PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
Delegatura w Lublinie
20-012 Lublin, ul. Ochotnicza 10
Tel. (81) 532-35-31, 743-77-30, 532-54-48,
Fax (81) 532-08-26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl

Lublin, dnia 27 września 2013r.
za p.o.

RLU – 61 –13/13/RD

DECYZJA RLU Nr 20/2013

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 50 poz. 331 ze zm.) i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. nr 107 poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec **Przemysława Świadkowskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą E-Szlugi w Białymstoku**

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I.
Na podstawie art. 26 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, bezprawne działanie przedsiębiorcy **Przemysława Świadkowskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą E-Szlugi w Białymstoku,** polegające na wprowadzaniu w błąd konsumentów w przypadku zwrotu zamówionego towaru poprzez zamieszczenie w „Regulaminie zakupów w sklepie E-szlugi.pl", na stronie internetowej sklepu: www.e-szlugi.pl, postanowień o treści:
Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne, nie zniszczone opakowanie;
co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowych (Dz.U. nr 171 poz. 1206)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

II.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, bezprawne działanie przedsiębiorcy **Przemysława Świadkowskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą E-Szlugi w Białymstoku,** polegające na wprowadzaniu w błąd konsumentów w przypadku zwrotu zamówionego towaru poprzez zamieszczenie w „Regulaminie zakupów w sklepie E-szlugi.pl", na stronie internetowej sklepu: www.e-szlugi.pl, postanowień o treści:
Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...) ,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowych (Dz.U. nr 171 poz. 1206)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 9 sierpnia 2013 r.

Uzasadnienie

Delegatura UOKiK w Lublinie w związku z otrzymanym zawiadomienie od jednego z konsumentów, który zarzucił, że w regulaminie sklepu internetowego prowadzonego przez Przemysława Świadkowskiego znajdują się niedozwolone postanowienia umowne, uznała za zasadne sprawdzenie wzorców umów, regulaminów itp. dokumentów, którymi posługuje się Przemysław Świadkowski prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą E-szlugi w Białymstoku w ramach prowadzonej działalności gospodarczej.
W związku z powyższym Prezes UOKiK – Delegatura w Lublinie, zwany dalej Prezesem UOKiK lub Prezesem Urzędu, wszczął w tej sprawie postępowanie wyjaśniające mające na celu sprawdzenie czy we wzorcach umownych stosowanych przez Przedsiębiorcę nie ma postanowień mogących stanowić niedozwolone postanowienia umowne, o których mowa w przepisach kodeksu cywilnego lub postanowień, które są tożsame z postanowieniami wpisanymi do rejestru klauzul niedozwolonych lub naruszających inne obowiązujące w tym zakresie przepisy prawa.
W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego przedsiębiorca przesłał między innymi obowiązujący w 2013 roku, „Regulamin zakupów w sklepie E-szlugi.pl", zwany dalej wzorcem Regulaminem.
Analiza przesłanego wzorca Regulaminu mogła wskazywać, że Przedsiębiorca bezprawnie wprowadza klienta w błąd w przypadku zwrotu zamówionego towaru, co narusza art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowych (Dz.U. nr 171 poz. 1206), co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ,zwaną dalej ustawą okik.
W związku z powyższym Postanowieniem Nr 149/2013 z dnia 5 czerwca 2013r. wszczęto postępowanie administracyjne przeciwko **Przemysławowi Świadkowskiemu prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą E-Szlugi w Białymstoku**, zwanego dalej Przedsiębiorcą, w związku z zarzutem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, poprzez bezprawne wprowadzenie w błąd konsumentów w przypadku zwrotu zamówionego towaru polegające na zamieszczeniu we wzorcu Regulaminie postanowień o treści:

a) Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne , nie zniszczone opakowanie;
b) Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...) , mogących stanowić nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowych (Dz.U. nr 171 poz. 1206), co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy okik.
Ustosunkowując się do przedstawionych zarzutów Przedsiębiorca w pierwszym piśmie z dnia 23 czerwca 2013 r. zgodził się ze stawianym zarzutem i zobowiązał się do zmiany w tym zakresie wzorca Regulaminu oraz złożył wniosek o wydanie decyzji zobowiązaniowej na podstawie art. 28 ustawy okik.
Postanowieniem Nr 220/13 z dnia 22.08. 2013 r. zaliczono w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Przemysław Świadkowski prowadzi działalność gospodarczą pod firmą E-szlugi Przemysław Świadkowski na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej prowadzonej przez Ministra Gospodarki, działalność rozpoczął z dniem 01.06.2012r. Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy są między innymi: Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet (PKD 47.91.Z) oraz inna działalność gospodarcza o kodach 46.35.Z, 46.39.Z., 47.11.Z., 47.19.Z., 47.26.Z., 47.78.Z., 47.99.Z., 96.09.Z.
Przedsiębiorca prowadzi stacjonarny sklep pod nazwą E-szlugi w Białymstoku oraz witrynę internetową w domenie www.e-szlugi.pl. Oba sklepy zarówno stacjonarny jak i internetowy zajmują się sprzedażą i handlem papierosami elektronicznymi oraz akcesoriami i materiałami eksploatacyjnymi do nich.
W witrynie sklepu internetowego www.e-szlugi.pl Przedsiębiorca zamieścił „Regulamin zakupów w sklepie e-szlugi.pl. Regulaminu ten w dziale Transakcja zawierał zakwestionowane przez Prezesa UOKiK postanowienia:
Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne, nie zniszczone opakowanie; i *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...)* .

Przedsiębiorca w pierwszym piśmie z dnia 23 czerwca 2013 r. (w odpowiedzi na zawiadomienie z dnia 5.06.2013 r.) zgodził się ze stawianym zarzutem i zobowiązał się do jego zmiany oraz złożył wniosek o wydanie decyzji zobowiązaniowej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie. W kolejnym piśmie z dnia 10 lipca 2013 r. Przedsiębiorca zobowiązał się do wyeliminowania z wzorca Regulaminu zakwestionowanych postanowień i zastąpienie ich postanowieniami zgodnymi z prawem oraz przesłał projekt nowego wzorca Regulaminu, w którym, jedno z zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK postanowień zostało zmienione a drugie postanowienie pozostało niezmienione. W związku z powyższym pismem z dn. 26 lipca 2013 r., zwrócono się do Przedsiębiorcy o przesłanie nowego wzorca Regulaminu, który nie zawierałby zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK postanowień. Przedsiębiorca w piśmie z dnia 8 sierpnia 2013r. nadesłał nowy Regulamin, w którym zmienił zakwestionowane postanowienia i tak: *Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne , nie zniszczone opakowanie* został zmieniony na: *Zwracany towar musi być w stanie niezmienionym chyba, że zmiana była*

konieczna w granicach zwykłego zarządu tj. towar powinien być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania. Natomiast postanowienie o treści: *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...) "* zostało z wzorca Regulaminu wykreślone.

Pismem z dnia 28 sierpnia 2013 r. strona została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o tym, że może się zapoznać z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy. W wyznaczonym terminie strona nie skorzystała z tego uprawnienia.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Treść art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazuje, że jej przepisy mają zastosowanie wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów, podejmowanej w interesie publicznym. Zatem warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest 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 stosowanego przez Przedsiębiorcę w 2013 roku wzorca Regulaminu przy świadczeniu usług sprzedaży papierosów elektronicznych i akcesoriów do nich. Wzorzec ten miał zastosowanie przy zawieraniu umów z konsumentami przy sprzedaży papierosów elektronicznych wraz z akcesoriami do nich za pomocą sklepu internetowego www.e-szlugi.pl na terenie całej Polski. Dotyczy on zatem obecnych i wszystkich potencjalnych konsumentów Przedsiębiorcy, co oznacza, że może mieć zastosowanie do nieokreślonego z góry kręgu adresatów.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił Przedsiębiorcy zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym polegającej na wprowadzeniu w błąd konsumentów odnośnie możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość z Przedsiębiorcą jedynie poprzez zwrot zakupionego towaru w oryginalnym opakowaniu bez śladów używania i załączenia oryginalnego dowodu zakupu na skutek umieszczenia we wzorcu Regulaminie postanowień, o treści: „*Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne , nie zniszczone opakowanie* i *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...),* co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 tej ustawy 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, o którym mowa w art. 479^{45} k.p.c.
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Dla udowodnienia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest każdorazowo kumulatywne spełnienie trzech przesłanek:

1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
2) działanie to jest bezprawne, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową,
3) działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (…). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1447, ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej" – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej prowadzonej przez Ministra Gospodarki. Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy są między innymi sprzedaż detaliczna papierosów elektronicznych i akcesorii do nich w sklepie stacjonarnym oraz za pomocą sklepu internetowego www.e-szlugi.pl. Działalność tą Przedsiębiorca prowadzi we własnym imieniu w sposób zorganizowany i ciągły, w celach zarobkowych posiada zatem status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy okik.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad 2)

Bezprawność, tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z prawem. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Przy jej ocenie rozważyć należy każdorazowo kwestię, czy czyn sprawcy był zgodny, czy też niezgodny z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego - jako reguły postępowania wyznaczone przez nakazy i zakazy wynikające z norm prawa pozytywnego (w szczególności prawa cywilnego, karnego, administracyjnego, pracy, finansowego, ustaw i aktów prawnych regulujących poszczególne dziedziny gospodarki, itp.) oraz nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego, czyli tzw. dobre obyczaje (*por.: G. Bieniek, Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga III. Zobowiązania. Tom I, Warszawa 2006, także Lex Polnica).* O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego

(uzasadnienie do I PKN 267/2001 wyrok Sądu Najwyższego – Izba Administracyjna – Lex Polonica).

Sąd Najwyższy wskazał, że o bezprawności działania można mówić wówczas, gdy nie zachodzi żadna ze szczególnych okoliczności usprawiedliwiających określone działanie, tj. działanie dozwolone przez obowiązujące przepisy, wykonywanie prawa podmiotowego, zgoda pokrzywdzonego lub działanie w obronie uzasadnionego interesu (*wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19.10.1989 r. II CR 419/89 OSP 1990/11-12 poz. 377*). Ponadto, Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 20 czerwca 2006 r. *(sygn. akt III SK 7/06)* stwierdził, że: *konsument ma prawo do kompletnej i jednoznacznej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesu prawnego w warunkach globalizacji (masowości) obrotu prawnego i wielości ofert na rynku, które nie zawsze posługują się prawdziwymi i pełnymi informacjami, a niekiedy wprowadzają w błąd lub w sposób ukryty godzą w indywidualny i zbiorowy interes konsumentów*.

W art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Zgodnie z pkt 3 tego artykułu praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy mające postać nieuczciwej praktyki rynkowej.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie we wzorcu Regulaminu sklepu internetowego www.e-szligi.pl postanowienia o treści: *Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne, nie zniszczone opakowanie* i *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...),* jest przejawem stosowania przez Przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki rynkowej.

Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm.), zwana dalej ustawą opnpr, dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na nieuczciwe praktyki rynkowe zakazane w każdych okolicznościach oraz praktyki rynkowe zakazane po spełnieniu przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 tej ustawy, tj. klauzuli generalnej. Przepis art. 4 ust. 1 ustawy opnpr stanowi, iż 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, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Natomiast zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W art. 5 ust. 3 pkt 4 ustawy opnpr ustawodawca uznał, że wprowadzające w błąd działanie przedsiębiorcy dotyczyć może praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy. Treść tego przepisu przesądza o kluczowej roli przekazywanych w tym zakresie informacji w podejmowaniu decyzji rynkowej przez konsumenta. Jak wynika z powyższych przepisów dotyczą one każdej podejmowanej przez konsumenta decyzji, nie tylko decyzji o zakupie produktu, lecz także decyzji związanej z możliwością zwrotu zakupionego towaru, na którą ma wpływ lub może potencjalnie mieć wpływ praktyka rynkowa danego przedsiębiorcy. Nie jest przy tym konieczne, aby zachowanie przedsiębiorcy wywołało skutek, wystarczy sama hipotetyczna możliwość wprowadzenia przeciętnego konsumenta w błąd.

Na podstawie art. 2 ust. 8 ustawy opnpr za przeciętnego konsumenta uznaje się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga się oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna i umysłowa. W praktyce oznacza to, że należy wymagać od konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, w tym odnośnie praw i obowiązków jakie ciążą na nim jako kupującym i przedsiębiorcy, jako sprzedawcy towaru, ale nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna.

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 20.06.2006r. (sygn. akt III SK 7/06) stwierdził, *że konsument ma prawo do kompletnej i jednoznacznej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesu prawnego w warunkach globalizacji (masowości) obrotu prawnego i wielości ofert na rynku, które nie zawsze posługują się prawdziwymi i pełnymi informacjami, a niekiedy wprowadzają w błąd lub w sposób ukryty godzą w indywidualny i zbiorowy interes konsumentów*.

Odnosząc powyższe do niniejszej sprawy wskazać należy, że działania Przedsiębiorcy zakwestionowane w niniejszym postępowaniu administracyjnym skierowane były do szerokiego kręgu odbiorców, do dorosłych osób fizycznych- konsumentów. Oferowane w sklepie internetowym www.e-szlugi.pl towary papierosy elektroniczne i akcesoria to towary przedmioty używane przez palaczy papierosów -osoby fizyczne. Przedsiębiorca w stosowanym przez siebie wzorcu Regulaminie ustalił zasady i warunki nabywania od niego towarów takich jak papierosy elektroniczne i akcesoria do nich. Informacje zamieszczone w tym Regulaminie nie wskazują, aby Przedsiębiorca chciał dotrzeć do szczególnej grupy konsumentów- nabywców oferowanych przez niego towarów, którą można by wyodrębnić na podstawie wspólnych im cech. Oferta skierowana była do osób dorosłych zainteresowanych nabyciem konkretnego towaru. Zasady nabycia tych towarów nie wymagają od ich nabywców specjalnych predyspozycji czy cech. Zatem, przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszej decyzji zasadnym jest nieuwzględnienie ostatniej przesłanki z definicji przytoczonej wyżej odnośnie modelu przeciętnego konsumenta tj. przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna i umysłowa.

Przeciętnego konsumenta w niniejszym postępowaniu administracyjnym należy rozumieć jako dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego, ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych- charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

W praktyce oznacza to, że należy wymagać od konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, w tym odnośnie praw i obowiązków jakie ciążą na nim jako kupującym i przedsiębiorcy, jako sprzedawcy towaru, ale nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna.

Ad. I sentencji decyzji

Przedsiębiorcy postawiono zarzut naruszenia art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy opnpr. Przepis art. 5 ust. 3 pkt 4 wskazuje, że wprowadzające w błąd działanie przedsiębiorcy może dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny **lub do odstąpienia od umowy.** Są to prawa, które dotyczą etapu wykonywania przez konsumenta kontraktu zawartego z przedsiębiorcą.
W literaturze przyjmuje się, że wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny, jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji. Dokonanie oceny wprowadzenia w błąd zawsze wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jeśli zatem w przeświadczeniu przeciętnego konsumenta powstaną wyobrażenia (obiektywnie sprawdzalne, a nie wyłącznie subiektywnie odczuwalne) dotyczące praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę, które nie odpowiadają rzeczywistości, mamy do czynienia z wprowadzeniem w błąd. Wprowadzenie w błąd przez praktykę rynkową zawsze zmierza do wytworzenia w świadomości konsumenta mylnego obrazu rzeczywistości *(Komentarz do art. 5 ustawy opnpr Małgorzata Sieradzka LEX).*

Zgodnie z art. 4 ust. 1 opnpr, zniekształcenie lub możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta może dotyczyć etapu przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.
W przedmiotowej sprawie z uwagi na treści zakwestionowanego postanowienia we wzorcu Regulaminie: *Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne , nie zniszczone opakowanie* należy przyjąć, że nabywca towarów w sklepie www.e-szlugi.pl to konsument dostatecznie poinformowany, w tym przez Przedsiębiorcę, o prawie do zwrotu zakupionego towaru.
Oceny, czy kwestionowane działanie Przedsiębiorcy wprowadza w błąd, należy dokonywać zawsze dla konkretnego przypadku, biorąc pod uwagę wszystkie elementy praktyki rynkowej oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji (z uzasadnienia rządowego projektu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm.), oraz obowiązujące w tym zakresie przepisy prawa, w szczególności art. 7 ust. 1 o ochronie niektórych praw konsumentów zgodnie, z którym konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Zamieszczenie w Regulaminie postanowienia które wiąże konsumenta przy odstąpieniu od umowy zawartej z Przedsiębiorcą na odległość o treści:*) „Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne, nie zniszczone opakowanie* zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy sprzedaży. Konsument może bowiem sądzić, że wskazane przez Przedsiębiorcę uprawnienie do odstąpienia od umowy, będzie mu przysługiwało jedynie w sytuacji, gdy otrzymanej przesyłki z zakupionym towarem nie otworzy, gdyż w przeciwnym razie jej rozpakowanie, naruszenie zapięć oryginalnego opakowania lub nawet uszkodzenie opakowania, wyjęcie z oryginalnego opakowania, przeliczenie załączonych części składowych rzeczy, połączenie ich razem zmieni stan fizyczny przesłanych i zapakowanych fabrycznie papierosów elektronicznych, ich akcesoriów lub materiałów eksploatacyjnych do nich. Tym samym rozpakowanie towaru i wyjęcie z oryginalnego opakowania będzie stanowiło dowód jego używania prowadzący do utraty prawa do zwrotu zakupionego towaru. Konsument otrzymując przesyłkę od Przedsiębiorcy z zakupionym towarem, nie może tak jak w sklepie sprawdzić, czy towar jest zgodny

z zapewnieniami sprzedającego o jego właściwościach, przeznaczeniu, funkcjonalności, złożyć go i uruchomić, dokonać porównania z innymi podobnymi wyrobami na rynku, nie wspominając o możliwości sprawdzenia kolorystyki, rozmiaru, czy nawet sprawdzenia w obecności kuriera istnienia zakupionego towaru w przesyłce. Takie czynności mieszczą się w granicach pojęcia zwykłego zarządu rzeczą.
Stosownie do art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów w razie odstąpienia od umowy umowa uważana jest 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.
Sporny zapis w bezprawny sposób ogranicza uprawnienie konsumenta wynikające z treści art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, uniemożliwiając mu dokonanie zwrotu zamówionego towaru (w pełni sprawnego i nie użytkowanego), ponieważ nie spełnia on w pełni wymogu Przedsiębiorcy odnośnie stanu opakowania tego towaru,, a tym samym wprowadza w błąd uznając za zgodny z prawem warunek dokonania tego zwrotu [*Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne, nie zniszczone opakowanie*].
Należy podkreślić, iż zgodnie z przepisami cyt. ustawy sprzedawca nie ma możliwości, jednostronnego ograniczenia dokonanego przez konsumenta wyboru sposobu zwrotu towaru w ramach realizacji instytucji *restitutio ad integrum*. W ocenie Prezesa Urzędu, postępowanie Przedsiębiorcy związane z ograniczeniem prawa zwrotu świadczenia wzajemnego w ramach realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy poprzez wskazanie, że jest on możliwy wyłącznie w nienaruszonym oryginalnym opakowaniu w istotny sposób odbiega od przyjętej w tym zakresie regulacji prawnej.
W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętny konsument nie ma świadomości, iż działanie Przedsiębiorcy jest w rzeczywistości postępowaniem wbrew jego uprawnieniom ustawowym i wprowadza go w błąd, co do warunków zwrotu towaru przy odstąpieniu od umowy zawartej na odległość. Ponadto, Przedsiębiorca naruszył powinność rzetelnego traktowania konsumenta – jako partnera umowy, nakładając na niego nadmiernie uciążliwe obowiązki związane ze skorzystaniem z uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, wykraczające poza wskazany powyżej ustawowy zakres. W opinii Prezesa UOKiK wprowadzeni konsumentów w błąd nastąpiło poprzez wykorzystanie przez Przedsiębiorcę silniejszej pozycji kontraktowej. Ma on bowiem świadomość, iż zamieszczenie postanowienia o zakwestionowanej treści we wzorcu Regulaminie sklepu www.e-szlugi.pl może spowodować, iż realizacja uprawnienia do odstąpienia od umowy będzie utrudniona, co w konsekwencji może skutkować rezygnacją ze skorzystania z przedmiotowego uprawnienia. Ostatecznie może to więc prowadzić do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, który w wyniku otrzymania błędnego pouczenia o sposobach realizacji prawa do odstąpienia od umowy sprzedaży, może wyciągnąć niewłaściwe wnioski odnośnie przysługujących mu uprawnień.
W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu ekonomicznego konsumentów przede wszystkim poprzez udzielanie konsumentom wprowadzającej w błąd informacji, co może skutkować podjęciem przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której nie podjąłby w innych warunkach. W niniejszej sprawie zasadnym jest również uwzględnienie szerszej postaci interesu konsumentów, tj. prawa do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Według E. Łętowskiej, *należy tu też uwzględniać niewygodę organizacyjną, mitręgę, stratę czasu, nierzetelność traktowania, wprowadzenie w błąd, a także naruszenie prywatności* (Prawo Umów Konsumenckich, wydanie 2, Warszawa 2002 r., str. 341).

W związku z powyższym należy przyjąć, iż opisana praktyka rynkowa stosowana przez Przedsiębiorcę wobec konsumentów jest nieuczciwa, gdyż jest sprzeczna z obowiązującym

prawem, i w istotny sposób zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy w zakresie prawa do odstąpienia od niej.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do uznania działań Spółki za praktykę wskazaną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad. II. sentencji decyzji

P w pkt II sentencji decyzji Przedsiębiorcy postawiono zarzut naruszenia art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 4 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy opnpr. Przepis art. 5 ust. 3 pkt 4 stanowi, że wprowadzające w błąd działanie przedsiębiorcy może dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny **lub do odstąpienia od umowy.** Są to prawa, które dotyczą etapu wykonywania przez konsumenta kontraktu zawartego z przedsiębiorcą.
W literaturze przyjmuje się, że wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny, jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji. Dokonanie oceny wprowadzenia w błąd zawsze wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jeśli zatem w przeświadczeniu przeciętnego konsumenta powstaną wyobrażenia (obiektywnie sprawdzalne, a nie wyłącznie subiektywnie odczuwalne) dotyczące praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę, które nie odpowiadają rzeczywistości, mamy do czynienia z wprowadzeniem w błąd. Wprowadzenie w błąd przez praktykę rynkową zawsze zmierza do wytworzenia w świadomości konsumenta mylnego obrazu rzeczywistości *(Komentarz do art. 5 ustawy opnpr Małgorzata Sieradzka LEX).*

Zgodnie z art. 4 ust. 1 opnpr, zniekształcenie lub możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta może dotyczyć etapu przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.
W przedmiotowej sprawie z uwagi na treści zakwestionowanego postanowienia we wzorcu Regulaminie: *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...)* należy przyjąć, że nabywca towarów w sklepie www.e-szlugi.pl to konsument dostatecznie poinformowany, w tym przez Przedsiębiorcę, o prawie do zwrotu zakupionego towaru.
Oceny, czy kwestionowane działanie Przedsiębiorcy wprowadza w błąd, należy dokonywać zawsze dla konkretnego przypadku, biorąc pod uwagę wszystkie elementy praktyki rynkowej oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji (z uzasadnienia rządowego projektu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm.), oraz obowiązujące w tym zakresie przepisy prawa, w szczególności art. 7 ust. 1 o ochronie niektórych praw konsumentów zgodnie, z którym konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Zamieszczenie w Regulaminie postanowienia które wiąże konsumenta przy odstąpieniu od umowy zawartej z Przedsiębiorcą na odległość o treści: *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży (...)* zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy sprzedaży. Konsument może bowiem sądzić, że wskazane przez Przedsiębiorcę uprawnienie do odstąpienia od umowy, będzie mu przysługiwało jedynie w sytuacji, gdy wraz ze zwracanym towarem prześle oryginał dowodu sprzedaży. Nie zawsze konsument taki oryginał musi posiadać, z różnych niezależnych od konsumenta przyczyn może się zdarzyć, że będzie on w posiadaniu

kopii tego dowodu sprzedaży, bo oryginał uległ zniszczeniu. W takim przypadku Przedsiębiorca będzie uprawniony do odmowy realizacji prawa konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Stosownie do art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów w razie odstąpienia od umowy umowa uważana jest 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.
Sporny zapis w bezprawny sposób ogranicza uprawnienie konsumenta wynikające z treści art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, uniemożliwiając mu dokonanie zwrotu zamówionego towaru (w pełni sprawnego i nie użytkowanego), ponieważ nie spełnia on w pełni wymogu Przedsiębiorcy odnośnie posiadania oryginału dowodu sprzedaży którego wskazane wyżej regulacje prawne nie wymagają, a tym samym wprowadza w błąd uznając za zgodny z prawem warunek dokonania tego zwrotu: *(Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży sprzedaży (...)*).
Należy podkreślić, iż zgodnie z przepisami cyt. ustawy sprzedawca nie ma możliwości, jednostronnego ograniczenia dokonanego przez konsumenta wyboru sposobu zwrotu towaru w ramach realizacji instytucji *restitutio ad integrum*. W ocenie Prezesa Urzędu, postępowanie Przedsiębiorcy związane z ograniczeniem prawa zwrotu świadczenia wzajemnego w ramach realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy poprzez wskazanie, że jest on możliwy wyłącznie wraz z oryginałem dowodu sprzedaży odbiega od przyjętej w tym zakresie regulacji prawnej.
W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętny konsument nie ma świadomości, iż działanie Przedsiębiorcy jest w rzeczywistości postępowaniem wbrew jego uprawnieniom ustawowym i wprowadza go w błąd, co do warunków zwrotu towaru przy odstąpieniu od umowy zawartej na odległość. Ponadto, Przedsiębiorca naruszył powinność rzetelnego traktowania konsumenta – jako partnera umowy, nakładając na niego nadmiernie uciążliwe obowiązki związane ze skorzystaniem z uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, wykraczające poza wskazany powyżej ustawowy zakres. W opinii Prezesa UOKiK wprowadzeni konsumentów w błąd nastąpiło poprzez wykorzystanie przez Przedsiębiorcę silniejszej pozycji kontraktowej. Ma on bowiem świadomość, iż zamieszczenie postanowienia o wskazanej wyżej treści we wzorcu Regulaminie sklepu www.e-szlugi.pl może spowodować, iż realizacja uprawnienia do odstąpienia od umowy będzie utrudniona, co w konsekwencji może skutkować rezygnacją ze skorzystania z przedmiotowego uprawnienia. Ostatecznie może to więc prowadzić do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, który w wyniku otrzymania błędnego pouczenia o sposobach realizacji prawa do odstąpienia od umowy sprzedaży, może wyciągnąć niewłaściwe wnioski odnośnie przysługujących mu uprawnień.
W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu ekonomicznego konsumentów przede wszystkim poprzez udzielanie konsumentom wprowadzającej w błąd informacji, co może skutkować podjęciem przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której nie podjąłby w innych warunkach. W niniejszej sprawie zasadnym jest również uwzględnienie szerszej postaci interesu konsumentów, tj. prawa do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Według E. Łętowskiej, *należy tu też uwzględniać niewygodę organizacyjną, mitręgę, stratę czasu, nierzetelność traktowania, wprowadzenie w błąd, a także naruszenie prywatności* (Prawo Umów Konsumenckich, wydanie 2, Warszawa 2002 r., str. 341).

W związku z powyższym należy przyjąć, iż opisana praktyka rynkowa stosowana przez Przedsiębiorcę wobec konsumentów jest nieuczciwa, gdyż jest sprzeczna z obowiązującym prawem, i w istotny sposób zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy w zakresie prawa do odstąpienia od niej.

Mając na uwadze powyższe **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do uznania działań Spółki za praktykę wskazaną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad 3)

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 tej ustawy stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Ze zbiorowym interesem konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować.

Prezes Urzędu podkreśla, że o tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż „ (…) *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć 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 liczbie potencjalnych konsumentów.”* (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01).

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu ma do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej i nieokreślonej liczby konsumentów, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się z dostępnym na stronie internetowej sklepu wzorcem Regulaminu i zawarli, bądź mogli zawrzeć z Przedsiębiorcą umowę zawierające oceniane w postępowaniu postanowienia, które stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, która jest jedną z praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W tej sytuacji bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Przedsiębiorcy.

Stosowanie opisanej wyżej praktyki może godzić zatem w zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Podstawy prawne wydania decyzji

Z ustaleń dokonanych w niniejszej decyzji wydanej na podstawie art. 26 i 27 ustawy okik wynika, że Przedsiębiorca podjął działania mające na celu zaprzestanie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jakkolwiek nie stanowiących pełnego jej

zaprzestania. Polegały one **na zastąpieniu zakwestionowanego postanowienia o treści**: „*Zwracany towar musi być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania, oraz musi posiadać oryginalne, nie zniszczone opakowanie* **postanowieniem o treści:** *Zwracany towar musi być w stanie niezmienionym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu tj. towar powinien być kompletny, nie może nosić śladów użytkowania.*
Natomiast postanowienie o treści: *Do zwracanego towaru powinien być załączony oryginał dowodu sprzedaży* zostało z wzorca regulaminu wykreślone.
Analizując zmienione pierwsze postanowienie wzorca Regulaminu kwestionowanego przez Prezesa Urzędu należy uznać, że jest nie jest ono zgodne prawem, gdyż treść tego postanowienia narusza w dalszym ciągu art. 7 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. Art. 7 ust. 3 stanowi, że w razie odstąpienia od umowy umowa uważana jest za niezawartą, a konsument zwolniony jest z wszelkich obowiązków. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmian była konieczna w granicach zwykłego zarządu (…). W tych granicach dopuszczone jest użytkowanie towaru, a z treści postanowienia przedsiębiorcy wynika, że towar nie może nosić śladów użytkowania bez wskazania w granicach jakiego zarządu jest ten zakaz.

Tym samym treść zmienionego przez przedsiębiorcę postanowienia w dalszym ciągu nosi znamiona bezprawności.

Ponieważ działania Przedsiębiorcy w zakresie usunięcia zakwestionowanych przez Prezesa Urzędu postanowień nie były skuteczne, przedsiębiorca był wzywany dwukrotnie do przesłania wzorca Regulaminu nie zawierającego bezprawnych postanowień i w nowym Regulaminie nadal pozostało postanowienie niezgodne z prawem, Prezes Urzędu nie przychylił się do prośby przedsiębiorcy o wydanie decyzji zobowiązaniowej, nakładającej na Przedsiębiorcę obowiązek wykonania złożonych zobowiązań do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom (*art. 28 ustawy o ochronie (...),* stąd wydano decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jest stosowania w części I sentencji (*art. 26 ustawy o ochronie*) i uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jest stosowania z dniem 9 sierpnia 2013 r. w części II sentencji (*art. 27 ustawy o ochronie)*.

Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy i art. 27 ust. 2 o ochronie Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie ich stosowania oraz stwierdzającą zaniechanie jej stosowania z dniem 9 sierpnia 2013 r., wskazanych w art. 26 i 27 tej ustawy **Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji niniejszej decyzji**.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479^{28} § 2 k.p.c. - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Lublinie.

Otrzymuje:
Przemysław Świadkowski
E-szlugi
ul. Scaleniowa 16 lok. 13
15-780 Białystok

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor
Delegatury w Lublinie
Ewa Wiszniowska