, gdyż sprzecznych z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny [dalej zwana również „ustawą o prawach konsumentów”].

Zgodnie z treścią przepisu art. 24 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jednocześnie według art. 24 ust. 2 pkt 2 przedmiotowej ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy a w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby doszło do naruszenia ww. przepisów prawa muszą kumulatywnie zostać spełnione dwie przesłanki:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności poprzez naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zaniechanie zamieszczenia w stosowanych wzorach umów prawem nakazanych informacji może zatem stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jak już wskazywano powyżej w niniejszej sprawie mamy do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczącym usługi drogą elektroniczną i zawierającym z konsumentami umowy na odległość. Tego rodzaju transakcje należy zaliczyć do transakcji pośrednich, dla wykonania których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy.

W treści elektronicznego wzorca umowy p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” oraz w odnośniku „Regulamin sprzedaży” Janeba Time sp. z o.o. zamieściła m.in. postanowienia o treści:

- „W przypadkach uzasadnionych reklamacji lub zwrotów spełniających ww. warunki, gwarantujemy zwrot należności drogą przelewu bankowego na wskazane przez zamawiającego konto po potrąceniu kosztów manipulacyjnych w wysokości 5% kosztu zamówienia brutto.”;
- „Jeśli strony umowy nie postanowiły inaczej, to prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje nam w przypadku umów: (...). Przy zamówieniu zegarków powyżej 5 sztuk.”.

#### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie IV.1 sentencji decyzji.**

Zgodnie z postanowieniami „ustawy o prawach konsumentów” konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy (art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1). W myśl art. 7 ust. 3 tej ustawy „W przypadku 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.”

Mając na uwadze treść powyższych przepisów prawnych, zdaniem Prezesa Urzędu, niezgodne z prawem jest zastrzeżenie potrącania przez przedsiębiorcę, w przypadku gdy konsument skorzysta z prawa do odstąpienia od umowy w ww. terminie, opłat manipulacyjnych z tytułu dokonywanych rozliczeń, jak ma to miejsce w niniejszej sprawie.

Oceniając działanie Spółki pod kątem naruszenia zasady określonej w powyżej powołanym przepisie prawnym ustawy o prawach konsumentów wskazać należy, iż w wyroku z dnia 15 kwietnia 2010 roku Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej „ETS”) orzekł, iż

koszty wysyłki towaru nie powinny obciążać konsumenta, który odstępuje od umowy zawartej z przedsiębiorcą na odległość. Innymi słowy, w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, przedsiębiorca nie ma prawa żądać od niego zwrotu kosztów wysyłki towaru. Strony mają wówczas obowiązek zwrotu jedynie wzajemnych świadczeń - konsument na własny koszt odsyła towar, natomiast przedsiębiorca zwraca otrzymaną cenę. Uzasadniając swoje stanowisko ETS wskazał, iż dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość definiuje umowę zawieraną na odległość jako „każdą umowę dotyczącą towarów lub usług zawartą między konsumentem i dostawcą (rozumianym jako każdy przedsiębiorca, który w umowach objętych dyrektywą działa w granicach swojej działalności) w ramach systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, zorganizowanego przez dostawcę, który do celów umowy wykorzystuje wyłącznie jeden lub kilka środków porozumiewania się na odległość do momentu zawarcia umowy włącznie”. Takimi środkami porozumiewania się na odległość są m. in. internet, media drukowane (np. formularze, listy seryjne, katalogi, reklamy prasowe), środki komunikacji telefonicznej (w tym telefon, automatyczne urządzenie wywołujące, telefaks) oraz środki komunikacji radiowej i telewizyjnej (radio, telewizja, wideotekst). Każdy konsument, który zawiera umowę w wyżej opisany sposób posiada prawo odstąpienia od niej. Dyrektywa stanowi, że termin do odstąpienia nie może wynosić mniej niż siedem dni roboczych (w Polsce wynosi on 10 dni kalendarzowych) bez żadnych sankcji i bez konieczności podawania powodu odstąpienia. W razie skorzystania przez kupującego z prawa odstąpienia od umowy, przedsiębiorca zobowiązany jest do zwrócenia mu zapłaconej ceny bez dodatkowych kosztów. Nie może on również ponosić z tytułu wykonywania przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy żadnych opłat poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów. ETS podkreślił, że cel dyrektywy to bez wątpienia zapobieganie zniechęcaniu konsumenta do skorzystania z przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy.

Powyższy wyrok ETS ma również znaczenie dla polskich przedsiębiorców oraz konsumentów zawierających umowy na odległość, których prawa i obowiązki reguluje „ustawa o prawach konsumentów”, która wprowadziła do polskiego systemu prawnego przepisy dyrektywy, będącej przedmiotem wyroku ETS. Dlatego też również do interpretacji polskiej ustawy niezbędna jest znajomość m.in. omawianego wyroku (patrz „Odstąpienie od umowy a zwrot kosztów wysyłki” oprac. B.Jureczek, A. Wrona / Kancelaria Prawna M. Szulikowski i Partnerzy <http://www.egospodarka.pl/article/articleprint/52641/-1/84>)

A zatem Spółka, informując swoich kontrahentów (konsumentów), iż w przypadku skorzystania z prawa zwrotu towaru w terminie 10 dni od daty jego wydania, otrzymają wartość zakupionych przedmiotów po potrąceniu opłaty manipulacyjnej w wysokości 5% kosztu zamówienia brutto, narusza zasadę zawartą w art. 7 ust. 3 ustawy o prawach konsumentów. Zatem takie działanie uznać należy za bezprawne.

Podsumowując powyższe, Prezes Urzędu uznał, że takie postępowanie Spółki spełnia pierwszą z dwóch ww. przesłanek naruszenia 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podanie konsumentom informacji, zgodnie z którymi, w przypadku wykonania prawa odstąpienia od umowy konsument będzie zobowiązany do poniesienia kosztów opłaty manipulacyjnej jest naruszeniem obowiązku udzielenia informacji prawdziwych, zgodnych z ustawowym uregulowaniem.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepis art. 7 ust. 3 ustawy o prawach konsumentów niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Jak wynika z ww. przepisów prawnych „ustawy o prawach konsumentów” rezygnacja z zakupionego w sklepie internetowym towaru w ustawowym terminie 10 dni nie upoważnia Spółki do pobierania jakichkolwiek opłat z tego tytułu, ani też do zatrzymania sobie części należności uiszczonej przez konsumenta w wysokości odpowiadającej ustalonym przez siebie, opłatom manipulacyjnym. Zatem potrącanie opłaty manipulacyjnej w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy jest działaniem bezprawnym, godzącym w ekonomiczny interes konsumenta, którego Spółka obciąża ryzykiem gospodarczym prowadzonej działalności. Podanie konsumentom nieprawdziwej informacji w tym zakresie prowadzi do zachwiania równowagi pomiędzy sprzedającym a kupującym, na którego przenoszony jest ciężar dodatkowych kosztów jego odesłania.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż podanie przez Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu powyższych nieprawdziwych informacji godzi w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym wypełnia drugą przesłankę uznania danej praktyki za naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

#### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie IV.2 sentencji decyzji.**

Za bezprawne, bowiem sprzeczne z regulacją zawartą w art. 7 ust. 1 ustawy o prawach konsumentów uznać również należy postanowienie „Regulaminu sprzedaży” wyłączające ustawowe prawo konsumenta do odstąpienia od zawartej na odległość umowy sprzedaży w sytuacji, gdy przedmiotem umowy jest więcej niż 5 zegarków. Tak bowiem zawarte w ww. przepisie prawo konsumenta nie może być w żaden sposób uwarunkowane lub ograniczone w drodze umowy. Jedyne wyłączenia prawa do odstąpienia od umowy wymienione są w treści art. 7 ust. 3 „ustawy o prawach konsumentów”, jednakże żaden z nich nie może znaleźć zastosowania do umów zawieranych przez Spółkę z konsumentami.

Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu uznał, że takie postępowanie Spółki spełnia pierwszą z dwóch ww. przesłanek naruszenia 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podanie konsumentom informacji, zgodnie z którymi, w określonej sytuacji zakupu powyżej pięciu sztuk zegarków prawo takie w ogóle konsumentowi nie przysługuje, jest naruszeniem obowiązku udzielenia informacji prawdziwych, zgodnych z ustawowym uregulowaniem.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające przepis art. 7 ust. 1 ustawy o prawach konsumentów niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Jak wynika z ww. przepisów prawnych „ustawy o prawach konsumentów” rezygnacja z zakupionego w sklepie internetowym towaru w ustawowym terminie 10 dni nie może być ograniczona kryterium wielkości dokonanych zakupów. Tym samym wskazanie przez

przedsiębiorcę, iż konsumentowi nie przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w przypadku zakupu więcej niż pięciu zegarków godzi wprost w zapisane w ustawie uprawnienie konsumenta do rozważenia zasadności dokonanej czynności prawnej, przyznanej mu ze względu na szczególny sposób zawarcia stosownej umowy. Konsument taki pod wpływem uzyskanych informacji może nie skorzystać z przysługującego mu ustawowego uprawnienia.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż podanie przez Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu powyższych nieprawdziwych informacji godzi w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym wypełnia drugą przesłankę uznania danej praktyki za naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Jak wykazano powyżej, zachowanie Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu polegające na: zamieszczeniu we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” następującego zapisu: „W przypadkach uzasadnionych reklamacji lub zwrotów spełniających ww. warunki, gwarantujemy zwrot należności drogą przelewu bankowego na wskazane przez zamawiającego konto po potrąceniu kosztów manipulacyjnych w wysokości 5% kosztu zamówienia brutto.” oraz zamieszczeniu na stronie internetowej [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl), w odnośniku „Regulamin sprzedaży” następującego zapisu: „Jeśli strony umowy nie postanowiły inaczej, to prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje nam w przypadku umów: (...). Przy zamówieniu zegarków powyżej 5 sztuk.” wyczerpuje przesłanki praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów.

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 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 takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W toku niniejszego postępowania Spółka, w załączeniu do pisma z dnia 14 marca 2011 roku załączyła wydruk ze strony internetowej [www.zegarki.pl](http://www.zegarki.pl), z którego wynika, iż dokonała ona odpowiednich zmian w informacjach tam zawartych polegających na wykreśleniu ww. zapisów. Zgodnie z oświadczeniem Spółki złożonym w piśmie z dnia 7.04.2011 roku powyższe zmiany zostały zamieszczone na stronie internetowej w dniu 14 marca 2011 roku. W uznaniu Prezesa Urzędu dokonanie powyższych czynności powoduje sanację stwierdzonych braków w zakresie udzielania konsumentom pełnej, prawdziwej i rzetelnej informacji.

Mając powyższe na uwadze należało orzec, jak w punkcie IV sentencji decyzji.

### **Rozważania dotyczące rozstrzygnięcia zawartego w punkcie V sentencji decyzji.**

Zarzut dotyczący stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczył również zamieszczenia we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” informacji nieprawdziwych i wprowadzających konsumentów w błąd, co do przysługujących im uprawnień, gdyż sprzecznych z art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny [dalej zwana również „ustawą o prawach konsumentów”].

Zgodnie z treścią przepisu art. 24 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jednocześnie według art. 24 ust. 2 pkt 2 przedmiotowej ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy a w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby doszło do naruszenia ww. przepisów prawa muszą kumulatywnie zostać spełnione dwie przesłanki:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności poprzez naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zaniechanie zamieszczenia w stosowanych wzorach umów prawem nakazanych informacji może zatem stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jak już wskazywano powyżej w niniejszej sprawie mamy do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczącym usługi drogą elektroniczną i zawierającym z konsumentami umowy na odległość. Tego rodzaju transakcje należy zaliczyć do transakcji pośrednich, dla wykonania których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy.

W treści elektronicznego wzorca umowy p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu zamieściła m.in. postanowienie o treści: „W razie zwrotu towaru, Klient ponosi koszty przesyłki towarów do i od Klienta.”

Zgodnie z postanowieniami „ustawy o prawach konsumentów” konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od dnia wydania rzeczy (art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 1). W myśl art. 7 ust. 3 tej ustawy „W przypadku 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.”

Mając na uwadze treść powyższych przepisów prawnych, zdaniem Prezesa Urzędu, niezgodne z prawem jest zastrzeżenie, zgodnie z którym konsumentowi, korzystającemu z prawa do odstąpienia od umowy w ww. terminie, zostanie zwrócona jedynie część opłaty którą poniósł, w wysokości wartości zakupionego towaru pomniejszonej o zwrot kosztów wysyłki, jak ma to miejsce w niniejszej sprawie.

Oceniając działanie Spółki pod kątem naruszenia zasady określonej w powyżej powołanym przepisie prawnym ustawy o prawach konsumentów wskazać należy, iż w wyroku z dnia 15 kwietnia 2010 roku Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej „ETS”) orzekł, iż koszty wysyłki towaru nie powinny obciążać konsumenta, który odstępuje od umowy zawartej z przedsiębiorcą na odległość. Innymi słowy, w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, przedsiębiorca nie ma prawa żądać od niego zwrotu kosztów wysyłki towaru. Strony mają wówczas obowiązek zwrotu jedynie wzajemnych świadczeń - konsument na własny koszt

odsyla towar, natomiast przedsiębiorca zwraca otrzymaną cenę. Uzasadniając swoje stanowisko ETS wskazał, iż dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość definiuje umowę zawieraną na odległość jako „każdą umowę dotyczącą towarów lub usług zawartą między konsumentem i dostawcą (rozumianym jako każdy przedsiębiorca, który w umowach objętych dyrektywą działa w granicach swojej działalności) w ramach systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, zorganizowanego przez dostawcę, który do celów umowy wykorzystuje wyłącznie jeden lub kilka środków porozumiewania się na odległość do momentu zawarcia umowy włącznie”. Takimi środkami porozumiewania się na odległość są m. in. internet, media drukowane (np. formularze, listy seryjne, katalogi, reklamy prasowe), środki komunikacji telefonicznej (w tym telefon, automatyczne urządzenie wywołujące, telefaks) oraz środki komunikacji radiowej i telewizyjnej (radio, telewizja, wideotekst). Każdy konsument, który zawiera umowę w wyżej opisany sposób posiada prawo odstąpienia od niej. Dyrektywa stanowi, że termin do odstąpienia nie może wynosić mniej niż siedem dni roboczych (w Polsce wynosi on 10 dni kalendarzowych) bez żadnych sankcji i bez konieczności podawania powodu odstąpienia. W razie skorzystania przez kupującego z prawa odstąpienia od umowy, przedsiębiorca zobowiązany jest do zwrócenia mu zapłaconej ceny bez dodatkowych kosztów. Nie może on również ponosić z tytułu wykonywania przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy żadnych opłat poza bezpośrednimi kosztami zwrotu towarów. ETS podkreślił, że cel dyrektywy to bez wątpienia zapobieganie zniechęcaniu konsumenta do skorzystania z przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy. Obciążenie konsumenta nie tylko kosztami odesłania towarów, lecz również ich wysyłki mogłoby zaburzyć zrównoważony podział ryzyka pomiędzy stronami w umowach zawieranych na odległość, przez przenoszenie na konsumenta całości kosztów związanych z transportem towarów.

Powyższy wyrok ETS ma również znaczenie dla polskich przedsiębiorców oraz konsumentów zawierających umowy na odległość, których prawa i obowiązki reguluje ustawa o prawach konsumentów, która wprowadziła do polskiego systemu prawnego przepisy dyrektywy, będącej przedmiotem wyroku ETS. Dlatego też również do interpretacji polskiej ustawy niezbędna jest znajomość m.in. omawianego wyroku (patrz „Odstąpienie od umowy a zwrot kosztów wysyłki” oprac. B. Jureczek, A. Wrona / Kancelaria Prawna M. Szulikowski i Partnerzy <http://www.egospodarka.pl/article/articleprint/52641/-1/84>)

A zatem Spółka, informując swoich kontrahentów (konsumentów), iż w przypadku skorzystania z prawa zwrotu towaru w terminie 10 dni od daty jego wydania, otrzymają jedynie wartość zakupionych przedmiotów, bez zwrotu kosztów przesyłki zakupionego towaru narusza zasadę zawartą w art. 7 ust. 3 ustawy o prawach konsumentów. Zatem takie działanie uznać należy za bezprawne.

Podsumowując powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu uznał, że takie postępowanie Spółki spełnia pierwszą z dwóch ww. przesłanek naruszenia 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podanie konsumentom informacji, zgodnie z którymi w przypadku wykonania prawa odstąpienia od umowy będą oni zobowiązani do poniesienia kosztów dostawy towarów jest naruszeniem obowiązku udzielenia informacji prawdziwych, zgodnych z ustawowym uregulowaniem.

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane działanie przedsiębiorcy, naruszające



przepis art. 7 ust. 3 ustawy o prawach konsumentów niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

Jak wynika z ww. przepisów prawnych ustawy o prawach konsumentów rezygnacja z zakupionego w sklepie internetowym towaru w ustawowym terminie 10 dni nie upoważnia Spółki do pobierania jakichkolwiek opłat z tego tytułu, ani też do zatrzymania sobie części należności uiszczonych przez konsumenta w wysokości odpowiadającej sumie kosztów wysyłki. Zatem nie zwracanie konsumentowi opłat dostawy towaru jest działaniem bezprawnym, godzącym w ekonomiczny interes konsumenta. Podanie konsumentom nieprawdziwej informacji w tym zakresie prowadzi do zachwiania równowagi pomiędzy sprzedającym a kupującym, na którego przenoszony jest cały ciężar kosztów związanych z transportem zakupionych towarów.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż podanie przez Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu powyższych nieprawdziwych informacji godzi w zbiorowy interes konsumentów, a tym samym wypełnia drugą przesłankę uznania danej praktyki za naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 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 takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W piśmie z dnia 17 marca 2011 roku Spółka wskazywała również, iż już z dniem 14 marca 2011 roku dokonała wykreślenia ze stosowanego wzorca umowy o nazwie „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” postanowienia o treści „W razie zwrotu towaru, Klient ponosi koszty przesyłki towarów do i od Klienta.”. Z załączonego jednakże wzorca umownego nie wynika, aby już w tej dacie dokonano stosownej zmiany. Nie sposób się zatem zgodzić z informacją zawartą w piśmie Spółki z dnia 7 kwietnia 2011 roku aby zmiana w tym zakresie została wprowadzona do obrotu w dniu 14 marca 2011 roku, gdyż jest to twierdzenie sprzeczne ze zgromadzonym w sprawie materiałem dowodowym. W dokonanym wydruku dokumentującym brzmienie ww. wzorca umowy na dzień 11 maja 2011 roku nie widnieje już kwestionowane postanowienie.

Mając powyższe na uwadze uznać należało, iż zaniechanie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na zamieszczeniu we wzorcu umownym p.n. „REGULAMIN SKLEPU INTERNETOWEGO WWW.ZEGARKI.PL” następującego zapisu „W razie zwrotu towaru, Klient ponosi koszty przesyłki towarów do i od Klienta.” nastąpiło w dniu 10 maja 2011 roku.

Mając powyższe na uwadze należało orzec, jak w punkcie V sentencji decyzji.

## **Kara pieniężna**

Zgodnie z art.106 ust.1 pkt.4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok

nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 .

Z treści przepisu wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny. W związku z tym Prezes Urzędu w ramach uznania administracyjnego decyduje, czy zasadne jest w danej sprawie nałożenie kary. Ustawa nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary. W art. 111 ustawy o ochronie (...) jedynie wskazano, iż ustalając wysokość kary Prezes Urzędu winien wziąć pod uwagę okres, stopień oraz okoliczności uprzedniego naruszenia przepisów ustawy. W rozpatrywanej sprawie, w punktach I-V sentencji decyzji stwierdzono, że Spółka naruszyła zakaz, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów. Zakaz ten ma charakter bezwzględny, zatem nie istnieją przesłanki natury prawnej, które umożliwiały zalegalizowanie tych praktyk. Spełniona jest zatem podstawowa przesłanka warunkująca nałożenie kary pieniężnej. Prezes Urzędu uznał więc za uzasadnione w niniejszej sprawie, wobec uznania, iż Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu stosowała praktyki opisane w punkcie I-V sentencji decyzji nałożenie na nią kary pieniężnej za przypisane praktyki.

Wskazać należy, iż fakt nałożenia kary podkreślać ma naganność zachowania podmiotu, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszył ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara pieniężna nakładana przez Prezesa Urzędu pełni funkcję represyjną, prewencyjną oraz edukacyjną. Funkcja represyjna ma stanowić dolegliwość dla przedsiębiorcy łamiącego prawo oraz ma na celu przymuszenie go do powstrzymania się od podobnych działań. Funkcja prewencyjna oraz edukacyjna mają na celu powstrzymanie przedsiębiorcy stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Z uwagi na różnorodność stosowanych przez przedsiębiorcę praktyk, konieczne stało się wymierzenie trzech kar pieniężnych.

### **Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie VI.1 sentencji decyzji.**

Pierwsza z kar pieniężnych określonych w niniejszej decyzji wymierzona została za stosowanie praktyki polegającej na zamieszczeniu przez Spółkę we wzorcu umownym karty gwarancyjnej postanowienia tożsamego z postanowieniem umownym wpisanym na podstawie art. 479<sup>45</sup> k.p.c. do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone pod pozycją 916.

Przy wymierzaniu kary za powyższą praktykę przede wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż naruszenie przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów polegało na stosowaniu postanowienia umownego tożsamego z klauzulą abuzywną. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której konsument zainteresowany ofertą przedsiębiorcy korzysta z prowadzonej przez niego strony internetowej przeglądając zamieszczone tam oferty, zatem wyraża zamiar zawarcia kontraktu. Z kolei działanie przedsiębiorcy to stosowanie praktyki polegającej na takim opracowaniu wzorca karty gwarancyjnej, który zawiera w swojej treści zapis tożsamy z zapisem uznanym przez Sąd Ochrony Konkurencji Konsumentów za niedozwolone. Konsument podejmując decyzję o zawarciu umowy sprzedaży zawiera jednocześnie z przedsiębiorcą umowę gwarancyjną i nie ma możliwości rzeczywistego wpływu na istnienie i treść zawartych w niej postanowień. Strona zawierająca umowę według narzuconego wzorca jest nim związana z chwilą zawarcia umowy. Na przedsiębiorcy

prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalście ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa.

W niniejszej decyzji, w jej punkcie I zakwestionowano jedno postanowienie zamieszczone we wzorcu umownym karty gwarancyjnej. Wpływało ono w istotny sposób na sytuację prawną konsumentów poprzez zastrzeżenie uprawnienia do jednostronnej, samodzielnej oceny przedsiębiorcy zasadności składanych reklamacji. Prowadzić to mogło do odstąpienia przez konsumentów od wnoszenia przysługujących im roszczeń, z obawy o obciążenie ich bliżej nieokreślonymi kosztami reklamacji nieuzasadnionych. Z akt sprawy wynika, iż powyższą praktykę Spółka stosowała co najmniej od 2010 roku.

Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu uznał, iż waga omawianego naruszenia w niniejszej sprawie kształtuje się na poziomie (...) % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość (...) % przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę wynosi (po zaokrągleniu do zł.) (...) zł. Jednocześnie ustalając kwotę bazową Prezes Urzędu miał na uwadze fakt, iż przychód z działalności Spółki polegającej na sprzedaży towarów w prowadzonym sklepie internetowym stanowił jedynie (...) % ogólnego przychodu Spółki osiągniętego w 2010 roku z prowadzonej działalności gospodarczej. Spowodowało to obniżenie ww. kwoty bazowej o (...) %, to jest o kwotę (...) zł – do kwoty (...) zł.

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę rozważono również zastosowanie zaistniałych w postępowaniu okoliczności łagodzących, jak i zaostrzających wymiar kary. Prezes Urzędu uwzględniając poszczególne ww. okoliczności miał na uwadze całokształt zebranego w postępowaniu materiału dowodowego.

W przedmiotowej sprawie okolicznością łagodzącą, mającą wpływ na wymiar kary, był fakt zaniechania przez przedsiębiorcę stosowania powyżej wskazanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Tym samym uwzględnienie wskazanej powyżej okoliczności łagodzącej wymiar kary pieniężnej spowodowało jej obniżenie o (...)% , to jest o kwotę (...) zł, do kwoty (...) zł. Jednocześnie Prezes Urzędu nie dopatrył się żadnych okoliczności obciążających, mających wpływ na podwyższenie kary.

Po myśli art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów maksymalną karą, jaką mógłby w niniejszej sprawie zastosować Prezes Urzędu byłaby kara na poziomie 10% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2010 roku, to jest kara w wysokości (...) zł. Kara pieniężna orzeczona w punkcie VI.1 sentencji niniejszej Decyzji stanowi (...) % przychodu przedsiębiorcy za rok 2010 r. czyli (...) % kary, jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów.

Przyjmując wspomniane ww. wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił

nałożyć karę w wysokości określonej **jak w punkcie VI.1 sentencji decyzji.**

### **Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie VI.2 sentencji decyzji.**

Druga z kar pieniężnych określonych w niniejszej decyzji wymierzona została za stosowanie praktyk opisanych w punkcie V sentencji niniejszej decyzji.

Ponownie wskazać należy, iż wymierzając karę za powyższe naruszenia przede wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż polegały one na niezamieszczeniu w regulaminie sklepu internetowego informacji wymaganych art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz na sprzeniewierzeniu się obowiązкови wynikającemu z art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której konsument dokonując zakupu w ww. sklepie internetowym zawiera ze Spółką umowę na warunkach określonych w regulaminie tego sklepu, z treścią którego zapoznać może się każdy bez konieczności dokonania zakupu. W regulaminie tym brak jest wymaganych prawem zapisów informujących o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści a także informacji określających tryb postępowania reklamacyjnego dotyczącej wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line. Podkreślić należy, iż to na przedsiębiorcy prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalście, ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa oraz udzielania konsumentom wszelkich, prawem wymaganych informacji. Konsument pozbawiony powyższych informacji dokonując zakupu w sklepie internetowym Spółki, w przypadku błędnego naliczenia wartości zamówienia przez zamieszczony na stronie internetowej mechanizm zawierania umów, nie był informowany jak może dochodzić swoich roszczeń, a tym samym, w jakim trybie powinien dokonać reklamacji wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line.

Oceniając wagę powyższych naruszeń przyjąć należy, iż nastąpiły one na etapie zawierania kontraktu i spowodowały nierównomierne ukształtowanie praw i obowiązków stron umowy sprzedaży. Z akt sprawy wynika ponadto, iż powyższe praktyki Spółka stosowała co najmniej od 2010 roku.

Wszystkie powyżej opisane okoliczności pozwoliły Prezesowi Urzędu na stwierdzenie, iż łącznie waga naruszeń w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie 0,05 % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość (...) % przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę wynosi (po zaokrągleniu do zł.) (...) zł. Jednocześnie ustalając kwotę bazową Prezes Urzędu miał na uwadze fakt, iż przychód z działalności Spółki polegającej na sprzedaży towarów w prowadzonym sklepie internetowym stanowił jedynie (...) % ogólnego przychodu Spółki osiągniętego w 2010 roku z prowadzonej działalności gospodarczej. Spowodowało to obniżenie ww. kwoty bazowej o (...) %, to jest o kwotę (...) zł – do kwoty (...) zł.

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na przedsiębiorcę Prezes Urzędu miał na uwadze całokształt zebranego w postępowaniu materiału dowodowego jednak nie dopatrywał się w niniejszej sprawie okoliczności, które mogłyby spowodować złagodzenie lub też zaostrzenie kary.

Po myśli art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów maksymalną karą, jaką mógłby w niniejszej sprawie zastosować Prezes Urzędu byłaby kara na poziomie 10%

przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2010 roku, to jest kara w wysokości (...) zł. Kara pieniężna orzeczona w punkcie VI.2 sentencji niniejszej Decyzji stanowi (...) % przychodu przedsiębiorcy za rok 2010 r. czyli (...) % kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszaniem słuszych interesów konsumentów.

Przyjmując wspomniane ww. wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć karę w wysokości określonej **jak w punkcie VI.2 sentencji decyzji.**

### **Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie VI.3 sentencji decyzji.**

Trzecia z kar pieniężnych określonych w niniejszej decyzji wymierzona została za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punktach III-V sentencji decyzji. .

Podkreślić należy, iż wszystkie wskazane powyżej zakazane praktyki naruszały tożsamą zasadę obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a nadto, iż zniekształcały one jeden stosunek prawny - umowy sprzedaży - pomiędzy przedsiębiorcą Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu a potencjalnym konsumentem.

Przed wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów polegało na niezamieszczeniu w regulaminie sklepu internetowego informacji, o której mowa w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz na zamieszczeniu w tym regulaminie postanowień sprzecznych z przepisami art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za produkt niebezpieczny. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której konsument dokonując zakupu w ww. sklepie internetowym zawiera ze Spółką umowę na warunkach określonych w regulaminie tego sklepu, z treścią którego zapoznać może się każdy bez konieczności dokonania zakupu. W regulaminie tym brak jest wymaganych prawem zapisów dot. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Spółka. Podkreślić należy, iż to na przedsiębiorcy prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalście, ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa oraz udzielania konsumentom wszelkich, prawem wymaganych informacji. W tym samym regulaminie określającym warunki zawieranej umowy sprzedaży Spółka zamieściła ponadto zapisy sprzeczne z postanowieniami ustawy o prawach konsumentów, w sposób wyjątkowo niekorzystny dla konsumentów regulując wzajemne rozliczenia stron umowy w przypadku wykonania przez konsumenta prawa od odstąpienia od umowy. Powtórzyć należy, iż jak wynika z ww. przepisów prawnych ustawy o prawach konsumentów rezygnacja z zakupionego w sklepie internetowym towaru w ustawowym terminie 10 dni nie upoważnia Spółki do pobierania jakichkolwiek opłat z tego tytułu, ani też do zatrzymania sobie części należności uiszczonej przez konsumenta w wysokości odpowiadającej sumie kosztów wysyłki i innych, ustalonych przez siebie, opłat manipulacyjnych. Wyłączenie zaś uprawnienia konsumenta do odstąpienia od umowy w przypadku zakupu więcej niż pięciu zegarków godzi

wprost w zapisane w ustawie uprawnienie konsumenta do rozważenia zasadności dokonanej czynności prawnej, przyznanej mu ze względu na szczególny sposób zawarcia stosownej umowy. Podanie konsumentom informacji, zgodnie z którymi w przypadku wykonania prawa odstąpienia od umowy konsument będzie zobowiązany do poniesienia kosztów dostawy towarów i opłaty manipulacyjnej oraz, iż w określonych sytuacjach praw takie w ogóle konsumentowi nie przysługuje, jest naruszeniem obowiązku udzielenia informacji prawdziwych, zgodnych z ustawowym uregulowaniem.

Oceniając wagę powyższych naruszeń przyjąć należy, iż nastąpiły one na etapie zawierania kontraktu i spowodowały nierównomierne ukształtowanie praw i obowiązków stron umowy sprzedaży. Podnieść również należy, iż wzajemnie się one wzmacniają i powodują dezinformację konsumenta co do przysługujących mu względem przedsiębiorcy uprawnień. Z akt sprawy wynika ponadto, iż powyższe praktyki Spółka stosowała co najmniej od 2010 roku.

Wszystkie powyżej opisane okoliczności pozwoliły Prezesowi Urzędu na stwierdzenie, iż łącznie waga naruszeń w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie (...) % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2010 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość (...) % przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę wynosi (po zaokrągleniu do zł.) (...) zł.

Jednocześnie ustalając kwotę bazową Prezes Urzędu miał na uwadze fakt, iż przychód z działalności Spółki polegającej na sprzedaży towarów w prowadzonym sklepie internetowym stanowił jedynie (...) % ogólnego przychodu Spółki osiągniętego w 2010 roku z prowadzonej działalności gospodarczej. Spowodowało to obniżenie ww. kwoty bazowej o (...) %, to jest o kwotę (...) zł – do kwoty (...) zł.

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę rozważono również zastosowanie zaistniałych w postępowaniu okoliczności łagodzących, jak i zaostrzających wymiar kary. Prezes Urzędu uwzględniając poszczególne ww. okoliczności miał na uwadze całokształt zebranego w postępowaniu materiału dowodowego.

W przedmiotowej sprawie okolicznością łagodzącą, mającą wpływ na wymiar kary, był fakt zaniechania przez przedsiębiorcę stosowania powyżej wskazanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Tym samym uwzględnienie wskazanej powyżej okoliczności łagodzącej wymiar kary pieniężnej spowodowało jej obniżenie o (...) %, to jest o kwotę (...) zł, do kwoty (...) zł. Jednocześnie Prezes Urzędu nie dopatrył się żadnych okoliczności obciążających, mających wpływ na podwyższenie kary.

Po myśli art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów maksymalną karą, jaką mógłby w niniejszej sprawie zastosować Prezes Urzędu byłaby kara na poziomie 10% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2010 roku, to jest kara w wysokości (...) zł. Kara pieniężna orzeczona w punkcie VI.3 sentencji niniejszej Decyzji stanowi (...) % przychodu przedsiębiorcy za rok 2010 r. czyli (...) % kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstraszący dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów.

Przyjmując wspomniane ww. wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć karę w wysokości określonej **jak w punkcie VI.3 sentencji decyzji.**

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawie: **NBP O/O Warszawa 511010100078782231000000.**

Sumarycznie ujęte kary nałożone na Janeba Time sp. z o.o. we Wrocławiu w punkcie VI.1-3 sentencji decyzji kształtują się na poziomie 8.200 zł.

Stosownie do treści art. 81 ust 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku art. 479<sup>28</sup> k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

otrzymuje:

Janeba Time sp. z o.o.  
Ul. Krzemieniecka 7a  
45-613 Wrocław