



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W BYDGOSZCZY**

ul. Długa 47,85-034 Bydgoszcz
Tel. 52 345-56-44, Fax 52 345-56-17,
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 28 sierpnia 2013 r.

Znak sprawy: RBG-61-16/13/PD

DECYZJA nr RBG - 22/2013

- I.** Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy – po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko **Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie**

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

po uprawdopodobnieniu stosowania przez **Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie** praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. stosowaniu w Regulaminie korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl – przy zawarciu umowy z konsumentem za pomocą środków porozumiewania się na odległość - postanowień umownych wpisanych - na podstawie art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964r. – *Kodeks postępowania cywilnego* (Dz. U. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.) - do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o treści:

A. *Administratorem danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (tj. Dz.U. z 2002 roku, nr 101, poz. 926 z późn. zm.) jest Złote Wyprzedaże S.A.. Dane osobowe Klientów są przetwarzane przez Złote Wyprzedaże S.A. w celu świadczenia usług, obsługi transakcji sprzedaży Towarów, archiwizacji, a także w celach marketingowych dotyczących usług i produktów podmiotów współpracujących. Klient korzystając z Złote Wyprzedaże nie będzie otrzymywał informacji marketingowych i handlowych, jeśli nie wyrazi na to zgody. (§4 ust. 2 Regulaminu)*

B. *W przypadku skorzystania przez Klienta z prawa odstąpienia od umowy, Klient jest obowiązany odesłać towar niezwłocznie, tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni na adres podany na stronie www.zlotewyprzedaze.pl/kontakt w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Klient powinien zwrócić towar w takim składzie ilościowym i jakościowym, z zastrzeżeniem*

zdania pierwszego, jaki otrzymał od Złote Wyprzedaże S.A. W szczególności, powinien dołączyć wszelkie otrzymane wraz z towarem części, akcesoria, instrukcje, warunki użytkowania, itp. dokumenty (nie dotyczy dowodu zakupu) a także oryginalne opakowanie. (§ 11 ust. 3 Regulaminu),

co może stanowić naruszenie **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1** ustawy z dnia 16 lutego 2007r. *o ochronie konkurencji i konsumentów*;

2. naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej oraz pełnej informacji poprzez niezamieszczenie w regulaminie korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl, **warunków świadczenia usług elektronicznych**, tj. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca - wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002r. *o świadczeniu usług drogą elektroniczną* (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.),

co może stanowić naruszenie **art. 24 ust 1 i 2 pkt 2** ustawy z dnia 16 lutego 2007r. *o ochronie konkurencji i konsumentów*;

3. zamieszczenie w Regulaminie korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl – przy zawarciu umowy z konsumentem za pomocą środków porozumiewania się na odległość – postanowień o treści:

A. *Złote Wyprzedaże S.A. zastrzega, że zdjęcia Towarów są **jedynie przykładowe** i nie służą prezentacji konkretnie wskazanych w nich modeli. Różnice wynikające z indywidualnych ustawień komputera danego Klienta (kolor, proporcje itd.) nie mogą być podstawą do reklamacji Towaru.* (§ 8 ust. 1 Regulaminu),

B. *W przypadku gdy Towar jest niezgodny z umową Klient może żądać:*

1. **w pierwszej kolejności** - nieodpłatnej naprawy Towaru,
2. *jeśli naprawa jest niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów albo jeżeli Złote Wyprzedaże S.A. nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie, Towar zostanie wymieniony na nowy w cenie równej lub wyższej od reklamowanego,*
3. *jeżeli nie jest możliwe dokonanie naprawy lub wymiany może nastąpić obniżenie ceny lub zwrot gotówki poprzez wpłatę na konto Klienta.* (§ 10 ust. 8 pkt 1, 2 i 3 Regulaminu)

które mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im praw z mocy art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 z późn. zm.) w zakresie możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową, które to działanie może również wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. Nr 171, poz. 1206),

co może stanowić naruszenie **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3** ustawy z dnia 16 lutego 2007r. *o ochronie konkurencji i konsumentów*.

i po zobowiązaniu się przez Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie do:

1. zaniechania stosowania w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowień Regulaminu korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl wpisanych do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy – *Kodeks postępowania cywilnego*, o treści:

A. Administratorem danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (tj. Dz.U. z 2002 roku, nr 101, poz. 926 z późn. zm.) jest Złote Wyprzedaże S.A.. Dane osobowe Klientów są przetwarzane przez Złote Wyprzedaże S.A. w celu świadczenia usług, obsługi transakcji sprzedaży Towarów, archiwizacji, a także w celach marketingowych dotyczących usług i produktów podmiotów współpracujących. Klient korzystając z Złote Wyprzedaże nie będzie otrzymywał informacji marketingowych i handlowych, jeśli nie wyrazi na to zgody. (§4 ust. 2 Regulaminu)

poprzez zastąpienie go postanowieniem o następującej treści:

Administratorem danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (tj. Dz. U. z 2002 roku, nr 101, poz. 926 z pozn. zm.) jest Złote Wyprzedaże S.A.

B. W przypadku skorzystania przez Klienta z prawa odstąpienia od umowy, Klient jest obowiązany odesłać towar niezwłocznie, tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni na adres podany na stronie www.zlotewyprzedaze.pl/kontakt w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Klient powinien zwrócić towar w takim składzie ilościowym i jakościowym, z zastrzeżeniem zdania pierwszego, jaki otrzymał od Złote Wyprzedaże S.A. W szczególności, powinien dołączyć wszelkie otrzymane wraz z towarem części, akcesoria, instrukcje, warunki użytkowania, itp. dokumenty (nie dotyczy dowodu zakupu) a także oryginalne opakowanie. (§ 11 ust. 3 Regulaminu),

poprzez zastąpienie go postanowieniem o następującej treści:

W przypadku skorzystania przez Klienta z prawa odstąpienia od umowy, Klient jest obowiązany odesłać towar niezwłocznie, tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni na adres podany na stronie www.zlotewyprzedaze.pl/kontakt w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Klient powinien zwrócić towar w takim składzie ilościowym i jakościowym, z zastrzeżeniem zdania pierwszego, jaki otrzymał od Złote Wyprzedaże S.A. W szczególności, powinien dołączyć wszelkie otrzymane wraz z towarem części, akcesoria, instrukcje, warunki użytkowania, itp. dokumenty (nie dotyczy dowodu zakupu) a także oryginalne opakowanie, o ile takie posiada.

2. zmiany w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Regulaminu korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl, poprzez **wprowadzenie do Regulaminu Artykułu 8 zdanie drugie o następującej treści:**

Korzystanie ze sklepu internetowego wymaga spełnienia przez system teleinformatyczny, z którego korzysta Klient następujących minimalnych wymagań technicznych:

a) *Internet Explorer w wersji 7.0 lub nowszej z włączoną obsługą ActiveX, JavaScript i Cookies*
lub

b) *Mozilla Firefox w wersji 3.0 lub nowszej z włączoną obsługą appletów Javy, JavaScript i Cookies, Google Chrom, Safari, Opera oraz minimalnej rozdzielczości ekranu 1024x768 pikseli.*

3. zaniechania stosowania w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowień Regulaminu korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl, o treści:

A. *Złote Wyprzedaże S.A. zastrzega, że zdjęcia Towarów są **jedynie przykładowe** i nie służą prezentacji konkretnie wskazanych w nich modeli. Różnice wynikające z indywidualnych ustawień komputera danego Klienta (kolor, proporcje itd.) nie mogą być podstawą do reklamacji Towaru. (§8 ust. 1 Regulaminu),*

poprzez zastąpienie go postanowieniem o następującej treści:

Artykuł 8. OGRANICZENIA TECHNOLOGICZNE

Złote Wyprzedaże S.A. zastrzega, że różnice dotyczące zdjęć Towarów, a wynikające z indywidualnych ustawień komputera danego Klienta (kolor, proporcje itd.) nie mogą być podstawą do reklamacji Towaru.

B. *W przypadku gdy Towar jest niezgodny z umową Klient może żądać:*

*1. w **pierwszej kolejności** - nieodpłatnej naprawy Towaru,*

2. jeśli naprawa jest niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów albo jeżeli Złote Wyprzedaże S.A. nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie, Towar zostanie wymieniony na nowy w cenie równej lub wyższej od reklamowanego,

3. jeżeli nie jest możliwe dokonanie naprawy lub wymiany może nastąpić obniżenie ceny lub zwrot gotówki poprzez wpłatę na konto Klienta. (§ 10 ust. 8 Regulaminu)

poprzez zastąpienie go postanowieniem o następującej treści:

1. Jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może zadać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego inny sposób zaspokojenia.

2. Nieodpłatność naprawy i wymiany w rozumieniu ust. 1 oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.

3. Jeżeli sprzedawca, który otrzymał od kupującego żądanie określone w ust. 1, nie ustosunkował się do tego żądania w terminie 14 dni, uważa się, że uznał je za uzasadnione.

4. Jeżeli kupujący, z przyczyn określonych w ust. 1, nie może żądać naprawy ani wymiany, albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, ma on prawo

domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy; od umowy nie może odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna. Przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia.

4. przesłanie w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa UOKiK wszystkim zarejestrowanym klientom Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie, na adres wskazany przez klienta przy rejestracji, treść Regulaminu uwzględniającego wszystkie zmiany wynikające z treści zobowiązania złożonego przez Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie i przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, opisanego szczegółowo powyżej w pkt I.1., I.2 i I.3..

nakłada się obowiązek wykonania tego zobowiązania.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek przedłożenia Prezesowi UOKiK sprawozdania z wykonania nałożonych zobowiązań, w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, poprzez dostarczenie w szczególności niżej wymienionych dokumentów i danych świadczących o zmianie zakwestionowanej praktyki:

- tekstu jednolitego Regulaminu uwzględniającego zmiany;
- informacji o liczbie konsumentów, do których wysłano pocztą elektroniczną Regulamin o zmienionej treści.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (**dalej: Prezes UOKiK**), na skutek zawiadomienia Rzecznika Konsumentów, przeprowadził postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy wzorce umowne stosowane przez Złote Wyprzedaże Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie zawierają niedozwolone postanowienia umowne, a co za tym idzie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, tj. art. 479³⁸ §1 i art. 479³⁹ ustawy z dnia 17 listopada 1964r. – *Kodeks postępowania cywilnego* (Dz. U. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.; **dalej: kp.c.**) w związku z art. 385¹-385³ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – *Kodeks cywilny* (Dz.U. z 1964r., Nr 16, poz.. 93 z późn. zm.; **dalej: k.c.**) oraz mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowań w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez stosowanie postanowień wzorów umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone.

Analiza Regulaminu korzystania ze sklepu internetowego na stronie **www.zlotewyprzedaże.pl** stosowanego przy zawieraniu umowy z konsumentem za pomocą środków porozumiewania się na odległość (**dalej: Regulamin**) przeprowadzona w toku ww. postępowania wyjaśniającego wykazała, że obecnie stroną internetową prowadzi i za jej

pomocą dokonuje sprzedaży spółka Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie (**dalej: Złote Wyprzedaże**), która to spółka jest jedynym wspólnikiem spółki Złote Wyprzedaże Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Ponadto analiza ta uzasadniła podejrzenie stosowania przez Złote Wyprzedaże praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym Prezes UOKiK postanowieniem nr RBG-121/2013 z dnia 21 maja 2013r. wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez Złote Wyprzedaże praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych na wstępie niniejszej decyzji. Tym samym postanowieniem Prezes UOKiK zaliczył w poczet materiału dowodowego dokumenty zgromadzone w postępowaniu wyjaśniającym.

W odpowiedzi na przedstawione zarzuty, Złote Wyprzedaże – w piśmie z dnia 9 czerwca 2013r. – złożyły zobowiązanie do zaniechania stosowania praktyki w zakresie wskazanym w sentencji niniejszej decyzji. Przedsiębiorca podjął nadto merytoryczną polemikę w zakresie zasadności postawionych mu zarzutów, zastrzegając jednocześnie, że w razie odmiennej oceny dokonanej przez Prezesa UOKiK, zobowiązuje się do zaniechania stosowania wszystkich zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK postanowień Regulaminu.

Prezes UOKiK zawiadomił Stronę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Z powyższego uprawnienia Strona nie skorzystała.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

Na podstawie zebranego materiału dowodowego Prezes UOKiK ustalił, iż Złote Wyprzedaże S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym od dnia 10 lipca 2012r. do Rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000426614, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

Przedmiot działalności przedsiębiorcy, zgodnie z wpisem do ww. rejestru, stanowią m.in. handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi; handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi; działalność portali internetowych; reklama.

(dowód: Informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z rejestru przedsiębiorców KRS z dnia 27 lutego 2013 r.)

Złote Wyprzedaże stosują w zakresie korzystania ze sklepu internetowego na stronie www.zlotewyprzedaze.pl Regulamin zawierający następujące postanowienia:

- §4 ust. 2 Regulaminu:

Administratorem danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (tj. Dz.U. z 2002 roku, nr 101, poz. 926 z późn. zm.) jest Złote Wyprzedaże S.A.. Dane osobowe Klientów są przetwarzane przez Złote Wyprzedaże S.A. w celu świadczenia usług, obsługi transakcji sprzedaży Towarów, archiwizacji, a także w celach marketingowych dotyczących usług i produktów podmiotów współpracujących. Klient korzystając z Złote Wyprzedaże nie będzie otrzymywał informacji marketingowych i handlowych, jeśli nie wyrazi na to zgody.

- § 11 ust. 3 Regulaminu:

*W przypadku skorzystania przez Klienta z prawa odstąpienia od umowy, Klient jest obowiązany odesłać towar niezwłocznie, tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni na adres podany na stronie www.zlotewyprzedaze.pl/kontakt w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Klient powinien zwrócić towar w takim składzie ilościowym i jakościowym, z zastrzeżeniem zdania pierwszego, jaki otrzymał od Złote Wyprzedaże S.A. W szczególności, powinien dołączyć wszelkie otrzymane wraz z towarem części, akcesoria, instrukcje, warunki użytkowania, itp. dokumenty (nie dotyczy dowodu zakupu) **a także oryginalne opakowanie.***

- § 8 ust. 1 Regulaminu:

*Złote Wyprzedaże S.A. zastrzega, że zdjęcia Towarów są **jedynie przykładowe** i nie służą prezentacji konkretnie wskazanych w nich modeli. Różnice wynikające z indywidualnych ustawień komputera danego Klienta (kolor, proporcje itd.) nie mogą być podstawą do reklamacji Towaru. (§8 ust. 1 Regulaminu),*

- § 10 ust.8 pkt 1, 2 i 3 Regulaminu:

W przypadku gdy Towar jest niezgodny z umową Klient może żądać:

- 1. w **pierwszej kolejności** - nieodpłatnej naprawy Towaru,*
- 2. jeśli naprawa jest niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów albo jeżeli Złote Wyprzedaże S.A. nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie, Towar zostanie wymieniony na nowy w cenie równej lub wyższej od reklamowanego,*
- 3. jeżeli nie jest możliwe dokonanie naprawy lub wymiany może nastąpić obniżenie ceny lub zwrot gotówki poprzez wpłatę na konto Klienta.*

Ponadto w Regulaminie, wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.; **dalej: śudeu**) nie zamieszczono warunków świadczenia usług elektronicznych, tj. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca.

(dowód: wydruk Regulaminu ze strony internetowej:
<http://www.zlotewyprzedaze.pl/regulamin-0>)

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Interes publiczny

Przepis art. 1 ust. 1 z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.; **dalej: okiku**) ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

Niniejsze postępowanie dotyczy podejrzenia stosowania przez Złote Wyprzedaże, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- stosowaniu w Regulaminie niedozwolonych postanowień wzorców umów uznanych za abuzywne i wpisanych, na podstawie art. 479⁴⁵ k.p.c. do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone;

- stosowaniu w Regulaminie postanowień, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im, z mocy art. 8 ustawy z dnia 27 lipca 2002r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 z późn.zm.; **dalej: swspu**) praw w zakresie możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową;

- nie zamieszczeniu w Regulaminie, wbrew dyspozycji art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 *śudeu* warunków świadczenia usług elektronicznych, tj. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca.

Praktyki te mogą dotyczyć wszystkich potencjalnych klientów przedsiębiorcy, którzy chcieliby skorzystać z jego oferty i zawrzeć umowę sprzedaży oferowanych na stronie www.zlotewyprzedaze.pl towarów. Uznać wobec tego należy, iż niniejsze postępowanie prowadzone było w interesie publicznym.

Strona postępowania

Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określony w art. 24 ust. 1 *okiku* dotyczy jedynie przedsiębiorców, a zatem stroną postępowania prowadzonego przed Prezesem UOKiK może być jedynie podmiot posiadający status przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przepisy art. 4 pkt 1 *okiku* w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy *o swobodzie działalności gospodarczej* (t.j. Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447 z późn. zm.) definiują przedsiębiorcę jako osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą – czyli zgodnie z art. 2 ustawy *o swobodzie działalności gospodarczej* zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową a także zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły – a także mającą charakter zarobkowy.

Złote Wyprzedaze, będąc spółką prawa handlowego (osobą prawną) wpisaną do Rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, wykonuje działalność handlową m.in. w zakresie sprzedaży detalicznej odzieży, galanterii i innych towarów konsumpcyjnych, która to działalność ma charakter zorganizowany, ciągły i zarobkowy.

Wobec powyższego należy uznać, iż Złote Wyprzedaze są, w świetle cytowanych przepisów przedsiębiorcą. W konsekwencji, działania skarżonej Spółki mogą być poddane ocenie w toku postępowania przed Prezesem UOKiK.

Uprawdopodobnienie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 28 ust. 1 *okiku*, jeżeli w toku postępowania przed Prezesem UOKiK w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 *okiku*, jednak zobowiąże się on do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes UOKiK może w drodze decyzji nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

Analiza przepisu art. 28 ust. 1 *okiku* pozwala jednoznacznie stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia dwóch przesłanek:

- uprawdopodobnienia w trakcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, iż przedsiębiorca stosuje niedozwoloną praktykę, o której mowa w art. 24 ww. ustawy,
- zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom.

Uprawdopodobnienie (*semiplena probatio*) oznacza, że na korzyść Strony postępowania (przedsiębiorcy) odstąpiono od udowodnienia określonych faktów na rzecz uprawdopodobnienia – na podstawie okoliczności sprawy, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania - że stosuje on określoną w art. 24 *okiku* praktykę.¹

Uprawdopodobnienia wymagają wszystkie przesłanki zakazu z art. 24 ust. 1 *okiku* łącznie.

W świetle powyższego, stwierdzić należy, że do wydania decyzji zobowiązującej konieczne jest wystąpienie następujących przesłanek:

- **uprawdopodobnienie bezprawności działania przedsiębiorcy**
- **uprawdopodobnienie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów**
- **złożenie zobowiązania przez przedsiębiorcę**

Uprawdopodobnienie bezprawności działania przedsiębiorcy

W niniejszym postępowaniu uprawdopodobnienia wymagają zarzuty określone w punktach I.1, I. 2 i I.3. postanowienia nr RBG-121/2013 z dnia 21 maja 2013r.

1. Stosowanie klauzul abuzywnych wpisanych, na podstawie art. 479⁴⁵ k.p.c. do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone

W świetle przepisu art. 24 *okiku* przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ *k.p.c.*

Należy podkreślić, że wykazanie, iż przedsiębiorca wprowadził do obrotu wzorzec umowy zawierający postanowienia o treści już wpisanej do ww. rejestru, stanowi wystarczającą przesłankę do stwierdzenia bezprawności działania tego przedsiębiorcy.

W przypadku stosowania postanowień umownych, o bezprawności działania przedsiębiorcy przesądza również rozszerzona skuteczność wyroku, w sprawie o uznanie postanowień umownych za niedozwolone, co wynika z art. 479⁴³ *k.p.c.* Stosownie do art. 479⁴³ *k.p.c.*, prawomocny wyrok, w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, ma skutek wobec osób trzecich od chwili wpisania, postanowienia uznanego za niedozwolone, do rejestru prowadzonego przez Prezesa UOKIK. Konsekwencją umieszczenia postanowienia umownego w rejestrze jest to, że posłużenie się nim będzie miało skutek wprowadzenia do umowy elementu bezwzględnie przez prawo zakazanego. Wpis do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oznacza, że od tego momentu, stosowanie takiej klauzuli jest zakazane we wszystkich wzorcach umownych, tj. stosowanych także przez innych przedsiębiorców, stosujących wobec konsumentów postanowienia o identycznej lub zbliżonej treści. Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Okręgowego w Warszawie

¹ M. Sieradzka [w:] K.Kohutek, M.Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 681;

– Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (**dalej: SOKiK**) wyrażonym w wyroku z dnia 25 maja 2005r. (sygn. akt XVII Ama 46/04), dla uznania, iż określona klauzula jest niedozwolonym postanowieniem umownym wpisanym do rejestru klauzul niedozwolonych wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie dwóch klauzul powinien być zatem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane postanowienie. Jeśli cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną, oba zapisy można uznać za tożsame. Takie stanowisko zajął także Sąd Najwyższy, w uchwale z dnia 13 lipca 2006r. (sygn. akt III SZP 3/06), stwierdzając, że: „(...) stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c., może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów (...)”. W uzasadnieniu do powyższej uchwały Sąd uznał m.in., że: „(...) praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów art. 23a uokik [obecnie art. 24 – przyp. własny Prezesa UOKiK] obejmuje również przypadki wprowadzania jedynie zmian kosmetycznych polegających na przedstawieniu wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej, co wpisana do rejestru (...). Przyjęta powyżej rozszerzająca wykładnia art. 23a okiku znajduje również uzasadnienie w dyrektywach 93/13 oraz 98/27, a także orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej dotyczącym zasady efektywności. Nie jest zatem konieczna dokładna, literalna identyczność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej i stąd niedozwolone będą także takie postanowienia wzorców umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, której treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną jej wykładnię.

W wyniku analizy Regulaminu zachodzi prawdopodobieństwo stosowania przez Złote Wyprzedaże praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na zamieszczeniu w tymże Regulaminie postanowień wpisanych do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone w brzmieniu:

A. § 4 ust. 2 Regulaminu:

*Administratorem danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych (tj. Dz.U. z 2002 roku, nr 101, poz. 926 z późn. zm.) jest Złote Wyprzedaże S.A.. Dane osobowe Klientów są przetwarzane przez Złote Wyprzedaże S.A. w celu świadczenia usług, obsługi transakcji sprzedaży Towarów, **archiwizacji, a także w celach marketingowych dotyczących usług i produktów podmiotów współpracujących.** Klient korzystając z Złote Wyprzedaże nie będzie otrzymywał informacji marketingowych i handlowych, jeśli nie wyrazi na to zgody.*

W ocenie organu ochrony konsumentów kwestionowany zapis mieści się w hipotezie klauzuli zamieszczonej pod poz. 1752 o treści: „Zainteresowany wyraża zgodę na udostępnienie swoich danych osobowych oraz wyraża zgodę na przechowywanie, przetwarzanie, przekazywanie i wykorzystanie jego danych osobowych w celu przewidzianym umową, **marketingowym i reklamowym przez pośrednika, wierzyciela i osoby trzecie.** Pośrednik będzie postępować z danymi osobowymi zainteresowanego zgodnie z obowiązującymi przepisami a w szczególności zgodnie z ustawą o ochronie danych

osobowych” (wyrok SOKiK z dnia 5 września 2008 r. sygn. akt XVII AmC 341/07) oraz pod poz. 3522 w brzmieniu: *Udostępnione dane osobowe będą przechowywane w bazie danych administratora i będą wykorzystywane w celu prawidłowej realizacji umowy sprzedaży oraz w celach marketingowych w szczególności w celu informowania o nowych produktach, usługach oraz promocjach oferowanych przez sklep www.sonyericsson-sklep.pl* (wyrok SOKiK z dnia 4 października 2011r. sygn. akt XVII AmC 2722/10, potwierdzony wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 14 czerwca 2012r. sygn. akt VI ACa 206/12)

W pierwszym z wyroków Sąd uznał, iż wymieniony zapis kształtuje prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy, gdyż zgoda na przetwarzanie danych osobowych (m.in. dla celów marketingowych) w postaci oświadczenia woli musi zostać złożona świadomie, wyraźnie oraz co najważniejsze swobodnie. **Poprzez umieszczenie powyższej zgody we wzorcu umownym, konsument nie ma szansy na swobodne jej udzielenie. Konsument nie posiada bowiem możliwości, aby wyrazić sprzeciw co do przetwarzania jego danych osobowych lub ograniczenia jego zakresu.**

W przypadku klauzuli znajdującej się w rejestrze pod poz. 3522 SOKiK wskazał, iż akceptacja Regulaminu sklepu prowadzi do akceptacji zakwestionowanego postanowienia, w którym jest mowa, iż udostępnione przez konsumenta dane osobowe będą wykorzystywane nie tylko w celu prawidłowej realizacji umowy sprzedaży, ale również w celach marketingowych. Przy czym pozwany miałby możliwość swobodnej interpretacji niesprecyzowanego bliżej pojęcia „celów marketingowych”, do których zaliczył w szczególności informowanie o nowych produktach, usługach oraz promocjach oferowanych przez sklep. Sąd podkreślił ponadto, że **zakwestionowane postanowienie wymusza zgodę konsumenta na korzystanie z jego danych osobowych nie tylko w celu realizacji umowy, jaką konsument zawarł z przedsiębiorcą, narzuca konsumentowi także wyrażenie zgody na możliwość wykorzystywania jego danych osobowych do nieokreślonych celów marketingowych, pozbawia go zatem swobody podjęcia decyzji w tej mierze, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i rażąco narusza interes konsumenta.**

Zgodnie z brzmieniem postanowienia kwestionowanego w niniejszym postępowaniu, konsument poprzez założenie konta w systemie, którego celem jest nabycie poprzez stronę internetową przedsiębiorcy określonych produktów, wyraża jednocześnie zgodę na przetwarzanie swoich danych na potrzeby marketingowe partnerów przedsiębiorcy. Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż przedmiotowa zgoda nie jest wyrażona w sposób swobodny, gdyż narzucona została we wzorcu i konsument nie ma możliwości odmowy jej udzielenia lub określenia zakresu przetwarzania, na który zgodę wyraża, przy jednoczesnym założeniu konta na stronie internetowej i dokonaniu zakupu.

Powyższe argumenty przesądzają – w ocenie Prezesa UOKiK – o tożsamości analizowanego postanowienia z przytoczonymi klauzulami wpisanymi do rejestru.

B. - § 11 ust. 3 Regulaminu

W przypadku skorzystania przez Klienta z prawa odstąpienia od umowy, Klient jest obowiązany odesłać towar niezwłocznie, tj. w terminie nie dłuższym niż 14 (czternaście) dni na adres podany na stronie www.zlotewyprzedaze.pl/kontakt w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Klient powinien zwrócić towar w takim składzie ilościowym i jakościowym, z zastrzeżeniem zdania pierwszego, jaki otrzymał

od Złote Wyprzedaże S.A. W szczególności, powinien dołączyć wszelkie otrzymane wraz z towarem części, akcesoria, instrukcje, warunki użytkowania, itp. dokumenty (nie dotyczy dowodu zakupu) a także oryginalne opakowanie.

W ocenie organu ochrony konsumentów kwestionowane postanowienie mieści się w hipotezie klauzuli zamieszczonej pod poz. **3158** o treści: „Zwroty są akceptowane wyłącznie w oryginalnych opakowaniach (...)” (wyrok SOKiK z dnia 13 stycznia 2012r. sygn. akt XVII AmC 300/11).

W wyroku tym Sąd uznał, iż wymieniony zapis kształtuje prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy, gdyż żaden z obowiązujących przepisów nie wymaga od kupującego zwrotu towaru w oryginalnym opakowaniu. W przedmiotowej sprawie mają zastosowanie przepisy ustawy z dnia 2.03.2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz.271 z późn. zm.), który reguluje umowy zawierane na odległość. Art. 7 ust. 3 ustawy wskazuje, że 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. (...) Z powyższego zapisu wynika obowiązek zwrotu przez konsumenta towaru w stanie niezmienionym, jednakże nie wynika obowiązek zwrotu w oryginalnym opakowaniu. Odstąpienie od umowy może wszak nastąpić po rozpakowaniu towaru przez konsumenta, a nawet zniszczeniu opakowania. (...) Konsument chcąc odstąpić od umowy zawartej na odległość – na co przysługuje mu 10 dniowy termin – może już wyzbyć się opakowania, w którym towar otrzymał, wówczas może mieć błędne przekonanie, że od umowy odstąpić nie może, lub też poszukiwać opakowania tożsamego z oryginalnym, co może narazić go na nieuzasadnione koszty. Tym samym zapis ten należy uznać za sprzeczny z dobrym obyczajem, a ponadto naruszający jego uzasadnione interesy, przede wszystkim interes ekonomiczny.

Zgodnie z brzmieniem w/w postanowienia, przedsiębiorca ogranicza konsumentom możliwość odstąpienia od umowy i zwrotu towaru poprzez stawianie często niemożliwego do wykonania wymogu zwrotu oryginalnego opakowania, który to wymóg nie został przewidziany w przepisach prawa w celu skutecznego dochodzenia swoich uprawnień przez konsumenta.

Powyższe argumenty przesądzają – w ocenie Prezesa UOKiK – o tożsamości analizowanego postanowienia z przytoczoną klauzulą wpisaną do rejestru.

Podsumowując, mając na uwadze powyższe wnioski Prezes UOKiK uznał przesłankę bezprawności powyższej praktyki za uprawdopodobnioną.

2. Obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji

W świetle przepisu art. 24 *okiku* przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w tym także naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2 *okiku*). Zachowanie takie godzi w prawo konsumenta do informacji, które stanowi podstawę umożliwiającą konsumentowi właściwą ocenę przez niego sytuacji, a także jest warunkiem swobodnego podjęcia decyzji.

Ustawodawca zagwarantował konsumentom pewne minimum bezpieczeństwa w obrocie elektronicznym, wyrażające się m.in. w obowiązkach ciążących na przedsiębiorcy, o których mowa m.in. w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 *śudeu*, spośród których Złote Wyprzedaże, w ocenie Prezesa UOKiK, nie dotrzymały obowiązków w zakresie poinformowania konsumentów **o minimalnych parametrach (niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje), jakie musi posiadać sprzęt komputerowy konsumenta, aby bez problemów mógł on dokonać zamówienia.** Zatem konsument, „otwierając” stronę internetową, powinien od razu uzyskać informację, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po ofertach oraz dokonywać zakupów. Będą to na przykład informacje dotyczące rodzajów przeglądarek internetowych prawidłowo współpracujących z daną witryną, konieczności posiadania dodatkowego oprogramowania obsługującego aplety Java, aplikacje Flash, rozdzielczości, dla jakiej jest zoptymalizowana strona internetowa, itp.

W konsekwencji, z uwagi na to, że, w ocenie Prezesa Urzędu, Złote Wyprzedaże nie dotrzymały wymogów określonych w w/w ustawie mogły się tym samym dopuścić naruszenia w/w przepisów prawa. **Naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji należy zatem uznać za uprawdopodobnione.**

3. Zakaz stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych

Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 *okiku* zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przez które rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. Nr 171, poz. 1206; **dalej: pnpru**), stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Przepis art. 5 ust. 1 *pnpru*, stanowi że 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. Interpretując zatem pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta, do którego jest skierowana, lub dociera i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe.² Wprowadzające w błąd działanie może polegać na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 *pnpru*). Stosownie do brzmienia art. 5 ust. 4 *pnpru* przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Analiza Regulaminu pozwala na postawienie wniosku, iż istnieje prawdopodobieństwo stosowania przez Złote Wyprzedaże praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do przysługujących im, z mocy art. 8 *swsku*, praw w zakresie możliwości dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową, które to działanie może również wyczerpywać

² Z uzasadnienia wyroku Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 14.09.2005 r., sygn. akt: I ACa 149/05.

znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 *pnpru*. Praktyka ta objawia się poprzez zamieszczenie w Regulaminie następujących postanowień:

A. §8 ust. 1 Regulaminu

*Złote Wyprzedaże S.A. zastrzega, że zdjęcia Towarów są **jedynie przykładowe** i nie służą prezentacji konkretnie wskazanych w nich modeli. Różnice wynikające z indywidualnych ustawień komputera danego Klienta (kolor, proporcje itd.) nie mogą być podstawą do reklamacji Towaru.*

Kwestionowane postanowienie dotyczy wprowadzania w błąd w szczególności co do uprawnień przysługujących z mocy prawa konsumentom w przypadku, gdy zamówiony towar odbiega od produktu rzeczywiście zamówionego, widniejącego na stronie, a różnice wynikają ze złych ustawień sprzętu komputerowego konsumenta – co ogranicza przyznane na podstawie *swsku* uprawnienia w zakresie możliwości składania reklamacji jako towar niezgodny z umową. **Przedsiębiorca w Regulaminie nie widzi podstaw do reklamacji produktu w sytuacji złego ustawienia sprzętu konsumenta i powstających w związku z tym różnic w wyglądzie towaru – jednocześnie nie wskazując, jaka powinna mieć optymalna konfiguracja w/w sprzętu, aby konsument mógł bez przeszkód ustawić swój sprzęt komputerowy i przeglądać stronę internetową przedsiębiorcy.** W związku z powyższym postanowienie to może prowadzić do nadużyć ze strony Spółki, która na jego podstawie będzie miała możliwość odrzucenia reklamacji, bez wskazania konsumentowi obiektywnych kryteriów w zakresie ustawienia sprzętu komputerowego, będącego w posiadaniu konsumenta. Należy zaznaczyć, że katalog różnic ma charakter otwarty, o czym wskazuje użyte przez Spółkę określenie „itd.”, co również potęguję dowolność w interpretacji tego postanowienia przez przedsiębiorcę.

Mając na uwadze powyższe, należy stwierdzić, iż kwestionowane postanowienie wprowadzać może konsumenta w błąd co do rzeczywistych uprawnień przyznanych mu przez ustawę, co może z kolei mieć wpływ na podjęte przez niego czynności w sytuacji, gdy po odebraniu towaru będzie on odbiegał wyglądem od tego zaprezentowanego na stronie internetowej przedsiębiorcy. Tak więc, działanie przedsiębiorcy wynikające z umieszczenia wyżej wymienionej klauzuli w Regulaminie może mieć wpływ na przeciętnego konsumenta w zakresie możliwości podjęcia decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

B. § 10 ust.8 pkt 1, 2 i 3 Regulaminu

W przypadku gdy Towar jest niezgodny z umową Klient może żądać:

- 1. w **pierwszej kolejności** - nieodpłatnej naprawy Towaru,*
- 2. jeśli naprawa jest niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów albo jeżeli Złote Wyprzedaże S.A. nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie, Towar zostanie wymieniony na nowy w cenie równej lub wyższej od reklamowanego,*
- 3. jeżeli nie jest możliwe dokonanie naprawy lub wymiany może nastąpić obniżenie ceny lub zwrot gotówki poprzez wpłatę na konto Klienta.*

Zgodnie z art. 8 *swsku* jeżeli towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, kupujący może żądać doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez **nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy**, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają

nadmiernych kosztów. (...) Jeżeli zaś, z w/w przyczyn tj. naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów albo jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie lub gdy naprawa albo wymiana narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, konsument ma prawo domagać się stosownego **obniżenia ceny albo odstąpić od umowy**.

Z przepisu tego wynika zatem, że konsument w przypadku niezgodności towaru z umową może znaleźć się w dwóch etapach realizacji swoich uprawnień, w których ma do dyspozycji łącznie cztery uprawnienia kształtujące. W pierwszym etapie ma on do wyboru żądanie **nieodpłatnej naprawy albo wymiany towaru na nowy** przy czym uprawnienia te są równorzędne i tylko od decyzji konsumenta zależy, na które z nich się zdecyduje w pierwszej kolejności.

Stanowisko takie prezentowane jest w piśmiennictwie (zob. A. Kołodziej [w:] *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej*. Komentarz; pod red. Juliana Jezioro; CH Beck, Warszawa 2010, str. 223-224). Autorka stwierdza, iż *swsku* wprowadza dwustopniową hierarchię uprawnień konsumenta na wypadek niezgodności towaru z umową, nazywaną w literaturze sekwencyjnością wykonywania tych uprawnień. W pierwszej sekwencji konsument jest uprawniony **do dochodzenia naprawy albo wymiany towaru**. (...) **Konsument może dokonać wyboru między uprawnieniami z pierwszej sekwencji: naprawą albo wymianą**. Ograniczeniem tego wyboru jest niemożliwość albo nadmierność kosztów danego środka. Jeśli żadne z uprawnień z pierwszej sekwencji nie może w odpowiednim czasie doprowadzić do rezultatu w postaci stanu zgodności towaru z umową lub też żaden z tych środków nie jest dostępny, ponieważ jest niemożliwy lub nieproporcjonalny, bądź też zastosowanie środka z pierwszej sekwencji prowadzi do narażenia konsumenta na znaczne niedogodności, wówczas konsument będzie uprawniony do żądania **obniżenia ceny**, przez co doprowadzi do ekwiwalentności świadczeń albo do **odstąpienia od umowy**, co spowoduje upadek umowy ze skutkiem wstecznym, a w konsekwencji powstanie po jego stronie roszczenie o zwrot zapłaconej ceny.

Autorka zauważa, że, na gruncie dyrektywy 1999/44, wyrażono pogląd, że dopuszczalna jest umowna zmiana hierarchii tych środków, **o ile nie prowadziłyby ona do ograniczeń konsumenta w wyborze uprawnień, ale zmierzała do całkowitej swobody konsumenta w wyborze między uprawnieniami**. (S. Stijns, W. van Gerven, [w:] M.C. Bianca, S. Grundmann, *EU Sales Directive. Commentary*, s. 249). Zaznacza jednocześnie, że w/w sekwencyjność nie jest bezwzględnym wymogiem dyrektywy 1999/44, która w tym zakresie posługuje się zasadą minimalnej harmonizacji. Z klauzuli harmonizacji minimalnej dyrektywy 1999/44 korzystali bowiem prawodawcy grecki, litewski, portugalski i słoweński, którzy **pozostawiają konsumentowi swobodę wyboru spośród wszystkich środków przewidzianych przez art. 3 tej dyrektywy**.

Podobne stanowisko wyraża M. Pecyna (*Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*.; Zakamycze, 2004), która stwierdza, że doprowadzenie towaru do stanu zgodnego z umową w pierwszej kolejności powinno zostać zrealizowane przez sprzedawcę w wykonaniu żądania nabywcy nieodpłatnej naprawy lub wymiany towaru na nowy, chyba że naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów.

Ustawa, stanowiąc o możliwości żądania przez kupującego, ogranicza jednocześnie jego zakres w pierwszej kolejności do naprawy towaru albo do wymiany na nowy. **Wybór określonego uprawnienia należy do kupującego, samo zaś uprawnienie do żądania stosownego zachowania sprzedawcy ma charakter prawokształtujący** (tak np. E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, s. 401; W. Katner (w:) J. Rajski (red.), *System prawa prywatnego. Zobowiązania - część szczegółowa*, Warszawa 2001,

s. 102.]. Wykonanie uprawnienia przez kupującego, tj. złożenie sprzedawcy stosownego oświadczenia, kreuje po stronie tego ostatniego obowiązek zadośćuczynienia (zgłoszone przez kupującego żądanie stanowi źródło zobowiązania sprzedawcy), który może być realizowany także na drodze sądowej. Sprzedawca może zwolnić się z obowiązku wykonania zgłoszonego żądania tylko w przypadkach ustawą przewidzianych i spoczywa na nim ciężar dowodu wykazania przesłanek usprawiedliwiających odmowę. Wybór uprawnienia należy zatem do kupującego i zgodnie z treścią komentowanego artykułu ma charakter rozłączny, tj. zgłoszenie jednego żądania wyklucza jednocześnie możliwość dochodzenia wykonania drugiego.

Mając na uwadze powyższe rozważania, sekwencyjność uprawnień konsumenta zawarta w Regulaminie jest sprzeczna z przepisami ustawy. Złote Wyprzedaże w pierwszej kolejności umożliwiają konsumentowi jedynie nieodpłatną naprawę towaru, pozbawiając go możliwości realizacji żądania wymiany na nowy. Te dwa uprawnienia, które przysługują konsumentowi w pierwszym etapie przedsiębiorca rozdziela, i umożliwia wymianę towaru na nowy tylko w sytuacji, gdy naprawa jest niemożliwa lub wymaga nadmiernych kosztów albo jeżeli Złote Wyprzedaże nie zdołają uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie. W rezultacie w pierwszym etapie wyboru sposobu doprowadzenia towaru do zgodności z umową konsument może być pozbawiony jednego z podstawowych uprawnień wynikających z *swsku*, tym samym postanowienie to może być niegodne z przepisami tej ustawy.

Stwierdzić zatem należy, że naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych przez Złote Wyprzedaże zostało uprawdopodobnione.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów sformułowała definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3 *okiku*, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 ww. ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególnej ochronie (por. wyrok SA w Warszawie z dnia 10 lipca 2008r., sygn. VI ACa 306/08)³.

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu wyroku z dnia 12 września 2003r. (sygn. akt: I CKN 504/01) stwierdził, iż: *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów.*

W ocenie Prezesa UOKiK, praktyka zarzucana Złotym Wyprzedażom może dotyczyć wszystkich aktualnych i potencjalnych klientów, chcących skorzystać z oferty zamieszczonej na stronie internetowej www.zlotewyprzedaze.pl. Zatem stroną umowy zawieranej przez skarżonego przedsiębiorcę mogli być zarówno wszyscy aktualni, jak i wszyscy przyszli,

³ D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa (...)*, op.cit., s. 962;

potencjalni klienci zamierzający skorzystać z ofert sprzedaży Złotych Wyprzedaży. Oznacza to *de facto*, że przedmiotowe praktyki mogą dotyczyć nieokreślonego z góry kręgu adresatów, a zatem mogą naruszać zbiorowy interes konsumentów.

W świetle powyższego, za uprawdopodobnione należy uznać naruszenie przez Złote Wyprzedaże zbiorowych interesów konsumentów.

Zobowiązanie przedsiębiorcy

Oprócz uprawdopodobnienia wyżej omówionych przesłanek, warunkiem pozwalającym na wydanie decyzji zobowiązującej przez Prezesa UOKiK jest przyjęcie przez przedsiębiorcę określonego zobowiązania. Zobowiązanie przedsiębiorcy stanowi jednostronny akt woli, który w sytuacji wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 *okiku* staje się obowiązkiem prawnym.⁴

Zobowiązanie może polegać na podjęciu działania bądź zaniechania, w zależności od tego, jaka postać zachowania przedsiębiorcy będzie niezbędna do zabezpieczenia interesów konsumentów.

W przedmiotowej sprawie, wobec faktu złożenia przez Złote Wyprzedaże zobowiązania do zmiany zakwestionowanych postanowień, o których mowa w pkt. I. 1 i I. 2 i I. 3. niniejszej decyzji, na postanowienia zgodne z prawem oraz uzupełnienie Regulaminu o wymagane treści związane z wymaganiami dotyczącymi minimalnych parametrów, jakie musi posiadać sprzęt komputerowy konsumenta, aby bez problemów mógł on dokonać zamówienia, a także do przesłania w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK wszystkim zarejestrowanym klientom Złotych Wyprzedaży, na adres wskazany przy rejestracji treść Regulaminu uwzględniającego wszystkie zmiany wynikające z treści zobowiązania, Prezes UOKiK uznał, iż w tak ustalonych okolicznościach faktycznych i prawnych sprawy, zasadnym będzie przyjęcie zobowiązania przedsiębiorcy i wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 *okiku*.

W ocenie Prezesa UOKiK zobowiązanie przedstawione przez przedsiębiorcę zmierza do zapobieżenia naruszeniom zbiorowych interesów konsumentów i w sposób wystarczający zabezpieczy interesy konsumentów, stąd wniosek Spółki o wydanie decyzji zobowiązującej w zakresie zarzutu z punktu I sentencji decyzji, należało uwzględnić.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

II. Obowiązek składania informacji o stopniu realizacji zobowiązania.

Stosownie do art. 28 ust. 3 *okiku* elementem obligatoryjnym decyzji zobowiązującej jest nałożenie przez Prezesa UOKiK obowiązku składania w terminie wyznaczonym przez Prezesa UOKiK informacji o stopniu realizacji zobowiązań, m.in. w formie sprawozdania z wykonania nałożonego zobowiązania. Nałożenie zaś obowiązku sprawozdawczego zwalnia Prezesa UOKiK z konieczności monitorowania zachowań przedsiębiorcy⁵, a pozwala skoncentrować się na efekcie końcowym realizacji zobowiązań, jakim jest sprawozdanie. Złote Wyprzedaże winny przede wszystkim dokonać zmiany wzorca i przedłożyć go Prezesowi UOKiK w wersji po zmianach, jak również poinformować konsumentów zarejestrowanych na stronie internetowej www.zlotewyprzedaze.pl o zmianie Regulaminu

⁴ M. Sieradzka [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa (...)*, op.cit., s. 681-682;

⁵ D. Miąsik, [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa (...)*, op.cit., s.1055.

poprzez przesłanie im jego nowej treści i przedłożyć Prezesowi UOKiK dokumenty poświadczające wykonanie zobowiązania w tej mierze.

Wyznaczony na złożenie sprawozdania termin – 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - jest terminem odpowiednim, wystarczającym do wykonania nałożonego obowiązku.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ § 2 *k.p.c.* od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia.

*Z up. Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Bydgoszczy
Dorota Karczewska*