



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów



# **RAPORT DOTYCZĄCY PRZESTRZEGANIA PRAW KONSUMENTÓW W WYBRANYCH TRANSAKCJACH ZAWIERANYCH NA ODLEGŁOŚĆ**

**Warszawa, Maj 2010 r.**

Opracowanie:

Departament Polityki Konsumenckiej UOKiK

## Spis treści

|                                                                                                                                                                                                                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. WSTĘP .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>4</b>  |
| 1. CEL RAPORTU .....                                                                                                                                                                                                                                                       | 4         |
| 2. PODSTAWA PRAWNA ANALIZY/DZIAŁANIA PREZESA URZĘDU .....                                                                                                                                                                                                                  | 5         |
| 3. OPIS SEKTORA .....                                                                                                                                                                                                                                                      | 6         |
| 4. ZAKRES PODMIOTOWY BADANIA .....                                                                                                                                                                                                                                         | 7         |
| 5. ZAKRES PRZEDMIOTOWY BADANIA .....                                                                                                                                                                                                                                       | 12        |
| <b>II. ANALIZA BEZPRAWNYCH PRAKTYK STOSOWANYCH PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW –<br/>WYBRANE ZAGADNIENIA .....</b>                                                                                                                                                                   | <b>13</b> |
| 1. NIEPRAWIDŁOWOŚCI ZWIĄZANE Z NIEDOPEŁNIANIEM PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH<br>OKREŚLONYCH W USTAWIE Z DNIA 2 MARCA 2000 ROKU O OCHRONIE NIEKTÓRYCH PRAW KONSUMENTÓW ORAZ O<br>ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA SZKODĘ WYRZĄDZONĄ PRZEZ PRODUKT NIEBEZPIECZNY. .... | 13        |
| 2. NIEPRAWIDŁOWOŚCI ZWIĄZANE Z NIEDOPEŁNIANIEM PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH<br>OKREŚLONYCH W USTAWIE Z DNIA 18 LIPCA 2002 ROKU O ŚWIADCZENIU USŁUG DROGĄ ELEKTRONICZNĄ .....                                                                            | 16        |
| 3. NIEPRAWIDŁOWOŚCI ZWIĄZANE ZE ZMIANĄ REGULAMINÓW ŚWIADCZENIA USŁUG E-COMMERCE. ....                                                                                                                                                                                      | 18        |
| 4. NIEUCZCIWE PRAKTYKI RYNKOWE W OBSZARZE HANDLU ELEKTRONICZNEGO. ....                                                                                                                                                                                                     | 19        |
| 5. TRYB I MOMENT ZAWARCIA UMOWY O ŚWIADCZENIE USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH LUB UMOWY SPRZEDAŻY<br>TELEFONU/MODEMU W SKLEPIE INTERNETOWYM LUB TELESPRZEDAŻY. ....                                                                                                              | 21        |
| 6. DORĘCZENIE/UDOSTĘPNIENIE KONSUMENTOM WZORCÓW UMOWY O ŚWIADCZENIE USŁUG<br>TELEKOMUNIKACYJNYCH. ....                                                                                                                                                                     | 23        |
| 7. INFORMACJE PRZEKAZYWANE KONSUMENTOM POPRZEC STRONĘ INTERNETOWĄ ORAZ TELESPRZEDAŻ DOTYCZĄCE<br>TOŻSAMOŚCI PRZEDSIĘBIORCY ORAZ WŁAŚCIWOŚCI (PRZEDMIOTU) ŚWIADCZEŃ. ....                                                                                                   | 24        |
| 8. ZGODA NA ROZPOCZĘCIE ŚWIADCZENIA USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH ORAZ AUTOMATYCZNE ROZPOCZYNANIE<br>ŚWIADCZENIA USŁUG A PRAWO KONSUMENTÓW DO ODSTĄPIENIA OD UMOWY .....                                                                                                       | 25        |
| 9. NIEPRAWIDŁOWOŚCI W ZAKRESIE INFORMOWANIA KONSUMENTÓW O PRAWIE ODSTĄPIENIA OD UMOWY ALBO<br>ZMIANY WARUNKÓW UMOWY O ŚWIADCZENIE USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH NA ODLEGŁOŚĆ. ....                                                                                             | 28        |
| 10. NIEPRAWIDŁOWOŚCI W ZAKRESIE INFORMOWANIA KONSUMENTÓW O WARUNKACH JAKIE MUSZĄ BYĆ<br>SPĘLNIONE DLA ODSTĄPIENIA OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ .....                                                                                                                     | 31        |
| <b>III. PODSUMOWANIE .....</b>                                                                                                                                                                                                                                             | <b>35</b> |
| <b>IV. INFORMACJE DLA KONSUMENTÓW .....</b>                                                                                                                                                                                                                                | <b>37</b> |

## I. WSTĘP

Niniejszy raport został przygotowany w oparciu o wyniki prowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) w latach 2007–2010 postępowań wyjaśniających oraz postępowań w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dotyczących szeroko pojętej ochrony praw konsumentów w handlu elektronicznym oraz w transakcjach zawieranych na odległość, a także w oparciu o wyniki dokonywanych corocznie przez UOKiK przy współpracy z Komisją Europejską i innymi Państwami Członkowskimi UE przeglądów stron internetowych pod kątem zgodności ich zawartości z unijnymi przepisami prawa ochrony konsumentów w przypadku naruszeń o charakterze transgranicznym (tzw. *sweep*).

Prezes UOKiK wszczął w latach 2007–2010 trzynaście postępowań wyjaśniających mających na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz dwadzieścia dwa postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Prowadzone postępowania wyjaśniające miały również na celu ustalenie, czy nastąpiło naruszenie przepisów prawa uzasadniające wystąpienie przez Prezesa UOKiK z pozwem o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone. W związku z tym Prezes Urzędu skierował do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dwa pozwy o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone. Przedmiotowe czynności podejmowane przez Prezesa UOKiK dotyczyły przedsiębiorców prowadzących w szczególności działalność gospodarczą w internecie oraz zawierających transakcje na odległość.

We wskazanym okresie UOKiK przeprowadził dwie kontrole *sweep* (w roku 2008 i 2009) dotyczące przestrzegania praw konsumentów w handlu elektronicznym. W ramach tych działań zbadano 19 przedsiębiorców.

Niniejszy raport podzielono na rozdziały zawierające odpowiednio ogólną charakterystykę przeprowadzonego badania, jego zakres oraz analizę szczegółowych zagadnień związanych z zakwestionowanymi praktykami przedsiębiorców. Załącznik do raportu zawiera wykaz skontrolowanych podmiotów wraz z informacją o podjętych lub planowanych działaniach wobec przedsiębiorców, u których wykryto nieprawidłowości, uwzględniając wydane w latach 2007–2010 decyzje w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### 1. Cel raportu

Głównym celem czynności podejmowanych przez Prezesa Urzędu było wykrycie nieprawidłowości i wyeliminowanie z obrotu niekorzystnych dla konsumentów postanowień umownych oraz praktyk godzących w zbiorowe interesy konsumentów. UOKiK przeprowadził kontrole działalności przedsiębiorców w sektorze handlu elektronicznego oraz transakcji zawieranych na odległość pod kątem zgodności z obowiązującymi przepisami prawa, tj.:

- ustawą z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zm., dalej jako: „uokik”);
- ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny (Dz.U. Nr 16, poz. 93 ze zm., dalej jako: „k.c.”);

- ustawą z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zm., dalej jako: „u.o.n.p.k.”);
- ustawą z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz. 1204 ze zm., dalej jako: „u.ś.u.d.e.”);
- ustawą z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206, dalej jako: „u.o.p.n.p.r.”);
- ustawą z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176 ze zm., dalej jako: „u.s.w.s.k.”);
- ustawą z dnia 16 lipca 2004 roku Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171, poz. 1800 ze zm., dalej jako: „p.t.”).

Podkreślić należy, że kontrole branżowe mają również walor edukacyjny, zarówno względem pozostałych przedsiębiorców działających w danej branży, jak i względem obecnych oraz potencjalnych klientów. Przyczyniają się one do rozpowszechniania wiedzy na temat obowiązujących przepisów i wzrostu świadomości prawnej wszystkich uczestników rynku.

## **2. Podstawa prawna analizy/działania Prezesa Urzędu**

Zgodnie z art. 31 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do zakresu działania Prezesa UOKiK należy sprawowanie kontroli przestrzegania przez przedsiębiorców przepisów tej ustawy.

Podstawę prawną przeprowadzonych 13 postępowań wyjaśniających stanowiły przepisy art. 48 ust. 1 i 2 pkt 2 i 5 uokik. Zebrany w toku ww. postępowań materiał dowodowy stanowił podstawę do wszczęcia 22 postępowań w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (art. 49 ust. 1 uokik), jak również – w przypadku podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę klauzul abuzywnych w rozumieniu art. 385<sup>1</sup> § 1 k.c. – wystąpienia do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „SOKiK”) z dwoma pozwami o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone (art. 479<sup>38</sup> Kodeksu postępowania cywilnego).

Przedstawiona w raporcie ocena abuzywności klauzul nie jest ostateczna, ponieważ wyłącznie Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów posiada kompetencję do uznawania postanowień wzorców umowy za niedozwolone. Po uprawomocnieniu się wyroku SOKiK, niedozwolone postanowienia umowne wpisywane są do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, prowadzonego przez Prezesa UOKiK. Od tego momentu ich stosowanie w obrocie z konsumentami jest zakazane.

W przypadku wszczęcia postępowań administracyjnych i wydania decyzji w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, od ww. decyzji przedsiębiorcom przysługuje odwołanie do SOKiK.

Należy przy tym wskazać, że w tych przypadkach, gdzie przedsiębiorcy wycofali się ze stosowania budzących wątpliwości praktyk w trakcie prowadzonych postępowań

wyjaśniających, Prezes Urzędu nie wszczynał postępowań w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W sytuacji, gdy przedsiębiorca nie zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję stwierdzającą stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania. Ciężar udowodnienia zaprzestania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów spoczywa na przedsiębiorcy. Prezes UOKiK może również nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną do wysokości 10 proc. przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok wydania decyzji.

### **3. Opis sektora**

#### **Transakcje zawierane na odległość**

Transakcje zawierane na odległość angażują bardzo dużą liczbę podmiotów o zróżnicowanym zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, jak również charakteryzujących się różnorodnością wykorzystywanych do jej prowadzenia środków porozumiewania się na odległość. Część z przedsiębiorców działających w tym segmencie rynku działa w formie spółek prawa handlowego, a część prowadzi ewidencjonowaną działalność gospodarczą. Bez wątpienia najbardziej popularną metodą handlu elektronicznego (tzw. e-commerce) jest handel internetowy, natomiast najbardziej powszechną formą jest działalność w postaci sklepu internetowego lub portalu aukcyjnego. W niezwykle szerokim spektrum e-commerce, z jakim konsument może mieć do czynienia za pośrednictwem internetu, mieści się zarówno sprzedaż towarów i usług, jak i przyjmowanie oraz potwierdzanie zamówień. Handel elektroniczny oferuje wiele korzyści zarówno przedsiębiorcom, jak i konsumentom i dlatego też staje się coraz bardziej popularnym kanałem zawierania transakcji. Z roku na rok przybywa użytkowników internetu, a tym samym konsumentów zainteresowanych znajdującą się w internecie ofertą przedsiębiorców. Do zawierania transakcji za pośrednictwem internetu zachęca łatwość, szybkość i dostępność czynności związanych z ich dokonaniem. Z uwagi na powyższe niezmierne ważne jest regularne kontrolowanie przez UOKiK przestrzegania praw konsumentów w przedmiotowej branży.

#### **Operatorzy telefonii komórkowej**

W przypadku operatorów telefonii komórkowej zawierających z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży z wykorzystaniem sklepu internetowego albo telesprzedaży, kontakt z konsumentem przy użyciu ww. kanałów komunikacji jest co do zasady elementem przygotowawczym do późniejszego zawarcia umowy w formie pisemnej w trybie na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa.

Operatorzy telefonii komórkowej, oprócz tradycyjnych metod sprzedaży usług i towarów za pośrednictwem salonów sprzedaży, coraz powszechniej wykorzystują internet lub telesprzedaż w celu przedstawienia swojej oferty i złożenia propozycji zawarcia umowy.

W przypadku sklepu internetowego konsumenci mogą zapoznać się z ofertą przedsiębiorcy poprzez eksplorację zasobów znajdujących się na stronie internetowej, która umożliwia złożenie zamówienia (np. poprzez kliknięcie opcji „kupuję” albo „zamawiam”) na wybrane usługi i towary. Telesprzedaż jest formą złożenia propozycji zawarcia umowy podczas rozmowy telefonicznej konsumenta z konsultantem występującym w imieniu przedsiębiorcy. Zarówno

w przypadku sklepu internetowego, jak i telesprzedaży, efektem zamówienia usługi bądź towaru jest przesłanie umowy pocztą lub wizyta kuriera wysłanego przez przedsiębiorcę, który doręcza konsumentowi projekt umowy wraz ze wzorcami umowy takimi jak regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych, regulamin promocji, cennik oraz cennik promocji. W przypadku podpisania umowy (aneksu do umowy) przez konsumenta kurier przekazuje jeden z egzemplarzy przedsiębiorcy telekomunikacyjnemu, drugi pozostawiając konsumentowi. Tryb zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży wskazuje, że w rozumieniu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny – są one umowami zawartymi poza lokalem przedsiębiorstwa (w sytuacji, gdy kurier na podstawie udzielonego mu pełnomocnictwa w imieniu i na rzecz przedsiębiorcy telekomunikacyjnego podpisuje umowę w obecności konsumenta) albo umowami zawartymi na odległość (w przypadku, gdy kurier takiego pełnomocnictwa nie posiada i występuje jedynie jako posłaniec przekazujący na odległość treść oświadczeń woli konsumenta i przedsiębiorcy telekomunikacyjnego).

W opisany powyżej sposób przedsiębiorcy telekomunikacyjni sprzedają zarówno towary (np. telefony komórkowe, modemy, akcesoria), jak i usługi telekomunikacyjne, przy czym najbardziej powszechny jest przypadek zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (dokonania zmian warunków umowy) wraz z zawarciem powiązanej z nią umowy sprzedaży telefonu lub modemu.

W przypadku telesprzedaży może również dojść zarówno do zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, jak i do dokonania zmian warunków umowy już istniejącej, co w obu przypadkach jest najczęściej połączone z zakupem telefonu lub modemu.

#### **4. Zakres podmiotowy badania**

Przeprowadzone przez UOKiK działania kontrolne dotyczące przestrzegania praw konsumentów w handlu elektronicznym oraz w transakcjach zawieranych na odległość w latach 2007–2010 objęły następujące kategorie przedsiębiorców.

##### **1. Przedsiębiorcy działający w obszarze handlu elektronicznego kontrolowani w ramach skoordynowanych akcji przeglądu stron internetowych (*sweep*) przeprowadzanych corocznie przez UOKiK przy współpracy z Komisją Europejską i państwami członkowskimi UE**

W okresie 2007–2010 UOKiK przeprowadził dwie kontrole *sweep* (w roku 2008 i 2009) dotyczące przestrzegania praw konsumentów w handlu elektronicznym. Kontrole *sweep* to akcje przeglądu stron internetowych pod kątem zgodności ich zawartości z unijnymi przepisami prawa ochrony konsumentów.

Należy wyjaśnić, że na podstawie rozporządzenia 2006/2004/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 października 2004 roku w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów (Rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów), Prezes UOKiK pełni funkcję Jednolitego Urzędu Łącznikowego, czyli organu odpowiedzialnego za koordynację wykonywania przedmiotowego rozporządzenia, a także funkcję organu właściwego w zakresie dyrektyw wymienionych w załączniku do tegoż rozporządzenia. Rozporządzenie 2006/2004/WE określa warunki, na których właściwe organy w Państwach Członkowskich Unii Europejskiej wskazane jako odpowiedzialne za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów, współpracują ze sobą oraz z Komisją Europejską

w sprawach o charakterze transgranicznym w celu wykrywania, śledzenia oraz doprowadzenia do zaprzestania lub zakazu wewnątrzunijnych naruszeń przepisów prawa, które chronią interesy konsumentów. Dla ułatwienia współpracy w ramach ustanowionej sieci organy właściwe w rozumieniu ww. rozporządzenia mają do dyspozycji specjalne narzędzie informatyczne (CPC System) ułatwiające wymianę informacji, a także umożliwiające wysyłanie wniosków o podjęcie działań wobec określonego przedsiębiorcy, który prowadzi działalność transgraniczną szkodliwą dla konsumentów.

W ramach opisanej współpracy Komisja Europejska organizuje Międzynarodowe Dni Przeszukiwania Internetu, wybierając wspólnie z Państwami Członkowskimi branże podlegające kontroli, a także określając harmonogram i metodologię badania. Na tej podstawie sieć organów corocznie przeprowadza skoordynowane działania w zakresie egzekwowania praw konsumentów w internecie. W trakcie przeglądów stron internetowych organy krajowe dokonują oceny zgodności praktyk przedsiębiorców pod kątem przestrzegania prawa unijnego, a następnie podejmują stosowne działania w zakresie egzekwowania prawa.

W 2008 r. Urząd przeprowadził badanie serwisów świadczących usługi drogą elektroniczną, adresowanych do dzieci i młodzieży oraz związanych z telefonią komórkową – sprzedaż m.in. dzwonków, tapet, gier na komórki etc. W ramach przedmiotowej kontroli Prezes Urzędu dokonał analizy zawartości jedenastu serwisów internetowych, które zostały wytypowane przy wykorzystaniu wyszukiwarki internetowej. W wyniku podjętych działań przedsiębiorcy usunęli wykryte przez UOKiK nieprawidłowości. Wskazać również należy, iż w jednym przypadku sprawa miała charakter transgraniczny i została skierowana do właściwego organu w Niemczech (ustalono, że podmiot świadczący usługi w jednym z badanych serwisów był powiązany z innym podmiotem z siedzibą w Berlinie – zakup oferowanych w serwisie produktów wiązał się z przekierowaniem na stronę innego podmiotu).

Skontrolowano następujących przedsiębiorców:

1. CT Creative Team S.A. – [www.wapster.pl](http://www.wapster.pl) (brak nieprawidłowości);
2. Grupa Telstar Sp. z o.o. – [www.mojelogo.pl](http://www.mojelogo.pl) (brak nieprawidłowości);
3. techVenture Łukasz Pawlak – [www.animacje.pl](http://www.animacje.pl), [www.dzwonki.pl](http://www.dzwonki.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);
4. Medousa Sp. z o.o. – [www.sms.pl](http://www.sms.pl) (brak nieprawidłowości);
5. Interpunkt Sp. z o.o. – [www.portalik.org](http://www.portalik.org) (postępowanie wyjaśniające – wycofanie się przez przedsiębiorcę ze świadczenia usług);
6. Fotka.pl Sp. z o.o. – [www.dzwonki.emuzyka.pl](http://www.dzwonki.emuzyka.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);
7. KEO S.C. T. Starzyński P. Starzyński – [www.multigsm.com](http://www.multigsm.com) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);
8. Jamba GmbH – [www.dzwonki24.pl](http://www.dzwonki24.pl) (postępowanie prowadzone przez organ właściwy w Niemczech – dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

9. NetProfil Grzegorz Wylęgała – [www.mobilenehity.pl](http://www.mobilenehity.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);
10. Avantis S.A. – [www.papla.pl](http://www.papla.pl) (brak nieprawidłowości).

W 2009 roku UOKiK uczestniczył w akcji *sweep* dotyczącej sklepów internetowych oferujących sprzęt elektroniczny. Na potrzeby akcji wyselekcjonowano 10 sklepów internetowych sprzedających odtwarzacze MP3 i MP4, cyfrowe aparaty fotograficzne, odtwarzacze DVD, konsole do gier, komputery, drukarki oraz telefony komórkowe spośród największych i najbardziej popularnych sklepów internetowych oraz sklepów, na które skarżyli się konsumenci. Lista kontrolowanych przedsiębiorców obejmowała również przedsiębiorców nie posiadających siedziby w Polsce. W wyniku kontroli Prezes UOKiK wszczął postępowania wyjaśniające oraz postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Wobec dwóch przedsiębiorców UOKiK wystąpił o podjęcie stosownych działań do odpowiednich organów władzy publicznej we Francji i w Niemczech.

Skontrolowano następujących przedsiębiorców:

1. Przemysław Gacek, Bogdan Kliś 3 Dots.pl S.c. – [www.3kropki.pl](http://www.3kropki.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
2. Presco Media Sp. z o.o. – [www.e-cyfrowe.pl](http://www.e-cyfrowe.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
3. Emarket Sp. z o.o. – [www.emarket.pl](http://www.emarket.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
4. Morele Net S.J. Radosław Stasiak Michał Pawlik – [www.1klik.pl](http://www.1klik.pl), [www.morele.net](http://www.morele.net) (brak nieprawidłowości);
5. Esc.pl Sp. z o.o. – [www.esc.pl](http://www.esc.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
6. Eurocomm Pl Sp. z o.o. – [www.eukasa.pl](http://www.eukasa.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
7. MTS Notebook Sp. z o.o. – [www.notebooki.pl](http://www.notebooki.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
8. Pixmania S.A.S. – [www.pixmania.pl](http://www.pixmania.pl) (postępowanie prowadzone przez organ właściwy we Francji);
9. FB Trading GmbH – [www.megafoto.pl](http://www.megafoto.pl) (postępowanie prowadzone przez organ właściwy w Niemczech).

## **2. Przedsiębiorcy działający w obszarze handlu elektronicznego kontrolowani w bieżącej pracy UOKiK.**

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów na bieżąco monitoruje i kontroluje działalność przedsiębiorców w internecie, celem regularnego i skutecznego eliminowania praktyk

godzących w zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym wskazać należy, że postępowania administracyjne dotyczące przestrzegania praw konsumentów w handlu elektronicznym były prowadzone w latach 2007 - 2010 przez Delegatury Urzędu w Bydgoszczy, w Gdańsku, w Katowicach, w Krakowie, w Lublinie, w Łodzi, w Poznaniu oraz we Wrocławiu.

Prowadzone postępowania dotyczyły następujących przedsiębiorców:

- 1) Magdalena Wawrzonek „Wawrzonek” – [www.horseequipment.pl](http://www.horseequipment.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);
- 2) Marcin Gontarz Brava Computer Polska – [www.brava.pl](http://www.brava.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
- 3) Janina Czeladka „Apteka na Zawadzie” – [www.lekolandia.pl](http://www.lekolandia.pl) (decyzja z dnia 30 września 2008 roku nr RŁO 46/2008 – prawomocna);
- 4) Domo24 Sp. z o.o. – [www.medialux.pl](http://www.medialux.pl), [www.planetabezvat.pl](http://www.planetabezvat.pl), [www.magicznaplaneta.pl](http://www.magicznaplaneta.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);
- 5) Marek Mioduszeowski MioMar – sprzedawca na portalu [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (decyzja z dnia 28 grudnia 2007 roku nr RBG 12/2007 – prawomocna);
- 6) Małgorzata Jurewicz i Agnieszka Jadwiga Bara Prescott s.c. – [www.prescot.pl](http://www.prescot.pl), sprzedawca na portalu [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);
- 7) Włodzimierz Paweł Płużyński Top Conceptions – [www.albertus.pl](http://www.albertus.pl) (decyzja z dnia 20 lutego 2007 roku nr RPZ 11/2007 – prawomocna);
- 8) Poniatowski Ziemowit Generator – [www.generator.pl](http://www.generator.pl) (decyzja z dnia 6 marca 2007 roku nr RKT 5/2007 – prawomocna);
- 9) Skateshop.pl Sp. z o.o. – [www.skateshop.pl](http://www.skateshop.pl) (decyzja z dnia 16 kwietnia 2007 roku nr RKT 11/2007 – prawomocna);
- 10) Bereźnicka Krystyna, Bereźnicki Mirosław, Bereźnicki Artur Frazza s.c. – [www.frazza.com.pl/sklep](http://www.frazza.com.pl/sklep) (decyzja z dnia 6 marca 2007 roku nr RKT 6/2007 – prawomocna);
- 11) Michalska Małgorzata, Zyzyk Joanna Majo s.c. – [www.prezenciki.pl](http://www.prezenciki.pl) (decyzja z dnia 6 marca 2007 roku nr RKT 4/2007 – prawomocna);
- 12) Merlin.pl S.A. – [www.merlin.com.pl](http://www.merlin.com.pl) (decyzja z dnia 18 stycznia 2007 roku nr RKT 3/2007 – prawomocna);
- 13) Astabe.com Sp. z o.o. – [www.astabe.com](http://www.astabe.com) (decyzja z dnia 19 grudnia 2008 roku nr RKT 91/2008 – prawomocna);

14) Centrum Handlowo-Dystrybucyjne RT Projekt Sp. z o.o. – [www.hipermarket.pl](http://www.hipermarket.pl), [www.sklep-rtv-agd.pl](http://www.sklep-rtv-agd.pl), [www.handlowecentrum.pl](http://www.handlowecentrum.pl) (decyzja z dnia 7 października 2009 roku nr RKT 29/2009 – prawomocna);

15) KOMPLEX PPOŻ BHP – [www.gasnice.szczecin.pl](http://www.gasnice.szczecin.pl), sprzedawca na portalu [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

16) PH SILVER 311 Wojciech Urbaniak – sprzedawca na portalu [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

17) Przedsiębiorstwo Handlowe E&J Eugeniusz Friedel – sprzedawca na portalu [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

18) Sklep Zielarski s.c. S. Półtorak, J. Szewczyk – [www.e-vita.istore.pl](http://www.e-vita.istore.pl), sprzedawca na portalu [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

19) Rafał Peisert, Iwona Kwiatkowska Eller Service s.c. – [www.pobieraczek.pl](http://www.pobieraczek.pl) (decyzja z dnia 31 marca 2010 roku nr RWR 6/2010 – nieprawomocna);

20) Domeny.pl sp. z o.o. – [www.domeny.pl](http://www.domeny.pl) (decyzja z dnia 31 grudnia 2008 roku nr DDK 37/2008 – nieprawomocna);

21) Elektro.pl Sp z o.o. – [www.electro.pl](http://www.electro.pl) (do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów skierowane zostały pozwy o uznanie postanowień wzorców umowy za niedozwolone);

22) Piotr Bukowski Techsys.pl – [www.techsys.pl](http://www.techsys.pl) (do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów skierowane zostały pozwy o uznanie postanowień wzorców umowy za niedozwolone).

### **3 Operatorzy telefonii komórkowej oferujący usługi i towary za pośrednictwem sklepów internetowych albo telesprzedaży**

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zbadał działalność operatorów telefonii komórkowej, którzy w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej prowadzą sklepy internetowe lub oferują konsumentom towary i usługi za pośrednictwem telesprzedaży. Zakresem badania objęci zostali najwięksi dostawcy usług telefonii komórkowej w Polsce, a mianowicie:

1. Polska Telefonía Komórkowa Centertel Sp. z o.o. – [www.orange.pl](http://www.orange.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów);

2. Polska Telefonía Cyfrowa Sp. z o.o. – [www.era.pl](http://www.era.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

3. Polkomtel S.A. – [www.plus.pl](http://www.plus.pl) (dobrowolne dostosowanie się przedsiębiorcy na etapie postępowania wyjaśniającego);

4. P4 Sp. z o.o. – [www.playmobile.pl](http://www.playmobile.pl) (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów).

Podjęte czynności miały na celu nie tyle kontrolę prawidłowości świadczenia usług telekomunikacyjnych, co zweryfikowanie działalności ww. przedsiębiorców w zakresie dynamicznie rozwijającej się metody sprzedaży usług telekomunikacyjnych i powiązanych z tym towarów, opierającej się na wykorzystaniu nowoczesnych środków komunikacji z konsumentem, tj. sklepów internetowych oraz kanałów sprzedaży telefonicznej.

## **5. Zakres przedmiotowy badania**

Przeprowadzone działania UOKiK obejmowały w szczególności praktyki przedsiębiorców związane z zawieraniem z konsumentami umów o świadczenie usług drogą elektroniczną oraz transakcji na odległość, kontrole wzorców umów wykorzystywanych przez przedsiębiorców, a także zawartość stron internetowych oraz treść skryptów rozmów wykorzystywanych przez konsultantów przedsiębiorców w telesprzedaży.

## **II. ANALIZA BEZPRAWNYCH PRAKTYK STOSOWANYCH PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW – WYBRANE ZAGADNIENIA**

W niniejszej części raportu zawarto charakterystykę najistotniejszych nieprawidłowości ujawnionych w trakcie kontroli. Zostaną one przedstawione tematycznie w aspekcie podstawowych zagadnień związanych z zawieraniem umów w handlu elektronicznym oraz w transakcjach na odległość, co pozwoli na systematyczne i kompleksowe ujęcie pojawiających się problemów. Poszczególne podrozdziały obejmują opis stwierdzonych nieprawidłowości z odniesieniem do przepisów prawa i orzecznictwa sądowego, a także przykłady praktyk i klauzul zakwestionowanych w trakcie kontroli. Szczegółowy opis działań UOKiK w załączniku do raportu.

### **1. Nieprawidłowości związane z niedopełnianiem przez przedsiębiorców obowiązków informacyjnych określonych w ustawie z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.**

Stosownie do art. 9 ust. 1 i 2 u.o.n.p.k., konsument powinien zostać poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, w sposób jednoznaczny, zrozumiały i łatwy do odczytania, o:

- imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany;
- istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu;
- cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki;
- zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia;
- kosztach oraz terminie i sposobie dostawy;
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni ze wskazaniem ustawowych wyjątków;
- kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy;
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący;
- minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenie ciągłe lub okresowe;
- miejscu i sposobie składania reklamacji;
- prawie wypowiedzenia umowy, której czas trwania nie został oznaczony, bez wskazania przyczyn, z zachowaniem terminu miesięcznego, chyba że strony zastrzegły krótszy termin wypowiedzenia.

Ponadto, zgodnie z art. 9 ust. 3 ww. ustawy, przedsiębiorca ma również obowiązek potwierdzić konsumentowi na piśmie informacje, o których mowa powyżej, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia.

**W trakcie podejmowanych czynności Prezes UOKiK wykrył m.in. następujące nieprawidłowości w działalności przedsiębiorców:**

a) Niedopełnianie obowiązku dotyczącego informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany.

Wskazane **nieprawidłowości wykryto u 11 przedsiębiorców**. W stosunku do 5 przedsiębiorców:

- Magdalena Wawrzonek „Wawrzonek”;
- KOMPLEX PPOŻ BHP;
- PH SILVER 311 Wojciech Urbaniak;
- Przedsiębiorstwo Handlowe E&J Eugeniusz Friede;
- Sklep Zielarski s.c. S. Półtorak, J. Szewczyk

czynności Prezesa UOKiK zakończyły się na etapie postępowania wyjaśniającego w wyniku dostosowania się przedsiębiorców do wymogów prawa. Natomiast wobec 6 pozostałych przedsiębiorców:

- Marcin Gontarz Brava Computer Polska;
- Marek Mioduszeński Miomar;
- Poniatowski Ziemowit Generator;
- Skateshop.pl Sp. z o.o.;
- Michalska Małgorzata, Zysek Joanna Majo s.c.;
- Centrum Handlowo-Dystrybucyjne RT Projekt Sp. z o.o.

zostały wszczęte postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

b) Niedopełnianie obowiązku dotyczącego informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o prawie do odstąpienia od umowy na odległość lub wprowadzająca w błąd informacja dotycząca tego prawa.

Wskazane **nieprawidłowości wykryto u 5 przedsiębiorców** W stosunku do 2 przedsiębiorców:

- Przedsiębiorstwo Handlowe E&J Eugeniusz Friedel;
- Sklep Zielarski s.c. S. Półtorak, J. Szewczyk

czynności Prezesa UOKiK zakończyły się na etapie postępowania wyjaśniającego w wyniku dostosowania się przedsiębiorców do wymogów prawa. Wobec 3 przedsiębiorców:

- Marcin Gontarz Brava Computer Polska;
- Poniatowski Ziemowit Generator;
- Skateshop.pl Sp. z o.o.

zostały wszczęte postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

c) Niedopełnianie obowiązku dotyczącego informowania konsumentów przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Wskazane nieprawidłowości wykryto u 10 przedsiębiorców. W stosunku do 5 przedsiębiorców:

- Małgorzata Jurewicz i Agnieszka Jadwiga Bara Prescott s.c.;
- KOMPLEX PPOŻ BHP;
- PH SILVER 311 Wojciech Urbaniak;
- Przedsiębiorstwo Handlowe E&J Eugeniusz Friedel;
- Sklep Zielarski s.c. S. Półtorak, J. Szewczyk

czynności Prezesa UOKiK zakończyły się na etapie postępowania wyjaśniającego w wyniku dostosowania się przedsiębiorców do wymogów prawa. Wobec 5 pozostałych przedsiębiorców:

- Marcin Gontarz Brava Computer Polska;
- Eurocomm.PL Sp. z o.o.;
- Przemysław Gacek & Bogdan Kliś 3 Dots.pl s.c.;
- Marek Mioduszeński Miomer;
- Włodzimierz Paweł Płużyński Top Conceptions

zostały wszczęte postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

d) Niedopełnianie przez przedsiębiorców obowiązku dotyczącego potwierdzania konsumentom na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia, informacji na temat:

- imion i nazwisk przedsiębiorców oraz organu rejestrowego;

- terminu dostawy;
- prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni wraz ze wskazaniem ustawowych wyjątków;
- miejsca i sposobu składania reklamacji;
- zasad zapłaty ceny.

Wskazane **nieprawidłowości wykryto u 9 przedsiębiorców:**

- Gontarz Brava Computer Polska;
- Eurocomm.PL Sp. z o.o.;
- Przemysław Gacek & Bogdan Kliś 3 Dots.pl s.c.;
- Poniatowski Ziemowit Generator;
- Skateshop.pl Sp. z o.o.;
- Bereźnicka Krystyna, Bereźnicki Mirosław, Bereźnicki Artur Fraza s.c.;
- Michalska Małgorzata, Zysek Joanna Majo s.c.;
- Merlin.pl S.A.;
- Centrum Handlowo-Dystrybucyjne RT Projekt Sp. z o.o.

Żaden z ww. przedsiębiorców nie dostosował się do wymogów prawa na etapie postępowania wyjaśniającego, w związku z czym wobec wszystkich zostały wszczęte postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

## **2. Nieprawidłowości związane z niedopełnianiem przez przedsiębiorców obowiązków informacyjnych określonych w ustawie z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną.**

Zgodnie z art. 5 ust. 1–4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, usługodawca jest obowiązany podać w sposób wyraźny, jednoznaczny i bezpośrednio dostępny przez system teleinformatyczny, którym się posługuje, m.in. następujące informacje:

- a. adresy elektroniczne;
- b. imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres albo nazwę lub firmę oraz siedzibę i adres;
- c. w przypadku, gdy usługodawcą jest przedsiębiorca:
  - informacje dotyczące właściwego zezwolenia i organu zezwalającego, w razie gdy świadczenie usługi wymaga, na podstawie odrębnych przepisów, takiego zezwolenia;

- numer identyfikacji podatkowej (NIP).

Ponadto przedsiębiorca ma obowiązek udostępnić usługobiorcy aktualne informacje dotyczące: szczególnych zagrożeń związanych z korzystaniem z usługi świadczonej drogą elektroniczną, funkcji i celu oprogramowania lub danych niebędących składnikiem treści usługi, wprowadzonych przez usługodawcę do systemu teleinformatycznego, którym posługuje się usługobiorca (art. 6 u.s.u.d.e.). Usługodawca ma także obowiązek sporządzić i udostępnić nieodpłatnie usługobiorcom przed zawarciem umowy regulamin określający warunki świadczenia usług drogą elektroniczną (art. 8 ust. 1 u.s.u.d.e.). Przez udostępnienie regulaminu rozumieć należy umożliwienie usługobiorcy jego przechowywania i odtwarzania w zwykłym toku czynności. Dodatkowo, na każde żądanie usługobiorcy, usługodawca ma obowiązek umożliwić mu pozyskanie, odtwarzanie i utrwalanie treści regulaminu za pomocą systemu teleinformatycznego, którym posługuje się usługobiorca. Regulamin powinien w szczególności określać rodzaje i zakres usług świadczonych drogą elektroniczną, warunki świadczenia tych usług, w tym wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, warunki zawierania i rozwiązywania umów o świadczenie usług drogą elektroniczną oraz tryb postępowania reklamacyjnego.

W trakcie podejmowanych czynności Prezes UOKiK wykrył m.in. następujące nieprawidłowości w działalności przedsiębiorców:

a) Niedopełnianie obowiązku dotyczącego udostępniania konsumentom informacji o adresie elektronicznym, danych pozwalających na zidentyfikowanie usługodawcy, informacji o numerze w rejestrze publicznym, do którego jest wpisany przedsiębiorca ze wskazaniem nazwy rejestru i organu prowadzącego rejestr oraz o numerze identyfikacji podatkowej NIP.

Wskazane **nieprawidłowości wykryto u 7 przedsiębiorców:**

- techVenture Łukasz Pawlak;
- Interpunkt Sp. z o.o.;
- Fotka.pl Sp. z o.o.;
- KEO S.C. T. Starzyński P. Starzyński;
- CT Creative Team S.A.;
- Unikupon S.A.;
- Avantis S.A.

W stosunku do ww. przedsiębiorców czynności Prezesa UOKiK zakończyły się na etapie postępowania wyjaśniającego, w wyniku których sześciu przedsiębiorców dostosowało się do wymogów prawa, a jeden przedsiębiorca (Interpunkt Sp. z o.o.) wycofał się z obrotu konsumenckiego.

b) Brak w regulaminach określenia warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym

posługuje się dany przedsiębiorca, brak informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym oraz brak określenia trybu postępowania reklamacyjnego.

Wskazane **nieprawidłowości wykryto u 2 przedsiębiorców** (MTS Notebook Sp. z o.o.; Esc.pl Sp. z o.o.), wobec których zostały wszczęte postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Przy omawianiu problematyki obowiązków informacyjnych przedsiębiorców wynikających z ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną wskazać także należy na wyrok Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich z dnia 16 października 2008 roku w sprawie C-298/07 Deutsche Internet Versicherung, zgodnie z którym art. 5 ust. 1 lit. c Dyrektywy 2000/31/WE (*Poza innymi wymaganiami dotyczącymi informacji przewidzianymi przez prawo wspólnotowe Państwa Członkowskie zapewniają, żeby usługodawca umożliwił łatwy, bezpośredni i stały dostęp usługobiorcom oraz właściwym władzom m.in. do danych szczegółowych o usługodawcy, łącznie z jego adresem poczty elektronicznej, umożliwiającym szybki kontakt oraz bezpośrednio i skuteczne porozumiewanie się*) należy interpretować w ten sposób, że usługodawca jest obowiązany podać usługobiorcom zanim zostanie zawarta z nimi umowa, oprócz adresu poczty elektronicznej także inne dane umożliwiające nawiązanie szybkiego kontaktu oraz bezpośrednio i skuteczne porozumiewanie się. Dane te nie muszą koniecznie zawierać numeru telefonu. Mogą mieć postać formularza on-line, za którego pośrednictwem usługobiorcy mogą zwracać się do przedsiębiorcy korzystając z internetu, który odpowiada za pośrednictwem poczty elektronicznej.

W świetle powołanego powyżej wyroku ETS przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą za pośrednictwem internetu powinni nie tylko udostępniać konsumentom adres elektroniczny, ale również inny, dodatkowy i łatwy do odszukania na stronie internetowej kanał komunikacyjny, zapewniający możliwość nawiązania z przedsiębiorcą szybkiego, bezpośredniego i skutecznego kontaktu. Bez wątpienia nieprawidłowości w tym zakresie niejednokrotnie okazują się wyjątkowo dolegliwe dla konsumentów, zniechęcając tym samym do zawierania transakcji w sieci.

### 3. Nieprawidłowości związane ze zmianą regulaminów świadczenia usług e-commerce.

Zgodnie z art. 384 §1 i 4 k.c., ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Jeżeli jedna ze stron posługuje się wzorcem umowy w postaci elektronicznej, powinna udostępnić go drugiej stronie przed zawarciem umowy w taki sposób, aby mogła ona wzorzec ten przechowywać i odtwarzać w zwykłym toku czynności. Ponadto, w Rejestrze postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, pod numerem 1491, znajduje się postanowienie o treści: *Domeny.pl Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo dokonania zmian niniejszego regulaminu. Zmiany te obowiązują od chwili udostępnienia nowej wersji Regulaminu na stronie www.domeny.pl.*

W wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 26 marca 2008 roku (sygn. akt XVII AmC 265/07), który był podstawą dokonania ww. wpisu do Rejestru, Sąd podkreślił, że warunkiem koniecznym do zmiany wzorca umowy jest udostępnienie go konsumentowi. Jednak postanowienie umowne stanowiące o udostępnieniu zmienionego wzorca na stronie internetowej przedsiębiorcy przy jednoczesnym braku obowiązku po jego stronie do poinformowania konsumenta, że na stronie internetowej została udostępniona nowa wersja regulaminu, nie czyni zadość obowiązkowi z art. 384 §4 k.c. (udostępnienia wzorca drugiej stronie umowy). W sytuacji kiedy regulamin nie przewidywał obowiązku informowania

konsumenta o zmianie regulaminu, konsumenci mogli być zaskakiwani zmianą umowy oraz obarczani uciążliwością dokonywania na bieżąco ustaleń, czy przypadkiem udostępniony na stronie internetowej regulamin nie odbiega już treścią od znanego im dotychczas.

Podzielając stanowisko wyrażone przez SOKiK w wyroku z dnia 26 marca 2008 roku, dodatkowo należy zaznaczyć, że zmiany regulaminu powinny być co najmniej wyraźnie zaznaczone na stronie internetowej przedsiębiorcy w taki sposób, by konsument mógł zorientować się, bez wnikliwej analizy całego regulaminu, czy został on zmieniony, w jakim zakresie i kiedy ewentualne zmiany nastąpiły.

W okresie 2007–2010, wskazana powyżej klauzula abuzywna stała się podstawą do wszczęcia przez Prezesa UOKiK postępowania w sprawie stosowania przez Domeny.pl sp. z o.o. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone (decyzja z dnia 31 grudnia 2008 roku nr DDK 37/2008 – nieprawomocna).

#### **4. Nieuczciwe praktyki rynkowe w obszarze handlu elektronicznego.**

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Na podstawie art. 4 ust. 2 ww. ustawy, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową. Zgodnie natomiast z art. 5 ust. 1 tej ustawy, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W okresie 2007–2010, problematyka stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych przez przedsiębiorców działających w obszarze handlu elektronicznego, znalazła swój wyraz w prowadzonym przez Prezesa UOKiK postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Rafałowi Peisert i Iwonie Kwiatkowskiej prowadzących działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej pod nazwą Eller Service s.c. z siedzibą w Gdańsku za pośrednictwem serwisu internetowego [www.pobieraczek.pl](http://www.pobieraczek.pl).

W decyzji z dnia 31 marca 2010 roku nr RWR 6/2010 (decyzja nieprawomocna) Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie polegające na stosowaniu przez ww. przedsiębiorców reklamy wprowadzającej konsumentów w błąd co do bezpłatności świadczonych usług w okresie 10 dni od dnia zawarcia umowy oraz co do okresu, na jaki umowa zostaje zawarta, a także działanie polegające na zamieszczeniu na stronie internetowej informacji handlowej, na którą składa się reklama w postaci baneru reklamowego, sformułowanie o treści „Tak, chcę testować przez 10 dni!” oraz informacja pod tytułem „Informacja dla klientów”, która wprowadza konsumentów w błąd co do bezpłatności świadczonych usług w okresie 10 dni od dnia zawarcia umowy oraz co do okresu, na jaki umowa zostaje zawarta, co naruszało art. 4 ust. 1 i 2 w związku z art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Z uwagi na fakt, że opisane praktyki przedsiębiorców miały skutek w odniesieniu do szerokiego kręgu konsumentów, zasadne wydaje się szersze zaprezentowanie podstaw ww. rozstrzygnięcia Prezesa UOKiK.

W ocenie Prezesa Urzędu, działanie przedsiębiorców którzy reklamowali możliwość testowania swoich usług bezpłatnie przez okres 10 dni, podczas gdy w istocie poprzez rejestrację na stronie [www.pobieraczek.pl](http://www.pobieraczek.pl) konsument zawierał umowę płatną na okres 12 miesięcy, stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd. Na podstawie treści reklam internetowych konsumenci mogli podjąć/podejmowali decyzje dotyczące zawarcia umowy, których inaczej by nie podjęli, to jest mogli zawrzeć/zawierali umowy o świadczenie usług elektronicznych przyjmując, że jest to umowa bezpłatna, zawierana na okres 10 dni.

Wbrew treści przekazu reklamowego, konsument każdorazowo zawierał umowę na czas określony – najkrócej 3 miesiące i to zawsze umowę odpłatną, przy czym opłata jednorazowa, płatna z góry, liczona była także za okres pierwszych 10 dni trwania umowy. Konsumenci byli zatem wprowadzani w błąd co do odpłatności świadczonych usług oraz czasu, na jaki zawierali oni umowę, a o rzeczywistych warunkach umowy dowiadawali się z wiadomości nadsyłanych przez przedsiębiorców, zawierających wezwanie do zapłaty. Taka praktyka rynkowa naruszała także dobre obyczaje rozumiane jako prawo konsumentów do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach przekazu reklamowego profesjonalista – przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego), przy uwzględnieniu oczywiście ograniczeń wynikających z takiej formy prezentacji oferty. Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane w analizowanym przypadku poprzez przekazanie błędnego komunikatu, który wskazywał na możliwość zawarcia nieodpłatnej, 10-dniowej umowy.

Przedmiotem zarzutów w przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu uczynił również treść informacji handlowej zamieszczonej na stronie [www.pobieraczek.pl](http://www.pobieraczek.pl), dotyczącej świadczenia przez przedsiębiorców usług elektronicznych oraz zakres przekazywanych konsumentom informacji w trakcie procedury zawierania umowy na odległość. W ocenie Prezesa Urzędu, działanie przedsiębiorców, którzy w treściach zamieszczonych na prowadzonym przez siebie portalu internetowym sugerowali możliwość testowania swoich usług bezpłatnie przez okres 10 dni, podczas gdy w istocie poprzez rejestrację konsument zawierał umowę płatną na okres 12 miesięcy, stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd.

Głównym przekazem wskazującym na warunki świadczenia usług, była informacja zamieszczona na banerze reklamowym, o możliwości korzystania z usług przez okres 10 dni za darmo. Tym samym, w pierwszym kontakcie z treściami zamieszczonymi na omawianej witrynie internetowej, konsument mógł uzyskać przeświadczenie, że przedsiębiorcy oferują bezpieczny, wygodny dostęp na próbę do plików pogrupowanych w liczne grupy tematyczne, który przez 10 dni będzie dostępem bezpłatnym. Przekaz ten zostaje rozszerzony poprzez zakomunikowanie konsumentowi, że *„Podczas 10-dniowego darmowego okresu próbnego przysługuje prawo do pisemnego wypowiedzenia zamówienia (fax, email, itp.). Po upływie 10 dniowego okresu próbnego ważność umowy od 3 miesięcy i koszt od 7,90 PLN miesięcznie.”*

Podsumowując, treść informacji handlowej zamieszczonej na stronie [www.pobieraczek.pl](http://www.pobieraczek.pl) tworzyła jednoznaczny przekaz sprowadzający się do zachęcenia konsumentów do korzystania z usług za pośrednictwem serwisu przez okres 10 dni za darmo i na próbę, oraz przekazaniu im oferty zawarcia umowy na tak określonych warunkach oraz skłonienia do złożenia oświadczenia o jej przyjęciu. Oświadczenie to ponadto posiadało narzuconą przez

przedsiębiorców treści, a z technicznego punktu widzenia sprowadzało się do wypełnienia rubryk zawierających podstawowe dane identyfikujące konsumenta. Wbrew treści przekazu handlowego kierowanego do konsumenta na etapie przedkontraktowym, a zamieszczonego na stronie głównej serwisu oraz będąc pod wpływem informacji otrzymywanych w procesie rejestracji w serwisie, konsument każdorazowo zawierał umowę na czas określony – najkrócej 3 miesiące i była to zawsze umowa odpłatna. W ocenie Prezesa Urzędu, przekazywanie błędnego komunikatu, który wskazywał na możliwość zawarcia z przedsiębiorcami nieodpłatnej, 10-dniowej umowy oraz stworzenie skorelowanej z nim procedury zawarcia umowy, która w sposób niejednoznaczny i niejasny informowała o rzeczywistych warunkach świadczenia usług, naruszało dobre obyczaje, stanowiąc nieuczciwą praktykę rynkową.

#### **5. Tryb i moment zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży telefonu/modemu w sklepie internetowym lub telesprzedaży.**

Zgodnie z art. 56 ust. 2 ustawy prawo telekomunikacyjne, umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawiera się w formie pisemnej, za wyjątkiem umów zawieranych przez dokonanie czynności faktycznych. Niemniej jednak umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarta w innej formie aniżeli pisemna jest umową ważną, a sankcją za niedochowanie wymaganej formy są pewne ograniczenia, co do możliwości dowodzenia przed sądem faktu zawarcia umowy. W odniesieniu do umowy sprzedaży telefonu lub modemu przepisy prawa nie przewidują wymogu dochowania formy pisemnej.

Na podstawie przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, są umowami na odległość, jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność (art. 6 ust. 1 u.o.n.p.k.).

Mając na uwadze powyższe, u dwóch (Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o., Polkomtel S.A.) z czterech skontrolowanych operatorów telefonii komórkowej zostały wykryte nieprawidłowości w zakresie możliwości wprowadzania konsumentów w błąd co do momentu oraz formy zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

#### **Przykład 1.**

W toku prowadzonego postępowania wyjaśniającego Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. zajęła stanowisko, że w przypadku konsumenta, który – składając zamówienie w sklepie internetowym – jako miejsce dostawy dokumentów umowy/telefonu/modemu wybiera miejsce inne niż salon sprzedaży przedsiębiorcy, do zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych dochodzi już na stronie sklepu internetowego (w momencie kliknięcia przez konsumenta w odpowiednie pole), a dokumenty przekazywane kurierem są pisemnym potwierdzeniem jej zawarcia. W identycznej sytuacji, konsument korzystający ze sklepu internetowego i wybierający jako miejsce odbioru dokumentów/telefonu/modemu salon sprzedaży przedsiębiorcy – w ocenie ww. przedsiębiorcy – zawierał umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych dopiero w momencie jej podpisania w salonie. Powyższa koncepcja budziła zastrzeżenia Prezesa UOKiK z kilku powodów:

- W procesie zawierania umowy na stronie sklepu internetowego konsumentowi nie były przedstawiane w sposób wystarczająco jasny i przejrzysty wszystkie wzorce umowy, które miały się stać jej integralną częścią. Dokumenty takie jak regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych były co prawda dostępne na stronie internetowej, niemniej

jednak były one zamieszczone poza zakładkami, na których odbywało się zawarcie umowy, co zmuszało konsumenta do poszukiwania tych dokumentów w całych zasobach witryny internetowej.

- Przyjęta przez przedsiębiorcę koncepcja powodowała, że te same informacje zawarte na stronie sklepu internetowego, w zależności od wskazanego przez konsumenta miejsca odbioru przesyłki, stanowiły albo nie stanowiły oferty w rozumieniu ustawy Kodeks cywilny.
- Wobec braków wyraźnych rozwiązań w stosowanych przez przedsiębiorcę regulaminach, mogły się pojawiać trudności w ustaleniu zarówno końca trwania umowy zawartej na czas określony, jak i momentu początkowego biegu terminu na odstąpienie od umowy zawartej na odległość.

W efekcie podjętych przez UOKiK czynności ww. przedsiębiorca dokonał zmian w stosowanych przez siebie regulaminach sklepu internetowego i telesprzedaży wyraźnie wskazując, że informacje znajdujące się na stronie internetowej sklepu oraz przekazywane telefonicznie przez konsultanta są jedynie zaproszeniem do zawarcia umowy, a za pośrednictwem ww. kanałów kontaktu konsumenci składają jedynie zamówienie na umowę o świadczenie usług lub umowę sprzedaży. Efektem złożonego zamówienia jest wizyta kuriera, który działając na podstawie pełnomocnictwa udzielonego przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego zawiera z konsumentem, poza lokalem przedsiębiorstwa, pisemną umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Natomiast umowa sprzedaży telefonu lub modemu, jeśli została zamówiona, z uwagi na brak w tym zakresie umocowania kuriera jest zawierana na odległość.

#### Przykład 2.

W toku prowadzonego postępowania wyjaśniającego Polkomtel S.A. poinformował UOKiK, że na stronie internetowej dochodzi jedynie do złożenia zamówienia, a sama umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowa sprzedaży jest zawarta dopiero po podpisaniu przez konsumenta doręczonych kurierem dokumentów. Niemniej jednak w regulaminie sklepu internetowego znalazły się postanowienia wskazujące, że umowa zawierana jest już na stronie sklepu internetowego:

*§ 4 ust. 3 Regulaminu: Wysłanie zamówienia oznacza złożenie przez Klienta oferty zawarcia z Polkomtel S.A. umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, umowy dotyczącej udziału w promocji MIXPLUS lub umowy sprzedaży, stosownie do tego co wynika z treści złożonego przez Klienta zamówienia.*

*w związku z § 4 ust. 7 zd. 2 Regulaminu: Potwierdzenie otrzymania zamówienia równoznaczne jest z przyjęciem przez Operatora oferty Klienta.*

W efekcie podjętych przez UOKiK czynności ww. przedsiębiorca dokonał zmiany przedmiotowego regulaminu doprecyzowując, że na stronie sklepu internetowego dochodzi jedynie do złożenia zamówienia na umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, która jest zawierana poprzez podpisanie przez konsumenta dokumentów przekazywanych kurierem.

## **6. Doręczenie/udostępnienie konsumentom wzorców umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.**

Jak przedstawiono powyżej, umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, z uwagi na wymóg zachowania formy pisemnej, zawierane są co do zasady poprzez złożenie pisemnych oświadczeń woli obu stron, przesyłanych na odległość przez kuriera. Natomiast informacje przedstawiane na stronie sklepu internetowego, jak również propozycje składane podczas rozmowy telefonicznej należy traktować jako zaproszenie do zawarcia umowy (art. 71 k.c.).

Zgodnie z art. 384 §1 k.c. ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Jeżeli jedna ze stron posługuje się wzorcem umowy w postaci elektronicznej, powinna udostępnić go drugiej stronie przed zawarciem umowy w taki sposób, aby mogła ona wzorzec ten przechowywać i odtwarzać w zwykłym toku czynności (art. 384 §4 k.c.).

Ponadto, zgodnie z art. 59 i 61 pt dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych obowiązany jest podać regulamin oraz cennik świadczenia usług telekomunikacyjnych do publicznej wiadomości i dostarczać nieodpłatnie abonentowi wraz z umową o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, a także na każde jego żądanie.

### **6.1. Udostępnianie wzorców umowy na stronie internetowej sklepu.**

Jak ustalono w toku podejmowanych przez Prezesa UOKiK działań, przedsiębiorcy telekomunikacyjni, realizując wynikający z Prawa telekomunikacyjnego obowiązek podawania regulaminu oraz cennika usług telekomunikacyjnych do publicznej wiadomości, zamieszczają owe dokumenty w formie elektronicznej na stronach sklepu internetowego.

Podczas składania zamówienia konsument wybierając ofertę, na podstawie której chce zawrzeć umowę oraz ewentualnie telefon/modem, ma co do zasady możliwość zapoznania się z regulaminem usług, regulaminem oferty promocyjnej oraz cennikiem. Niemniej jednak, w przypadku sklepów internetowych Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o., P4 Sp. z o.o., Polskiej Telefonii Komórkowej Centertel Sp. z o.o.) konsumenci nie mieli możliwości łatwego zapoznania się ze wszystkimi odpowiednimi wzorcami umowy stosowanymi przez przedsiębiorcę. Przejawem tego była sytuacja, że na poszczególnych etapach składania zamówienia konsument nie miał bezpośredniego dostępu do każdego z wzorca umowy, którego treść, w przypadku zawarcia umowy, staje się integralną częścią stosunku prawnego. Przykładowo można wskazać, że w procesie składania zamówienia konsument miał bezpośredni dostęp do regulaminu oferty promocyjnej, natomiast w celu zapoznania się z ogólnym regulaminem usług lub cennikiem musiał samodzielnie przeszukiwać zasoby witryny internetowej.

Biorąc pod uwagę podstawowe prawo konsumentów do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, Prezes UOKiK występował do badanych przedsiębiorców postulując zmiany w sposobie udostępniania wzorców umowy. W konsekwencji wskazani powyżej przedsiębiorcy zmodyfikowali konstrukcje stron internetowych, w szczególności poprzez dodanie w procesie składania zamówienia bezpośrednich linków do podstron zawierających regulaminy, cenniki świadczenia usług lub wzory umowy.

6.2. Doręczanie wzorców przez kuriera oraz realna możliwość zapoznania się z postanowieniami wzorców.

Z uwagi na wymóg pisemnej formy umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, ustawa Prawo telekomunikacyjne nakłada na przedsiębiorców obowiązek nieodpłatnego dostarczenia, wraz z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, regulaminu oraz cennika świadczenia usług, w tym regulaminu oferty promocyjnej. Ponadto ogólną zasadą wyrażoną w Kodeksie cywilnym jest, że ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Przez skuteczne doręczenie powszechnie rozumie się nie tylko fakt fizycznego wręczenia wzorca, ale również umożliwienie drugiej stronie umowy zapoznania się z treścią wzorców, co jest niezbędne dla świadomego podjęcia decyzji o związaniu się umową na zaproponowanych warunkach.

W toku podejmowanych działań ustalono, że wszyscy czterej badani operatorzy telefonii komórkowej, za pośrednictwem kuriera doręczają konsumentom, wraz z formularzem umowy, wszystkie wzorce, które mają się stać integralną częścią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. U jednego z badanych przedsiębiorców (Polska Telefonía Komórkowa Centertel Sp. z o.o.) wykryto praktykę polegającą na tym, że konsument nie ma możliwości odebrania wzorców umowy od kuriera w celu zapoznania się z nimi oraz ewentualnego podpisania w innym terminie. W związku z powyższym, konsument w trakcie wizyty kuriera i w jego obecności może albo umowę podpisać, albo z niej zrezygnować. Przedsiębiorca wyjaśnił, iż jest to podyktowane możliwością zapoznania się konsumenta z wzorcami umowy zamieszczonymi na stronach internetowych oraz brakiem możliwości wydania telefonu lub modemu (jeśli został zamówiony) przed podpisaniem umowy.

W ocenie Prezesa UOKiK powyższa praktyka może być przejawem wywierania na konsumentach niedopuszczalnego nacisku w procesie zawierania umowy. Należy zauważyć, że w szczególności konsument składający zamówienie poprzez kontakt telefoniczny z konsultantem może nie mieć możliwości (np. z uwagi na brak dostępu do internetu) wcześniejszego zapoznania się ze stosownymi wzorcami umowy, które łącznie, w szczególności w przypadku nowo zawieranych umów, mogą liczyć od kilku do nawet kilkunastu stron. W związku z tym praktyka przedsiębiorcy może stawiać konsumenta przed wyborem: podpisania umowy bez satysfakcjonującego zapoznania się z jej warunkami albo rezygnacji z jej zawarcia. W związku z powyższym, w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że w ocenie Prezesa UOKiK nie ma obowiązku, aby kurier pozostawiając na życzenie konsumenta wzorce umowy w celu zapoznania się z nimi, miał jednocześnie wydawać konsumentowi zamówiony towar.

## **7. Informacje przekazywane konsumentom poprzez stronę internetową oraz telesprzedaż dotyczące tożsamości przedsiębiorcy oraz właściwości (przedmiotu) świadczeń.**

Zgodnie z art. 9 ust. 1 u.o.n.p.k. konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, m.in. o: imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany oraz o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu. Prezes UOKiK badając sklepy internetowe oraz telesprzedaż przedsiębiorców

telekomunikacyjnych nie stwierdził uchybień w respektowaniu tych obowiązków informacyjnych.

Stwierdzono natomiast, że wszyscy czterej badani przedsiębiorcy telekomunikacyjni zamieszczają na stronach sklepu internetowego mapy zasięgu sieci telefonii komórkowej lub zasięgu usługi dostępu do internetu. W ocenie Prezesa UOKiK jest to pomocne narzędzie pozwalające konsumentom na uzyskanie orientacyjnych danych na temat potencjalnego działania określonej usługi w miejscu, w którym planują z niej korzystać. Niemniej jednak ostatnie zdanie musi zostać opatrzone dodatkowym komentarzem.

W pierwszej kolejności konsumenci powinni pamiętać, że internetowe mapy zasięgu są narzędziem pomocnym, ale niewystarczającym do jednoznacznego określenia, czy w danym miejscu, które według mapy jest objęte zasięgiem usługi, będzie ona w rzeczywistości dostępna lub będzie miała oczekiwaną jakość. Specyfika technologii świadczenia usługi telefonii komórkowej, jak i mobilnego dostępu do internetu powoduje, że wiele czynników zewnętrznych, jak np. ukształtowanie terenu, grubość i skład ścian budynku, może powodować brak zasięgu sieci w danym miejscu, lokalu, centrum handlowym lub piwnicy. Dlatego też dokonując wyboru danej usługi mapkę zasięgu sieci należy traktować jako dane orientacyjne, które najlepiej uzupełnić zasięgając informacji bezpośrednio u przedsiębiorcy.

Po drugie, mapa zasięgu musi przekazywać informacje w sposób, który nie wprowadza przeciętnego konsumenta w błąd. W przypadku jednego z badanych operatorów telefonii komórkowej (P4 Sp. z o.o.) stwierdzono, że zasada działania mapy mogła powodować taki efekt. Na stronie ww. przedsiębiorcy, w zakładce „Internet”, znajdował się link oznaczony jako „Mapa zasięgu”, po kliknięciu którego konsument kierowany był do mapy zasięgu, która pokazywała zasięg zarówno usługi telefonii komórkowej, jak i dostępu do internetu. W celu uzyskania obrazu zasięgu wyłączenie usługi dostępu do internetu konsument musiał odznaczyć jedną z opcji mapy (usługę telefonii komórkowej), o czym nie był informowany. Jednocześnie legenda mapy zasięgu nie wyjaśniała jednoznacznie, jakich usług dotyczy wyświetlany obraz zasięgu.

P4 Sp. z o.o. dokonała korekty w ten sposób, że konsument klikając na link „Mapa zasięgu” trafia na mapę, a następnie samodzielnie zaznacza usługę, której zasięgu poszukuje. Zmieniono jednocześnie legendę mapy, tak aby przeciętny konsument był w stanie zidentyfikować usługę, której zasięg jest wyświetlany.

#### **8. Zgoda na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych oraz automatyczne rozpoczęcie świadczenia usług a prawo konsumentów do odstąpienia od umowy.**

W przypadku umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umów sprzedaży telefonu/modemu/notebooka zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, konsument może odstąpić od takiej umowy bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy (umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa) albo od dnia wydania towaru lub zawarcia umowy o świadczenie usług (umowy na odległość) – art. 3 i 7 u.o.n.p.k. Niemniej jednak w przypadku umów o świadczenie usług, a taką właśnie jest umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, tryb zawarcia umowy, tj. poza lokalem przedsiębiorstwa albo na odległość, może mieć decydujący wpływ na możliwość skorzystania z prawa do odstąpienia. W przypadku umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej na odległość konsument traci prawo odstąpienia od umowy w przypadku świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta,

przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie, chyba że strony w umowie postanowiły inaczej (art. 10 ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 7 ust. 1 u.o.n.p.k.) Analogicznego wyjątku od prawa odstąpienia od umowy nie ma w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, co oznacza, że na gruncie tak zawartych umów konsument zachowuje prawo odstąpienia od umowy nawet w przypadku, gdy świadczenie usług rozpoczęło się, za jego zgodą, przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

W ocenie Prezesa UOKiK wymagana przez przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów zgoda konsumenta na rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy musi być dobrowolnym oraz wyraźnym oświadczeniem woli konsumenta, co wyłącza możliwość zarówno jej wymuszania jak i domniemywania z oświadczenia woli o innej treści.

W przypadku trzech (P4 Sp. z o.o., Polkomtel S.A., Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.) z czterech badanych operatorów telefonii komórkowej wykryto następujące nieprawidłowości związane z wyrażaniem przez konsumenta zgody na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych przed upływem terminu odstąpienia.

**Przykład 1: (P4 Sp. z o.o.)**

Postanowienia wzoru umowy stosowanego przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego do zawierania z konsumentami na odległość umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz umów sprzedaży:

- punkt 4: *Operator rozpocznie świadczenie Usług Telekomunikacyjnych określonych w Umowie o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych po dokonaniu aktywacji karty SIM/USIM. W celu aktywacji Karty SIM/USIM Abonent powinien zastosować się do instrukcji otrzymanych drogą mailową lub załączonych do przesyłki.*
- punkt 5: *W przypadku, gdy Abonent nie aktywuje Karty SIM/USIM w terminie 48 godzin od daty otrzymania przesyłki, o której mowa w pkt 4 powyżej, Operator aktywuje Kartę SIM/USIM i rozpocznie świadczenie usług telekomunikacyjnych. Operator świadczy w szczególności usługi głosowe, SMS i MMS oraz transmisji danych, a w odniesieniu do Usługi Telekomunikacyjnej dostępu do internetu – usługę transmisji danych oraz SMS. Elementy składające się na Abonament wskazane są w Regulaminie Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez (...) dla Abonentów.*
- punkt 6: *Abonent niniejszym wyraża zgodę na aktywację Karty SIM/USIM przez Operatora oraz na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych przez Operatora zgodnie z pkt 4 lub pkt 5 powyżej. Aktywacja Karty SIM/USIM powoduje wygaśnięcie uprawnienia Abonenta do odstąpienia od Umowy przed upływem 10-dniowego terminu na podstawie przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.).*

Powyższa konstrukcja umowy powoduje, że konsument zawierając umowę musi wyrazić zgodę na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy (wzorce nie przewidują pola umożliwiającego wyrażenie/niewyrażenie przedmiotowej zgody), a jednocześnie przedsiębiorca zastrzega

możliwość automatycznego (niezależnego od woli konsumenta) rozpoczęcia świadczenia usług po upływie 48 godzin od zawarcia umowy, co skutkuje utratą prawa do odstąpienia od umowy.

W ocenie Prezesa UOKiK powyższa praktyka może być sprzeczna z art. 7 ust. 1 w zw. z art. 10 ust. 3 pkt 1 u.o.n.p.k., w związku z czym w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

**Przykład 2: (Polkomtel S.A.)**

Postanowienia wzoru umowy stosowanego przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego do zawierania z konsumentami na odległość umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz umów sprzedaży:

§ 2 pkt 2: *Abonent, w przypadku zawierania Umowy na odległość, wyraża zgodę na rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem 7 dni od dnia zawarcia Umowy.*

W związku z postanowieniami regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych o treści:

§ 7 pkt 10 zd. 1: *Polkomtel zobowiązuje się rozpocząć świadczenie usług w terminie nie dłuższym niż 7 dni od dnia zawarcia umowy lub umowy dotyczącej udziału w promocji.*

Powyższa konstrukcja umowy powoduje, że konsument zawierając umowę musi wyrazić zgodę na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy (wzorce nie przewidują pola umożliwiającego wyrażenie/niewyrażenie przedmiotowej zgody), a jednocześnie przedsiębiorca zastrzega możliwość automatycznego (niezależnego od woli konsumenta) rozpoczęcia świadczenia usług najpóźniej w terminie 7 dni od zawarcia umowy, co mogło skutkować utratą przez konsumenta prawa odstąpienia od umowy.

Polkomtel S.A., w toku postępowania wyjaśniającego, uwzględnił uwagi Prezesa UOKiK.

**Przykład 3: (Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.)**

Postanowienie regulaminu świadczenia usług: § 4 ust. 4: *Klient wyraża zgodę na rozpoczęcie świadczenia uzgodnionych w Umowie Usług Telekomunikacyjnych przez Operatora przed upływem terminu 10 dni, liczonego od dnia otrzymania przesyłki – nie przysługuje dla zamówień odbieranych bezpośrednio w punkcie sprzedaży.*

W związku z postanowieniem wzoru umowy o treści: *Operator zobowiązuje się rozpocząć świadczenie Usług Telekomunikacyjnych na podstawie Umowy w czasie nie dłuższym niż 7 dni od daty zawarcia umowy.*

Analogicznie do poprzednich przykładów, ww. konstrukcja regulaminu oraz postanowień wzoru umowy zmuszała konsumentów, zawierających umowy na odległość, do wyrażenia zgody na rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

Polska Telefonía Cyfrowa Sp. z o.o., uwzględniając uwagi Prezesa UOKiK, dokonała zmiany regulaminów zawierania umów z wykorzystaniem sklepu internetowego i telesprzedaży w ten sposób, że umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych może być zawarta z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa, co oznacza, że konsumenci nie tracą prawa do odstąpienia od umowy przed upływem powyższego terminu nawet w przypadku, gdy rozpoczęto świadczenie usług.

#### **9. Nieprawidłowości w zakresie informowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy albo zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość.**

9.1 Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość (na podstawie przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 6 u.o.n.p.k., najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy konsument powinien zostać poinformowany o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 tej ustawy. W związku z powyższym, zgodnie z art. 10 ust. 3 pkt 1 ww. ustawy, konsumenci przed zawarciem na odległość umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinni zostać poinformowani, że prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje w wypadku świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy. Jednocześnie przepis wyraźnie przewiduje, że strony mogą się umówić, że pomimo rozpoczęcia świadczenia usług konsument zachowa prawo odstąpienia od umowy.

Konsumenty powinni otrzymać informację prawdziwą, tj. taką z której wynika, że nie sama zgoda, a dopiero rozpoczęcie świadczenia usług na podstawie zgody, powoduje utratę prawa odstąpienia od umowy, chyba że przedsiębiorca telekomunikacyjny w umowie wyraźnie zastrzegł, że rozpoczęcie świadczenia usług nie powoduje utraty prawa odstąpienia.

W powyższym zakresie, u dwóch (Polska Telefonía Komórkowa Centertel Sp. z o.o., Polkomtel S.A.) z czterech badanych operatorów telefonii komórkowej, Prezes UOKiK ustalił występowanie następujących nieprawidłowości.

##### **Przykład 1: (Polska Telefonía Komórkowa Centertel Sp. z o.o.)**

Prezes UOKiK ustalił, że spółka może przekazywać konsumentom nieprawdziwe informacje na temat momentu, w którym następuje utrata prawa odstąpienia od zawartej na odległość umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W „Regulaminie zakupów w Sklepie Internetowym Orange” znajduje się bowiem postanowienie o treści: *Prawo odstąpienia od umowy na podstawie powołanego przepisu nie przysługuje Klientowi, który wyraził zgodę na rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem 10 dni od zawarcia umowy.*

Przedstawiona informacja sugeruje, jakoby wyrażenie przez konsumenta zgody powodowało utratę prawa odstąpienia od umowy, podczas gdy zgodnie z przepisami art. 10 ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 7 ust. 1 u.o.n.p.k. skutek taki powstaje dopiero w chwili rozpoczęcia, za zgodą konsumenta, świadczenia usług telekomunikacyjnych. Mając na uwadze powyższe, w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Przykład 2: (Polkomtel S.A.)

Polkomtel S.A. zawierał z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość, z których wynikało, wobec braku odmiennego postanowienia umownego (art. 10 ust. 3 u.o.n.p.k.), że w przypadku rozpoczęcia świadczenia usług telekomunikacyjnych konsumenci tracili prawo do odstąpienia od umowy. Jednocześnie przedsiębiorca nie informował konsumentów o braku prawa odstąpienia w przypadku świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą, przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

Polkomtel S.A., w toku postępowania wyjaśniającego, uwzględnił uwagi Prezesa UOKiK.

9.2 Prawo odstąpienia od dokonanej za pomocą środków porozumiewania się na odległość zmiany warunków umowy (na podstawie przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne)

Zgodnie z art. 56 ust. 6 pt dostawca usług może umożliwić abonentowi zmianę określonych warunków umowy (rodzaju świadczonych usług; okresu, na jaki została zawarta umowa; pakietu taryfowego; sposobu składania zamówień na pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje usługi; okresu rozliczeniowego oraz zakresu świadczonych publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, ze wskazaniem elementów składających się na opłatę abonamentową) za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w szczególności telefonicznie. W takim przypadku dostawca usług obowiązany jest utrwalić oświadczenie abonenta złożone w powyższy sposób i przechowywać je przez okres 12 miesięcy. Jednocześnie dostawca usług obowiązany jest do potwierdzenia abonentowi faktu złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy oraz jego zakresu i terminu wprowadzenia zmian, w formie pisemnej, w terminie 14 dni od dnia jego złożenia. Abonentowi przysługuje prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy, bez podania przyczyn, poprzez złożenie stosownego oświadczenia w formie pisemnej w terminie 10 dni od dnia otrzymania pisemnego potwierdzenia. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. W świetle art. 56 ust. 7 pt abonentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy, jeżeli dostawca usług, za zgodą abonenta, rozpoczął świadczenie usług zgodnie ze zmienionymi warunkami umowy.

Prezes UOKiK ustalił, że wszyscy czterej badani przedsiębiorcy telekomunikacyjni wykorzystują środki porozumiewania się na odległość nie tylko w celu zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, ale również w celu złożenia konsumentom propozycji zmiany warunków dotychczasowej umowy, co w praktyce występuje najczęściej w związku ze zbliżającym się terminem końcowym związania dotychczasową umową.

W efekcie zaakceptowania zmiany warunków umowy, np. w trakcie rozmowy telefonicznej z konsultantem przedsiębiorcy, konsument otrzymuje np. za pośrednictwem kuriera aneks do umowy. Tak samo jak w przypadku zawarcia nowej umowy, zmiana warunków umowy jest dokonywana drogą przekazania przez kuriera, oświadczeń woli mających na celu zmianę treści pierwotnego stosunku prawnego.

Warto podkreślić, że powyżej cytowane przepisy prawa nie nakładają na dostawców usług telekomunikacyjnych obowiązku informowania konsumentów o istnieniu jak i o wyjątkach od prawa odstąpienia od umowy. Jeżeli jednak przedsiębiorca decyduje się na przekazanie

informacji na ten temat, to informacja taka musi być prawdziwa, a tym samym nie może wprowadzać konsumentów w błąd.

W powyższym zakresie, u dwóch (Polska Telefonia Komórkowa Centertel Sp. z o.o., P4 Sp. z o.o.) z czterech badanych operatorów telefonii komórkowej, Prezes UOKiK ustalił występowanie następujących nieprawidłowości.

**Przykład 1: (Polska Telefonia Komórkowa Centertel Sp. z o.o.)**

Na podstawie skarg napływających do UOKiK ustalono, że konsumenci, którzy dokonali za pomocą środków porozumiewania się na odległość zmian warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (aneks do umowy zawarty za pośrednictwem kuriera) bez jednoczesnego zawierania umowy sprzedaży telefonu lub modemu, a następnie składali oświadczenia o odstąpieniu od dokonanych zmian umowy, byli informowani przez ww. przedsiębiorcę, że:

*Zgodnie z art. 2 ust. 1 Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, który stanowi, że konsument zawierający Umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie 10 dni od zawarcia Umowy. Odstąpienie od umowy jest jednak możliwe tylko w przypadku zawarcia umowy kupna, czyli wtedy, kiedy klient decyduje się na zakup telefonu w Propozycji Orange realizowanej przez kuriera. Abonent może odstąpić od Umowy kupna telefonu w terminie 10 dni od dnia jej zawarcia.*

*W Pana przypadku miało miejsce przedłużenie oferty opartej wyłącznie na usługach. Zgodnie z Regulaminem po podpisaniu Aneksu, Abonent nie może odstąpić od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, ponieważ podpisanie Aneksu nie jest zawarciem Umowy, a przedłużeniem poprzedniej.*

W ocenie Prezesa UOKiK powyższa informacja może być nieprawdziwa, gdyż nie uwzględnia przysługującego abonentom, na podstawie art. 56 ust. 6 pt, prawa odstąpienia od dokonanych za pomocą środków porozumiewania się na odległość zmian warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Mając na uwadze powyższe, w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

**Przykład 2: (P4 Sp. z o.o.)**

Postanowienie wzorów umów oraz aneksów do umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych: Operator może umożliwić Abonentowi zmianę warunków Umowy z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, w tym telefonicznie, co do: rodzaju świadczonych usług, okresu na jaki została zawarta Umowa, pakietu taryfowego, sposobu składania zamówień na pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje usługi, Okresu Rozliczeniowego oraz świadczonych publicznie dostępnych Usług Telekomunikacyjnych. W takim przypadku Operator obowiązany jest potwierdzić Abonentowi fakt złożenia oświadczenia o zmianie warunków Umowy, jego zakresu i terminu wprowadzenia zmian, w formie pisemnej, w terminie 14 dni od dnia jego złożenia. Abonentowi przysługuje prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków Umowy, bez podania przyczyn, poprzez złożenie stosownego oświadczenia w formie pisemnej w terminie 10 dni od dnia otrzymania pisemnego

*potwierdzenia, chyba, że Abonent wyrazi zgodę na rozpoczęcie świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez Operatora zgodnie ze zmienionymi warunkami Umowy.*

W ocenie Prezesa UOKiK powyższa informacja może być nieprawdziwa, gdyż nie uwzględnia regulacji wynikającej z przepisu art. 56 ust. 7 pt, zgodnie z którym abonentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy od momentu rozpoczęcia, za zgodą abonenta, świadczenia usług zgodnie ze zmienionymi warunkami umowy. Mając na uwadze powyższe, w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

#### **10. Nieprawidłowości w zakresie informowania konsumentów o warunkach jakie muszą być spełnione dla odstąpienia od umowy zawartej na odległość.**

Zgodnie z art. 2 ust. 1 i art. 7 ust. 1 u.o.n.p.k. konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa albo na odległość może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od momentu wydania towaru lub zawarcia umowy (w przypadku umów zawartych na odległość) albo od momentu zawarcia umowy (w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa). Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.

Ponadto, zgodnie z art. 2 ust. 3 i art. 7 ust. 3 u.o.n.p.k. w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

W związku z powyższym, wraz z prawidłowym złożeniem przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy powstają skutki odstąpienia (tj. umowę uważa się za niezawartą) oraz aktualizuje się obowiązek obu stron – konsumenta i przedsiębiorcy – do niezwłocznego zwrotu wzajemnie otrzymanych świadczeń, jednak nie później niż w terminie 14 dni od dnia odstąpienia przez konsumenta od umowy. Ustawową przesłanką skutecznego odstąpienia od umowy jest zatem wysłanie przez konsumenta – przed upływem 10-dniowego terminu – pisemnego oświadczenia wyrażającego w sposób dostateczny wolę konsumenta odstąpienia od umowy, a spełnienie tego wymogu powoduje, że umowę należy z mocy prawa uznawać za niezawartą. Przewidziany w ww. ustawie obowiązek zwrotu tego, co strony sobie świadczyły jest jedynie konsekwencją odstąpienia przez konsumenta od umowy, z zastrzeżeniem, że zwrot towaru może nastąpić jednocześnie ze złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Brak zależności pomiędzy odstąpieniem od umowy a zwrotem towaru potwierdza również fakt, że ustawa przewiduje różne terminy na dokonanie tych czynności: dla oświadczenia o odstąpieniu od umowy jest to termin 10 dni (liczony od daty zawarcia umowy albo wydania rzeczy), podczas gdy towar powinien być zwrócony niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 14 dni liczonym od daty odstąpienia od umowy.

Użyte w przepisach ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny pojęcie „zmian koniecznych w granicach zwykłego zarządu” (art. 2 ust. 3 i art. 7 ust. 3 u.o.n.p.k.) jest pojęciem ogólnym, które ulega doprecyzowaniu w indywidualnym przypadku. Niemniej jednak można

stwierdzić, iż w każdym przypadku zakupu telefonu lub modemu zmianami mieszczącymi się w powyższych granicach będą zmiany wynikające z takich czynności jak: rozpakowanie telefonu lub modemu, naładowanie baterii oraz sprawdzenie funkcjonalności zakupionego telefonu lub modemu.

Treść cytowanych powyżej przepisów nie daje jednocześnie podstawy do uznania, że w przypadku zwrotu przez konsumenta świadczenia (telefonu lub modemu) w stanie zmienionym, które to zmiany nie były konieczne w granicach zwykłego zarządu, przedsiębiorca może odmówić przyjęcia zwrotu i odesłać go z powrotem konsumentowi. Należy zauważyć, że źródłem obowiązku zwrotu świadczeń nie jest treść stosunku zobowiązaniowego – umowa jest uważana za niezawartą – a przepis ustawy, natomiast sam zwrot świadczenia należy traktować jako czynność faktyczną, a nie prawną. Brak jest zatem podstaw prawnych dla nieprzyjmowania przez przedsiębiorcę zwracanego towaru z uwagi na jego stan. Dopiero na podstawie przyjętego towaru, przedsiębiorca może ocenić, czy towar odpowiada wymogom stawianym przez ustawę. W związku z powyższym, wobec niewykonania w sposób prawidłowy obowiązku ciążącego na konsumencie, przedsiębiorca, który w wyniku działania lub zaniechania konsumenta poniósł szkodę, może żądać jej naprawienia na zasadach ogólnych.

W powyższym zakresie Prezes UOKiK stwierdził występowanie następujących nieprawidłowości.

10.1 Informowanie konsumentów, iż w związku z odstąpieniem od umowy sprzedaży towaru zawartej na odległość towar musi zostać zwrócony w stanie niezmienionym lub nie noszącym śladów użytkowania.

Nieprawidłowości zostały wykryte u dwóch (Polska Telefonia Komórkowa Centertel Sp. z o.o., Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.) z czterech badanych operatorów telefonii komórkowej.

Przykład 1: (Polska Telefonia Komórkowa Centertel Sp. z o.o.)

Stosowany przez Polską Telefonię Komórkową Centertel sp. z o.o. wzór oświadczenia konsumenta o „Odstąpieniu od Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych / Umowy sprzedaży telefonu w ofercie promocyjnej” zawiera postanowienie o treści:

*Ważna informacja:*

*W przypadku korzystania przez konsumenta z prawa do odstąpienia od Umowy zwracany zestaw powinien być dostarczony w stanie nienaruszonym tzn.:*

- *telefon spakowany w oryginalnym opakowaniu producenta, wraz z umieszczonymi wszystkimi elementami zabezpieczającymi, np. folia na wyświetlaczu telefonu, ładowarka, folie zabezpieczające akumulator, elementy mocujące, zwinięty przewód ładowarki, komplet instrukcji,*
- *bateria spakowana w oryginalnym opakowaniu, posiadająca naklejkę identyfikacyjną z kodem kreskowym i symbolem baterii, itp.,*
- *wszystkie dokumenty sprzedaży wraz z wypełnionym, niniejszym oświadczeniem.*

*Wszelkie odstępstwa od powyższych wymagań mogą być podstawą nie uznania odstąpienia od Umowy za zgodne z art. 7 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów. W takim*

*przypadku wszelkie koszty i ryzyka z tym związane ponosi konsument.*

W ocenie Prezesa UOKiK powyższa informacja może być nieprawdziwa, gdyż wbrew przepisom ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny sugeruje, że przesłanką warunkującą odstąpienie od umowy jest zwrot towaru. Mając na uwadze powyższe, w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

**Przykład 2: (Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.)**

Stosowany przez Polską Telefonię Cyfrową Sp. z o.o. regulamin sklepu internetowego era.pl zawierał postanowienie o treści:

*W szczególności zwrot nie będzie przyjęty, gdy zwracane produkty będą nosić ślady użytkowania. W tym przypadku przesyłka zostanie odesłana do klienta na jego koszt.*

Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o., uwzględniając uwagi Prezesa UOKiK, dokonała zmiany regulaminów zawierania umów z wykorzystaniem sklepu internetowego i telesprzedaży w ten sposób, że w razie odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych / umowy sprzedaży, strony zobowiązane są do zwrotu tego, co sobie wzajemnie świadczyły w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu.

10.2 Informowanie konsumentów, że w związku z odstąpieniem od umowy towar musi być zwrócony w terminie 10 dni od dnia zawarcia umowy lub wydania towaru.

Nieprawidłowości zostały wykryte u dwóch (P4 Sp. z o.o., Polkomtel S.A.) z czterech badanych operatorów telefonii komórkowej.

**Przykład 1: (P4 Sp. z o.o.)**

Konsultanci P4 Sp. z o.o. przekazują konsumentom, wyrażającym podczas rozmowy telefonicznej gotowość zawarcia na odległość umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, aneksu do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży, informacje według następującego wzoru:

*Termin zwrotu zakupionego towaru i rezygnacji z usług w ramach odstąpienia od umowy zawartej na odległość wynosi 10 dni kalendarzowych i jest liczony od dnia, w którym nastąpiło wydanie towaru i zawarcie Umowy.*

*Do momentu aktywacji karty SIM, Klienta, który zakupił usługę w Sklepie Internetowym bądź za pośrednictwem sprzedaży telefonicznej, obowiązuje ustawowy okres 10 dni na zwrot zakupionego towaru.*

W ocenie Prezesa UOKiK powyższa informacja może być nieprawdziwa, gdyż nie uwzględnia dyspozycji art. 7 ust. 3 u.o.n.p.k. stanowiącego, że zwrot świadczeń powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Mając na uwadze powyższe, w przedmiotowej sprawie zostało wszczęte postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

**Przykład 2: (Polkomtel S.A.)**

Na stronach sklepu internetowego [www.plus.pl](http://www.plus.pl), w zakładce FAQ, została zamieszczona informacja, iż konsument odstępując od umowy posiada możliwość zwrotu towaru w terminie 10 dni od momentu odebrania przesyłki.

Polkomtel S.A., w toku postępowania wyjaśniającego, uwzględnił uwagi Prezesa UOKiK.

10.3 Nieprawidłowości w zakresie informowania konsumentów o terminie w jakim przedsiębiorca dokona zwrotu świadczenia otrzymanego od konsumenta w związku z odstąpieniem od umowy.

Nieprawidłowości zostały wykryte u jednego (Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.) z czterech badanych operatorów telefonii komórkowej.

**Przykład: (Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.)**

Stosowany przez Polską Telefonię Cyfrową Sp. z o.o. regulamin sklepu internetowego [era.pl](http://era.pl) zawierał postanowienie o treści:

*Jeśli zwrot będzie przyjęty, wówczas w ciągu 45 dni roboczych od daty wpłynięcia przesyłki do Operatora Klient otrzyma zwrot ceny zapłaconej za zamówiony produkt w formie podanej przez Klienta w formularzu zwrotu.*

Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o., uwzględniając uwagi Prezesa UOKiK, dokonała zamiany regulaminu sklepu internetowego, zastrzegając wyraźnie, że w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy zwrot wzajemnych świadczeń następuje niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 14 dni.

### III. PODSUMOWANIE

Należy podkreślić, że konieczność prowadzenia systematycznych kontroli przestrzegania praw konsumentów w obszarze e-commerce wynika przede wszystkim z dynamicznego rozwoju tego sektora rynku, a co za tym idzie z rosnącą liczbą przedsiębiorców i konsumentów uczestniczących w handlu elektronicznym.

W ramach działań Prezesa UOKiK w latach 2007–2010 dotyczących kontroli przestrzegania praw konsumentów w handlu elektronicznym oraz w transakcjach przeprowadzanych na odległość wszczęto **13 postępowań wyjaśniających, 22 postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**, wydano **12 decyzji** oraz wniesiono do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dwa pozwy o uznanie postanowień wzorców umowy za niedozwolone. Podkreślenia wymaga, że część przedsiębiorców zadeklarowała chęć współpracy i dobrowolnie dokonała zmian w celu usunięcia stwierdzonych przez Prezesa UOKiK nieprawidłowości (trzynastu przedsiębiorców na etapie postępowania wyjaśniającego oraz 10 przedsiębiorców na etapie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów).

Poczynione w toku ww. działań Prezesa UOKiK ustalenia prowadzą do wniosku, że podstawowymi problemami stwierdzonymi w wyniku kontroli sklepów internetowych są w szczególności wprowadzające konsumentów w błąd działania przedsiębiorców odnoszące się m.in. do tożsamości przedsiębiorców, zasad i warunków świadczonych usług oraz prawa odstąpienia.

W badanym sektorze operatorów telefonii komórkowej zawierających z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży z wykorzystaniem sklepu internetowego albo telesprzedaży, stwierdzono natomiast nieprawidłowości w zakresie informowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy oraz w zakresie respektowania tego prawa. Dostrzeżone nieprawidłowości wydają się być konsekwencją wykształcenia się pewnej szczególnej dla przedmiotowego rynku praktyki przedsiębiorców oferujących usługi telekomunikacyjne w ścisłym związku ze sprzedażą urządzeń służących do korzystania z tych usług, w szczególności telefonów i modemów. W efekcie najbardziej rozpowszechnionym modelem jest zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub aneksu do umowy wraz z umową sprzedaży telefonu lub modemu. Telefon lub modem jest oferowany konsumentom w promocyjnych cenach (np. symboliczna złotówka) składających się na ulgę udzieloną konsumentowi przy zawarciu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Skutkuje to obawami przedsiębiorców telekomunikacyjnych przed nadużyciami ze strony konsumentów, które mogłyby polegać na odstępowaniu od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych bez jednoczesnego odstąpienia od umowy sprzedaży telefonu lub modemu. W takiej sytuacji konsument nabywałby telefon lub modem np. w cenie 1 zł nie będąc jednocześnie związany z przedsiębiorcą umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W związku z powyższym warto podkreślić, że nie budzi zastrzeżeń ze strony UOKiK praktyka przedsiębiorców telekomunikacyjnych wymagająca na konsumentach odstępowania od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych jednoczesnego odstąpienia od umowy sprzedaży, jeśli ta ostatnia wiązała się ze sprzedażą telefonu lub modemu po promocyjnej cenie (udzieleniem konsumentowi ulgi). Niemniej jednak nie można uznać za dopuszczalne praktyk, które – mając na celu zabezpieczenie interesów ekonomicznych przedsiębiorcy – prowadzą do wyłączenia lub ograniczenia prawa konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

W toku prowadzonych działań Prezes UOKiK zetknął się również z praktyką przedsiębiorców telekomunikacyjnych polegającą na tym, że w niektórych przypadkach rozpoczęcie świadczenia usług nie było traktowane jako przeszkoda w uznaniu za skuteczne oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, pomimo braku wyraźnego postanowienia umownego gwarantującego konsumentom możliwość odstąpienia od umowy po rozpoczęciu świadczenia usług. Powyższa praktyka, jakkolwiek korzystna dla konsumenta, może jednak powodować brak pewności prawnej co do tego, czy danemu konsumentowi prawo do odstąpienia przysługuje, czy też nie, a co więcej nie wyklucza zmiany praktyki przedsiębiorcy w dowolnym czasie. W tym kontekście należy zwrócić uwagę, że możliwe jest zastrzeżenie w umowie, że konsument nie traci prawa odstąpienia od umowy pomimo rozpoczęcia świadczenia usług telekomunikacyjnych, o ile oświadczenie o odstąpieniu zostanie złożone w terminie 10 dni od dnia zawarcia umowy/wydania towaru.

Generalnym problemem dotyczącym całego sektora handlu elektronicznego i transakcji na odległość są także wymagania i warunki stawiane przez przedsiębiorców konsumentom odstępującym od umów zawartych na odległość w odniesieniu do stanu zwracanego towaru. W tym kontekście należy jeszcze raz podkreślić, że co do zasady konsument odstępujący od umowy jest zobowiązany zwrócić towar w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Za niewykonanie lub nienależyte wykonanie tego obowiązku, konsument może ponieść odpowiedzialność na zasadach ogólnych określonych w kodeksie cywilnym. Jednocześnie brak jest podstaw do uznania, że przedsiębiorca może na podstawie własnej, subiektywnej oceny odmówić przyjęcia zwracanego towaru i odesłać go z powrotem konsumentowi, co może zapoczątkować serię następujących po sobie zwrotów towaru.

## IV. INFORMACJE DLA KONSUMENTÓW

Poniżej zamieszczone informacje mogą okazać się przydatne konsumentom dokonującym zakupów w internecie lub też decydującym się na zawarcie albo zmianę umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży telefonu lub modemu z wykorzystaniem strony internetowej albo telesprzedaży.

1. Podczas rozmowy z konsultantem na temat proponowanych warunków umowy/zmiany warunków umowy, w przypadku jakichkolwiek niejasności należy żądać wyjaśnień lub doprecyzowania treści oferty. Zamawiając umowy za pośrednictwem sklepu internetowego należy dokładnie przeanalizować warunki oferty, w tym również regulaminy oraz cennik świadczenia usług.
2. W przypadku wizyty kuriera należy dokładnie zapoznać się z treścią proponowanej umowy, w tym również załączników, tj. regulaminów oraz cenników. Należy pamiętać, iż złożenie na umowie podpisu oznacza akceptację postanowień umowy, regulaminu i cennika. Istotne jest, że zarówno dla indywidualnego konsumenta, jak i przedsiębiorcy wiążące są postanowienia zawartej umowy, a nie deklaracje i informacje przekazywane konsumentowi podczas rozmowy telefonicznej z konsultantem lub za pośrednictwem strony internetowej.
3. Pamiętać należy, iż zamówienie złożone poprzez sklep internetowy albo u konsultanta nie musi być równoznaczne z zawarciem umowy. W sytuacji złożenia zamówienia, konsument nie jest zobowiązany do podpisania dokumentów i odbioru sprzętu podczas wizyty kuriera i może zrezygnować z zawarcia umowy.
4. Jeżeli konsument potrzebuje więcej czasu na zapoznanie się z doręczonym przez kuriera projektem umowy, regulaminem i cennikiem powinien o tym poinformować kuriera/przedsiębiorcę. Niedopuszczalne jest wywieranie nacisku na konsumenta w celu jak najszybszego podpisania umowy, motywując to chociażby pośpiechem związanym z koniecznością realizacji kolejnych zamówień.
5. Odbierając od kuriera przesyłkę, najlepiej jeszcze przed podpisaniem umowy, należy dokładnie sprawdzić, w obecności kuriera, czy otrzymany towar jest kompletny, czy nie jest uszkodzony oraz czy załączono całą wymaganą dokumentację (np. instrukcję obsługi w języku polskim). W przypadku jakichkolwiek braków lub uszkodzeń konsument może odmówić przyjęcia towaru oraz zrezygnować z zawarcia umowy.
6. Należy pamiętać, że w niektórych przypadkach, sprzedawcą telefonu może być inny przedsiębiorca (np. autoryzowany punkt sprzedaży danej sieci komórkowej) aniżeli operator telekomunikacyjny, z którym zawierana jest umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W takich sytuacjach, stroną umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych pozostaje operator telekomunikacyjny (w którego imieniu umowę zawarł inny przedsiębiorca), natomiast stroną umowy sprzedaży np. telefonu/modemu/notebooka jest bezpośrednio wskazany przedsiębiorca. Sprzedawcą jest zawsze podmiot wskazany na fakturze lub rachunku za sprzęt. Prawidłowe ustalenie sprzedawcy towaru jest istotne z punktu widzenia realizacji praw

konsumentów wynikających z ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.

7. Jeżeli kurier dostarczający dokumenty umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wraz z umową sprzedaży telefonu/modemu/notebooka posiada pełnomocnictwo przedsiębiorcy telekomunikacyjnego do zawarcia jednej lub obu z ww. umów oraz podpisuje je w obecności konsumenta, to takie umowy zostaną zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa. W takim przypadku konsument zachowuje prawo do odstąpienia od obu umów, w terminie 10 dni od ich zawarcia, nawet jeżeli świadczenie usług telekomunikacyjnych rozpoczęło się przed upływem terminu na odstąpienie od umowy.

8. Jeżeli kurier nie posiada pełnomocnictwa, o którym mowa w punkcie 7 powyżej, a więc pełni funkcję posłańca, to umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowa sprzedaży będzie zawarta na odległość. Konsument jest uprawniony do odstąpienia od takiej umowy w terminie 10 dni od daty wydania towaru albo zawarcia umowy o świadczenie usług. Ponadto, konsument może wyrazić albo odmówić wyrażenia zgody na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

8.1. W przypadku wyrażenia przedmiotowej zgody, przedsiębiorca może rozpocząć świadczenie usług telekomunikacyjnych i od tego momentu, tj. od momentu rozpoczęcia świadczenia usług, a nie wyrażenia zgody, konsument traci prawo do odstąpienia od umowy, chyba że w samej umowie wyraźnie zastrzeżono, że rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych nie powoduje utraty prawa odstąpienia.

8.2. W przypadku nieudzielenia przez konsumenta zgody na rozpoczęcie świadczenia usług, ewentualne rozpoczęcie świadczenia usług odbywa się na ryzyko przedsiębiorcy, a konsument zachowuje w tej sytuacji prawo odstąpienia od umowy. Niemniej jednak należy zaznaczyć, że wyrażenie przez konsumenta przedmiotowej zgody już po rozpoczęciu świadczenia usług powoduje, iż z momentem zgody następuje utrata prawa odstąpienia.

9. Jeżeli pomimo wstępnego ustalenia warunków umowy za pośrednictwem sklepu internetowego albo kontaktu z konsultantem do zawarcia umowy (podpisanie dokumentów, wydanie towaru) dochodzi w siedzibie przedsiębiorcy (salonie sprzedaży, sklepie, itp.), to konsument nie ma prawa odstąpienia od tak zawartej umowy, chyba że przedsiębiorca dobrowolnie w umowie zastrzegł na rzecz konsumenta istnienie takiego prawa. W takim przypadku, terminy i warunki realizacji prawa odstąpienia od umowy określa sama umowa, a nie przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

10. W przypadku zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych dokonanej na odległość, konsument posiada prawo odstąpienia od tak dokonanych zmian warunków umowy w terminie 10 dni od dnia pisemnego potwierdzenia dokonania zmian, na podstawie ustawy Prawo telekomunikacyjne. Co do zasady konsument traci przedmiotowe prawo odstąpienia w momencie rozpoczęcia świadczenia usług, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu na odstąpienie. W kwestii zgody na rozpoczęcie świadczenia usług na warunkach zmienionych aktualnie pozostają uwagi zawarte w punkcie 8 powyżej. W przypadku

odstąpienia od zmiany warunków umowy następuje powrót do stanu poprzedniego, co oznacza świadczenie usług telekomunikacyjnych na warunkach przed dokonaniem zmian.

11. Realizując prawo odstąpienia od umowy konsument powinien wysłać stosowne oświadczenie przed upływem 10-dniowego terminu od momentu zawarcia umowy (umowy poza lokalem przedsiębiorstwa) albo od momentu wydania towaru lub zawarcia umowy o świadczenie usług (umowy na odległość). Konsument powinien niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni liczonych od dnia odstąpienia, zwrócić zakupiony towar, przy czym nie ma przeszkód dla zwrotu towaru jednocześnie z wysłaniem oświadczenia o odstąpieniu. Zwracany towar musi znajdować się w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. W związku z powyższym, konsument jest uprawniony np. do rozpakowania towaru, zdjęcia folii zabezpieczających i sprawdzenia sprawności działania urządzenia.

Pamiętać również należy, iż w przypadku dokonania transakcji na odległość, o ile strony nie umówią się inaczej, prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje konsumentowi m.in. w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerów po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania w sposób, który będzie uniemożliwiał powrót tych towarów do obrotu, a także świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą.

Zwracany towar musi być kompletny, a w przypadku wszelkich braków konsument musi liczyć się z wezwaniem przedsiębiorcy do ich uzupełnienia. W przypadku, gdy konsument uszkodzi zwracany towar, musi liczyć się z możliwością poniesienia odpowiedzialności odszkodowawczej względem przedsiębiorcy.

Wysyłając towar należy – stosownie do jego właściwości – zapakować go w sposób zabezpieczający przed ewentualnymi uszkodzeniami w transporcie.

12. Dokonując transakcji za pośrednictwem internetu pamiętać należy, że konsumentowi – analogicznie jak w sprzedaży tradycyjnej - przysługuje na podstawie ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego prawo do dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, o czym jednak przedsiębiorca nie ma obowiązku informować konsumenta. Zgodnie z przepisami ww. ustawy, sprzedawca odpowiada wobec konsumenta za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania towaru. Innymi mówiąc słowy, konsument ma w tym czasie prawo reklamować taki towar z tytułu niezgodności z umową. W przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru, domniemywa się, że przedmiotowa niezgodność istniała już w chwili wydania towaru. Konsument może żądać od przedsiębiorcy doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną odprawę albo może żądać wymiany towaru na nowy. W dalszej kolejności, przy wystąpieniu przesłanek określonych w tej ustawie, konsument może domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy. Kwestią niezwykle ważną z praktycznego punktu widzenia jest to, że

konsument traci powyższe uprawnienia, jeśli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi o tym przedsiębiorcy.

Niezależnie od powyższych uprawnień, konsument może reklamować towar zakupiony w internecie na podstawie gwarancji przedsiębiorcy (będącego zwykle producentem towaru) na warunkach w niej określonych, z tym jednak zastrzeżeniem, iż udzielenie takiej gwarancji nie jest obowiązkowe. Gwarant określa czas trwania gwarancji, terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej i warunki na jakiej jest ona realizowana. Niemniej jednak to do konsumenta należy decyzja, na jakiej podstawie zamierza reklamować zakupiony towar w wypadku gdy jego właściwości nie odpowiadają umowie. Gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego z tytułu niezgodności towaru z umową.

13. W przypadku korzystania z serwisów przedsiębiorców świadczących usługi drogą elektroniczną, związanych z telefonią komórkową – sprzedaż m.in. dzwonek, tapet, gier na komórki etc. należy zwrócić szczególną uwagę na treść informacji handlowych otrzymywanych od przedsiębiorcy oraz dokładnie zapoznać się z regulaminem świadczenia usług. W pewnych sytuacjach korzystanie z gry na telefon komórkowy, której reklama wskazuje na jej darmowy charakter (np. znajdujące się w czasopiśmie lub internecie reklamy gier na telefon „ZA DARMO”), może się bowiem wiązać ze znacznymi kosztami. Bezpłatność takich gier polega na tym, że przedsiębiorca nie pobiera opłaty za samo udostępnienie gry do pobrania na telefon, ale konsument może ponieść koszty związane z transferem danych podczas pobierania takiej gry, zgodnie z cennikiem swojego operatora. Co więcej, mechanizm gry może być tak skonstruowany, że co prawda istnieje możliwość prowadzenia gry bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów, ale pewne elementy gry mogą wymagać wysyłania wiadomości SMS na tzw. numery premium (o podwyższonej opłacie). Należy zaznaczyć, że koszt jednej wysłanej wiadomości premium SMS może wynosić od kilku do kilkunastu złotych, a przy znacznej liczbie wysyłanych wiadomości, koszt zabawy może wynieść od kilkuset do kilku tysięcy złotych.

14. W odniesieniu do coraz powszechniejszych konkursów i loterii, w których udział bierze się poprzez wysłanie wiadomości SMS, również należy pamiętać o tym, że koszt wysłania takiego SMS może wynosić od kilku do kilkunastu złotych. Przed przystąpieniem do gry należy dokładnie zapoznać się z regulaminem i pamiętać, że bez względu na treść informacji zachęcających do wzięcia udziału w konkursie albo zabawie, wysłanie SMS o przystąpieniu do zabawy nie jest najczęściej równoznaczne z wygraniem konkursu albo loterii, gdyż ich wieloetapowa konstrukcja powoduje, iż dotarcie do tzw. finału wymaga wysłania wielu kolejnych wiadomości SMS na tzw. numery premium.