



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**  
50-224 Wrocław, pl. Strzelecki 25  
tel. 71 323 63 80, fax 71 323 63 98  
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61-7/15/JM

Wrocław, 30.10.2015 r.

**DECYZJA RWR 17 /2015**

**I.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2015 r., poz. 184) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Karolinie Walasek, prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek w Gorzowie Wielkopolskim,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem sklepu internetowego [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl) poprzez:

- 1) niepodanie najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość następujących informacji o:
  - a) adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827),
  - b) terminie zapłaty (przy płatności on-line), co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827),
  - c) stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji, co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 8 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827),
  - d) wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartego w załączniku nr 2 ww. ustawy o prawach konsumenta, co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827),

- e) możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur, co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 21 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827),
- 2) niepodawanie w regulaminie ww. sklepu internetowego:
- a) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:
- wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, co stanowi naruszenie 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 (j.t. Dz.U. 2013 r., poz. 1422.),
  - informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym, co stanowi naruszenie art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (j.t. Dz.U. 2013 r., poz. 1422),
- b) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line, co stanowi naruszenie art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (j.t. Dz.U. 2013 r., poz. 1422),
- 3) stosowanie w „Regulaminie” zamieszczonym na stronie ww. sklepu internetowego, postanowienia o treści: *„Sklep internetowy .....Xstrit Fashion....., dostępny pod adresem: www.xstritfashion.pl..... , prowadzony jest przez firmę ...Xstrit Fashion....., wpisaną przez Prezydenta Miasta ....Gorzów Wielkopolski.....do ewidencji działalności gospodarczej.”*, co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827), polegające na niewskazaniu danych identyfikujących, w szczególności o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą,

### **i stwierdza się jej zaniechanie stosowania z dniem 29 maja 2015 r.**

**II.** Na podstawie art. art. 27 ust.1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2015 r., poz. 184) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Karolinie Walasek, prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek w Gorzowie Wielkopolskim,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust.1 i 2 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, poprzez stosowanie w „Regulaminie” zamieszczonym na stronie ww. sklepu internetowego, postanowień o treści:

- *„UWAGA !!! towar przeceniony nie podlega zwrotowi !!!”*, co stanowi naruszenie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827), polegające na nieuwzględnianiu prawa konsumenta do odstąpienia od umowy w przypadku zakupu towaru przecenionego,
- *„Zamawiający ma prawo zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki - towar musi posiadać oryginalne metki oraz nie nosić śladów użytkowania.”* oraz *„Jeżeli przesłany towar nie odpowiada Państwa oczekiwaniom, istnieje możliwość jego zwrotu w ciągu 10 dni od otrzymania produktu.”* co stanowi naruszenie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827), polegające na wskazaniu nieprawidłowego terminu, w jakim konsument od umowy może odstąpić,

- „Koszt przesyłki - nie podlega zwrotowi.” oraz „Po otrzymaniu zwrotu na nasz adres korespondencyjny Xstrit Fashion Karolina Walasek, ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów wielkopolski - przelejemy kwotę odpowiadającą kosztowi zamówionego towaru na podany rachunek bankowy w ciągu 14 dni”, co stanowi naruszenie art. 32 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827), polegające na niezwracaniu konsumentowi, odstępującemu od umowy, kosztów dostarczenia rzeczy,

### **i stwierdza się jej zaniechanie stosowania z dniem 29 maja 2015 r.**

**III.** Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Karolinie Walasek, prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek w Gorzowie Wielkopolskim,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**po uprawdopodobnieniu** stosowania przez tego przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji – w związku z prowadzoną działalnością za pośrednictwem sklepu internetowego [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl)- poprzez:

- 1) niepodanie najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość informacji o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad, co stanowi naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 13 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (j.t. Dz. U. 2014 r., poz. 827),
- 2) niepodanie przed zawarciem umowy informacji o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści, co stanowi naruszenie art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (Dz.U. 2014 r., poz. 121 ze zm.),

**i przyjęciu zobowiązania** przedsiębiorcy do zaniechania tych działań poprzez zamieszczenie na stronie internetowej sklepu [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl), w Regulaminie, *następujących postanowień:*

- „Sprzedawca obowiązany jest dostarczyć Klientowi Produkt bez wad.” poprzez dodanie zdania: „Regulacja prawna odpowiedzialności za wady rzeczy zawarta jest w art. 556 oraz art. 556<sup>1</sup>-556<sup>3</sup> kc.”

- „Utrwalenie, zabezpieczenie oraz udostępnienie Klientowi treści zawieranej Umowy Sprzedaży następuje poprzez (1) udostępnienie niniejszego Regulaminu na stronie Sklepu Internetowego oraz (2) przesłanie Klientowi wiadomości e-mail, o której mowa w pkt. 3.3.2. Regulaminu. Treść Umowy Sprzedaży jest dodatkowo utrwalona i zabezpieczona w systemie informatycznym Sklepu Internetowego Sprzedawcy. Potwierdzenie zamówienia jak i treść regulaminu będą wysyłane na skrzynkę elektroniczną konsumenta.”

**nakłada się na przedsiębiorcę** - Karolinę Walasek, prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek w Gorzowie Wielkopolskim - **obowiązek** wykonania tego zobowiązania w terminie 2 tygodni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

**IV.** Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i

konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakłada się na Karolinę Walasek, prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek w Gorzowie Wielkopolskim obowiązek złożenia sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania, opisanego w pkt III sentencji decyzji, w terminie 1 miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

**1.1.** Postanowieniem nr 92/2015 z dnia 18 maja 2015 r., Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „Prezes Urzędu”, wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Karolinę Walasek, prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek w Gorzowie Wielkopolskim, dalej: „Xstrifashion” lub „przedsiębiorca”, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (patrz pkt I, II i III osnowy decyzji), o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 oraz art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej: „ustawa o ochronie (...).  
(dowód: karta nr 1-16)

**1.2.** W trakcie postępowania Xstrifashion uznała zasadność zarzutów przedstawionych w postanowieniu nr 92/2015. Jednocześnie podała, że dokonała odpowiednich zmian w treści regulaminu sklepu i do akt sprawy przedłożyła jego kopię. W związku z tym, iż postanowienia, dotyczące zarzutów braku informacji o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad oraz niepodania przed zawarciem umowy informacji o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści, nie zawierały wszystkich prawem wymaganych informacji, przedsiębiorca, pismami z dnia 23 czerwca 2015 r. i 12 sierpnia 2015 r., zobowiązał się do ich uzupełnienia.  
(dowód: karta nr 17-33, 40, 42).

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

**2.1.** Karolina Walasek prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Xstrit Fashion Karolina Walasek na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Przedmiotem jej działalności jest m.in. sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet.  
(dowód: karta nr 6)

**2.2.** Przedsiębiorca zajmuje się projektowaniem oraz szyciem ubrań oraz ich sprzedażą w ramach sklepu internetowego [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl).  
(dowód: karta nr 8)

**2.3.** Na stronie internetowej ww. sklepu znajduje się Regulamin, zawierający uchybienia dotyczące (patrz pkt 1.1 decyzji):

a) braku udostępnienia, wymaganych przez ustawodawcę, informacji i danych, o których mowa w:  
- art. 12 ust. 1 pkt 4, pkt 7, pkt 8, pkt 9, pkt 13 i pkt 21 ustawy o prawach konsumenta,

- art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a i lit. b oraz pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
  - b) braku udostępnienia informacji o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści, co może stanowić naruszenie art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc,
  - c) stosowania postanowień, których treść naruszała art. 12 ust. 1 pkt 2, art. 27 i art. 32 ust. 1 i ust. 2 ustawy o prawach konsumenta.
- (dowód: karta nr 7-16)

**2.4.** Po wszczęciu postępowania, z dniem 29 maja 2015 r., Xstritfashion wprowadziła nowy Regulamin sklepu internetowego [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl), zawierający następujące postanowienia:

a) odnośnie zarzutów braku adresu, pod którym konsument może składać reklamacje oraz braku informacji o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji:

„6.3. Reklamacja może zostać złożona przez Klienta na przykład:

6.3.1. pisemnie na adres: ul.Dabroszyńska 40 , 66- 400 Gorzów Wielkopolski;

6.3.2. w formie elektronicznej za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres:xstrit\_fashion@vp.pl ;

6.4. Zaleca się podanie przez Klienta w opisie reklamacji: (1) informacji i okoliczności dotyczących przedmiotu reklamacji, w szczególności rodzaju i daty wystąpienia wady; (2) żądania sposobu doprowadzenia Produktu do zgodności z Umową Sprzedaży lub oświadczenia o obniżeniu ceny albo odstąpieniu od Umowy Sprzedaży; oraz (3) danych kontaktowych składającego reklamację – ułatwi to i przyspieszy rozpatrzenie reklamacji przez Sprzedawcę. Wymogi podane w zdaniu poprzednim mają formę jedynie zalecenia i nie wpływają na skuteczność reklamacji złożonych z pominięciem zalecanego opisu reklamacji.

6.5. Sprzedawca ustosunkuje się do reklamacji Klienta niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia jej złożenia. Brak ustosunkowania się Sprzedawcy w powyższym terminie oznacza, że Sprzedawca uznał reklamację za uzasadnioną.

6.6. Klient, który wykonuje uprawnienia z tytułu rękojmi, jest obowiązany na koszt Sprzedawcy dostarczyć Produkt wadliwy na adres: ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów Wielkopolski. Jeżeli ze względu na rodzaj Produktu lub sposób jego zamontowania dostarczenie Produktu przez Klienta byłoby nadmiernie utrudnione, Klient obowiązany jest udostępnić Produkt Sprzedawcy w miejscu, w którym Produkt się znajduje.”

b) odnośnie zarzutu braku terminu zapłaty (przy płatności on-line):

„4.2.1. W przypadku wyboru przez Klienta płatności przelewem, Klient obowiązany jest do dokonania płatności w terminie 3 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy Sprzedaży.”

c) odnośnie zarzutu braku wzorca formularza odstąpienia od umowy, zawartego w załączniku nr 2 ww. ustawy o prawach konsumenta:

„11. WZÓR FORMULARZA Odstąpienia od Umowy  
(ZAŁĄCZNIK NUMER 2 DO USTAWY O PRAWACH KONSUMENTA)

*Wzór formularza odstąpienia od umowy (formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy)*

*Adresat:*

*Xstrit Fashion Karolina Walasek ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów Wielkopolski  
xstritfashion.pl*

*xstrit\_fashion@vp.pl*

*– Ja/My(\*) niniejszym informuję/informujemy(\*) o moim/naszym odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy(\*) umowy dostawy następujących rzeczy(\*) umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy(\*)/o świadczenie następującej usługi(\*)*

*– Data zawarcia umowy(\*)/odbioru(\*)*

*– Imię i nazwisko konsumenta(-ów)*

*– Adres konsumenta(-ów)*

*– Podpis konsumenta(-ów) (tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej)*

*– Data*

*(\*) Niepotrzebne skreślić.”*

d) odnośnie zarzutu braku informacji o możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur:

#### *„7. POZASĄDOWE SPOSOBY ROZPATRYWANIA REKLAMACJI I DOCHODZENIA ROSZCZEŃ ORAZ ZASADY DOSTĘPU DO TYCH PROCEDUR*

*7.1. Szczegółowe informacje dotyczące możliwości skorzystania przez Klienta będącego konsumentem z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasady dostępu do tych procedur dostępne są w siedzibach oraz na stronach internetowych powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów, organizacji społecznych, do których zadań statutowych należy ochrona konsumentów, Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej oraz pod następującymi adresami internetowymi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:  
[http://www.uokik.gov.pl/spory\\_konsumenckie.php](http://www.uokik.gov.pl/spory_konsumenckie.php);  
[http://www.uokik.gov.pl/sprawy\\_indywidualne.php](http://www.uokik.gov.pl/sprawy_indywidualne.php)  
oraz [http://www.uokik.gov.pl/wazne\\_adresy.php](http://www.uokik.gov.pl/wazne_adresy.php).*

*7.2. Klient będący konsumentem posiada następujące przykładowe możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń:*

*7.2.1. Klient uprawniony jest do zwrócenia się do stałego polubownego sądu konsumenckiego, o którym mowa w art. 37 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. 2001 nr 4 poz. 25 ze zm.), z wnioskiem o rozstrzygnięcie sporu wynikłego z zawartej Umowy Sprzedaży. Regulamin organizacji i działania stałych polubownych sądów konsumenckich określa rozporządzenie ministra sprawiedliwości z dnia 25 września 2001 r. w sprawie określenia regulaminu organizacji i działania stałych polubownych sądów konsumenckich. (Dz.U. 2001, nr 113, poz. 1214).*

*7.2.2. Klient uprawniony jest do zwrócenia się do wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej, zgodnie z art. 36 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. 2001 nr 4 poz. 25 ze zm.), z wnioskiem o wszczęcie postępowania mediacyjnego w sprawie polubownego zakończenia sporu między Klientem, a Sprzedawcą. Informacja na temat zasad i trybu procedury mediacji prowadzonej przez wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej*

dostępna jest w siedzibach oraz na stronach internetowych poszczególnych Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej.

7.2.3. Klient może uzyskać bezpłatną pomoc w sprawie rozstrzygnięcia sporu między Klientem, a Sprzedawcą, korzystając także z bezpłatnej pomocy powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów lub organizacji społecznej, do której zadań statutowych należy ochrona konsumentów (m.in. Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich). Porady udzielane są przez Federację Konsumentów pod adresem email [porady@dlakonsumentow.pl](mailto:porady@dlakonsumentow.pl) oraz przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich pod bezpłatnym numerem infolinii konsumenckiej 800 889 866.”

e) odnośnie zarzutu niepodawania w regulaminie ww. sklepu internetowego:

- warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym oraz informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym
- trybu postępowania reklamacyjnego dot. wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line,

## „2. USŁUGI ELEKTRONICZNE W SKLEPIE INTERNETOWYM

2.1. W Sklepie Internetowym dostępne są następujące Usługi Elektroniczne: Konto, Formularz Zamówienia oraz Newsletter.

2.1.1. Konto – korzystanie z Konta możliwe jest po wykonaniu łącznie trzech kolejnych kroków przez Usługobiorcę – (1) wypełnieniu Formularza Rejestracji, (2) kliknięciu pola „Zaloguj się” a następnie kliknięciu zakładki „ Jestem nowym klientem oraz (3) potwierdzeniu chęci utworzenia Konta poprzez kliknięcie w link potwierdzający przesłany automatycznie na podany adres poczty elektronicznej. W Formularzu Rejestracji niezbędne jest podanie przez Usługobiorcę następujących danych Usługobiorcy: imię i nazwisko/nazwa firmy, adres (ulica, numer domu/mieszkania, kod pocztowy, miejscowość, kraj), adres poczty elektronicznej, numer telefonu kontaktowego oraz hasło. W wypadku Usługobiorców niebędących konsumentami niezbędne jest także podanie nazwy firmy oraz numeru NIP.

2.2. Wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Usługodawca: (1) komputer, laptop lub inne urządzenie multimedialne z dostępem do Internetu; (2) dostęp do poczty elektronicznej; (3) przeglądarka internetowa: Mozilla Firefox w wersji 17.0 i wyższej lub Internet Explorer w wersji 10.0 i wyższej, Opera w wersji 12.0 i wyższej, Google Chrome w wersji 23.0. i wyższej, Safari w wersji 5.0 i wyższej; (4) dowolna rozdzielczość ekranu; (5) włączenie w przeglądarce internetowej możliwości zapisu plików Cookies oraz obsługi Javascript.

2.3. Usługobiorca obowiązany jest do korzystania ze Sklepu Internetowego w sposób zgodny z prawem i dobrymi obyczajami mając na uwadze poszanowanie dóbr osobistych oraz praw autorskich i własności intelektualnej Usługodawcy oraz osób trzecich. Usługobiorca obowiązany jest do wprowadzania danych zgodnych ze stanem faktycznym. Usługobiorcę obowiązuje zakaz dostarczania treści o charakterze bezprawnym.

2.4. Tryb postępowania reklamacyjnego:

2.4.1. Reklamacje związane ze świadczeniem Usług Elektronicznych przez Usługodawcę oraz pozostałe reklamacje związane z działaniem Sklepu Internetowego (z wyłączeniem procedury reklamacji Produktu, która została wskazana w pkt. 6 Regulaminu) Usługobiorca może składać na przykład:

2.4.2. pisemnie na adres: ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów Wielkopolski;

2.4.3. w formie elektronicznej za pośrednictwem poczty elektronicznej na

adres: [xstrit\\_fashion@vp.pl](mailto:xstrit_fashion@vp.pl) ;

2.4.4. Zaleca się podanie przez Usługobiorcę w opisie reklamacji: (1) informacji i okoliczności dotyczących przedmiot reklamacji, w szczególności rodzaju i daty wystąpienia nieprawidłowości; (2) żądania Usługobiorcy; oraz (3) danych kontaktowych składającego reklamację – ułatwi to i przyspieszy rozpatrzenie reklamacji przez Usługodawcę. Wymogi podane w zdaniu poprzednim mają formę jedynie zalecenia i nie wpływają na skuteczność reklamacji złożonych z pominięciem zalecanego opisu reklamacji.

2.4.5. Ustosunkowanie się do reklamacji przez Usługodawcę następuje niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia jej złożenia.”

f) odnośnie zarzutu stosowania postanowienia o treści: „Sklep internetowy .....Xstrit Fashion....., dostępny pod adresem ..[www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl)..... , prowadzony jest przez firmę ...Xstrit Fashion....., wpisaną przez Prezydenta Miasta ....Gorzów Wielkopolski.....do ewidencji działalności gospodarczej.”:

„Sklep Internetowy dostępny pod adresem internetowym [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl) prowadzony jest przez KAROLINĘ WALASEK prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Xstrit Fashion wpisaną do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej prowadzonej przez ministra właściwego do spraw gospodarki, posiadającą: adres miejsca wykonywania działalności i adres do doręczeń: ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów Wielkopolski, NIP 5992827543, REGON 08111363, adres poczty elektronicznej:[xstrit\\_fashion@vp.pl](mailto:xstrit_fashion@vp.pl) , numer telefonu kontaktowego: 726985416.”

g) odnośnie zarzutu zamieszczania postanowień, których treść naruszała art. 27 i art. 32 ust. 1 i ust. 2 ustawy o prawach konsumenta:

„8. PRAWO ODSTĄPIENIA OD UMOWY (DOTYCZY UMÓW SPRZEDAŻY ZAWARTYCH OD 25 GRUDNIA 2014 ROKU)

8.1. Konsument, który zawarł umowę na odległość, może w terminie 14 dni kalendarzowych odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w pkt. 8.8 Regulaminu. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Oświadczenie o odstąpieniu od umowy może zostać złożone na przykład:

8.1.1. pisemnie na adres: ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów Wielkopolski;

8.1.2. w formie elektronicznej za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres: [xstrit\\_fashion@vp.pl](mailto:xstrit_fashion@vp.pl) ;

8.2. Przykładowy wzór formularza odstąpienia od umowy zawarty jest w załączniku nr 2 do Ustawy o Prawach Konsumenta oraz dodatkowo dostępny jest w pkt. 11 Regulaminu. Konsument może skorzystać z wzoru formularza, jednak nie jest to obowiązkowe.

8.3. Bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się:

8.3.1. dla umowy, w wykonaniu której Sprzedawca wydaje Produkt, będąc zobowiązany do przeniesienia jego własności (np. Umowa Sprzedaży) – od objęcia Produktu w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik, a w przypadku umowy, która: (1) obejmuje wiele Produktów, które są dostarczane osobno, partiami lub w częściach – od objęcia w posiadanie ostatniego Produktu, partii lub części albo (2) polega na regularnym dostarczaniu Produktów przez czas oznaczony – od objęcia w posiadanie pierwszego z Produktów;

8.3.2. dla pozostałych umów – od dnia zawarcia umowy.



8.4. *W przypadku odstąpienia od umowy zawartej na odległość umowę uważa się za niezawartą.*

8.5. *Sprzedawca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostawy Produktu (z wyjątkiem dodatkowych kosztów wynikających z wybranego przez Klienta sposobu dostawy innego niż najtańszy zwykły sposób dostawy dostępny w Sklepie Internetowym). Sprzedawca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu płatności, jakiego użył konsument, chyba że konsument wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami. Jeżeli Sprzedawca nie zaproponował, że sam odbierze Produkt od konsumenta, może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania Produktu z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jego odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.*

8.6. *Konsument ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia, w którym odstąpił od umowy, zwrócić Produkt Sprzedawcy lub przekazać go osobie upoważnionej przez Sprzedawcę do odbioru, chyba że Sprzedawca zaproponował, że sam odbierze Produkt. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie Produktu przed jego upływem. Konsument może zwrócić Produkt na adres: ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów Wlkp.*

8.7. *Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości Produktu będące wynikiem korzystania z niego w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania Produktu.*

8.8. *Możliwe koszty związane z odstąpieniem przez konsumenta od umowy, które obowiązany jest ponieść konsument:*

8.8.1. *Jeżeli konsument wybrał sposób dostawy Produktu inny niż najtańszy zwykły sposób dostawy dostępny w Sklepie Internetowym, Sprzedawca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów.*

8.8.2. *Konsument ponosi bezpośrednio koszty zwrotu Produktu.*

8.8.3. *W przypadku Produktu będącego usługą, której wykonywanie - na wyraźne żądanie konsumenta - rozpoczęło się przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, konsument, który wykonuje prawo odstąpienia od umowy po zgłoszeniu takiego żądania, ma obowiązek zapłaty za świadczenia spełnione do chwili odstąpienia od umowy. Kwotę zapłaty oblicza się proporcjonalnie do zakresu spełnionego świadczenia, z uwzględnieniem uzgodnionej w umowie ceny lub wynagrodzenia. Jeżeli cena lub wynagrodzenie są nadmierne, podstawą obliczenia tej kwoty jest wartość rynkowa spełnionego świadczenia.*

8.9. *Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów:*

8.9.1. *(1) o świadczenie usług, jeżeli Sprzedawca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez Sprzedawcę utraci prawo odstąpienia od umowy; (2) w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi Sprzedawca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy; (3) w której przedmiotem świadczenia jest Produkt nieprefabrykowany, wyprodukowany według specyfikacji konsumenta lub służący zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb; (4) w której przedmiotem świadczenia jest Produkt ulegający szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia; (5) w której przedmiotem świadczenia jest Produkt dostarczany w zapieczętowanym opakowaniu, którego po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po*

dostarczeniu; (6) w której przedmiotem świadczenia są Produkty, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami; (7) w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu Umowy Sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi Sprzedawca nie ma kontroli; (8) w której konsument wyraźnie żądał, aby Sprzedawca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji; jeżeli Sprzedawca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza Produkty inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub Produktów; (9) w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu; (10) o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę; (11) zawartej w drodze aukcji publicznej; (12) o świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi; (13) o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez Sprzedawcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.”

W nowym Regulaminie brak jest kwestionowanych postanowień.  
(dowód: karta nr 18-33)

**2.5.** Przedsiębiorca zobowiązał się także do:

a) odnośnie zarzutu braku informacji o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad:

uzupełnienia treści pkt 6.2 Regulaminu „Sprzedawca obowiązany jest dostarczyć Klientowi Produkt bez wad.” poprzez dodanie zdania: „Regulacja prawna odpowiedzialności za wady rzeczy zawarta jest w art. 556 oraz art. 556<sup>1</sup>-556<sup>3</sup> kc.”

b) odnośnie zarzutu niepodania przed zawarciem umowy informacji o zasadach i sposobie utrwalania i zabezpieczania konsumentowi treści zawartej umowy oraz sposobu udostępniania konsumentowi jej treści:

wpisania postanowienia pkt 3.4. w brzmieniu: „Utrwalenie, zabezpieczenie oraz udostępnienie Klientowi treści zawieranej Umowy Sprzedaży następuje poprzez (1) udostępnienie niniejszego Regulaminu na stronie Sklepu Internetowego oraz (2) przesłanie Klientowi wiadomości e-mail, o której mowa w pkt. 3.3.2. Regulaminu. Treść Umowy Sprzedaży jest dodatkowo utrwalona i zabezpieczona w systemie informatycznym Sklepu Internetowego Sprzedawcy. Potwierdzenie zamówienia jak i treść regulaminu będą wysyłane na skrzynkę elektroniczną konsumenta.”

Powyższe postanowienie odwołuje się do, wprowadzonego z dniem 29 maja 2015 r., pkt 3.3.2. o treści: „Po złożeniu Zamówienia Sprzedawca niezwłocznie potwierdza jego otrzymanie oraz jednocześnie przyjmuje Zamówienie do realizacji. Potwierdzenie otrzymania Zamówienia i jego przyjęcie do realizacji następuje poprzez przesłanie przez Sprzedawcę Klientowi stosownej wiadomości e-mail na podany w trakcie składania Zamówienia adres poczty

*elektronicznej Klienta, która zawiera co najmniej oświadczenia Sprzedawcy o otrzymaniu Zamówienia i o jego przyjęciu do realizacji oraz potwierdzenie zawarcia Umowy Sprzedaży.”*  
(dowód: karta nr 40, 42)

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

#### **3.1. Zagrożenie interesu publicznoprawnego.**

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie (...) jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. W opinii Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Xstritfashion. 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 (...).

#### **3.2. Oznaczenie przedsiębiorcy**

Przedmiotem postępowania są praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, przez które rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorców (art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie (...)).

Definicja legalna pojęcia „przedsiębiorca” zawarta jest w art. 4 ustawy o ochronie (...). Zgodnie z pkt 1 powołanego artykułu, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to, co do zasady, przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (j.t. Dz.U. z 2015r., poz. 584). W myśl art. 4 ust. 1 tej ustawy przedsiębiorcą jest m.in. osoba fizyczna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Karolina Walasek prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej (patrz pkt 2.1. stanu faktycznego decyzji). A zatem - w świetle powyżej przytoczonych przepisów prawnych – jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...), do którego przepisy tej ustawy odnoszą się wprost.

#### **3.3. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie I sentencji decyzji.**

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

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie (...) stanowi, iż „Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.” Natomiast art. 24 ust. 2 określa, iż „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: (...) 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; (...).”

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

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Ustawa o prawach konsumenta w art. 2 pkt 1 definiuje umowę zawartą na odległość jako: *„(...) umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie”*.

W niniejszej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z przedsiębiorcą, który w ramach swojej działalności gospodarczej zawiera z konsumentami umowy na odległość.

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisaney procedury stosowanej przez przedsiębiorcę w sklepie internetowym jest brak jednoczesnej obecności stron przy zawieraniu umowy, wywołany okolicznością wykorzystania technik komunikowania się na odległość. Do zawarcia umowy dochodzi z chwilą, gdy adresat oferty złoży oferentowi (przedsiębiorcy), przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość, jakim jest Internet, oświadczenie woli o przyjęciu przedstawionej mu oferty. Oznacza to, że w tej sprawie mamy do czynienia z zawieraniem umów na odległość pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą. Wypełniona została zatem dyspozycja art. 2 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta.

Powyższe usługi są jednocześnie usługami świadczonymi drogą elektroniczną. Pod tym pojęciem, zgodnie z art. 2 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną rozumie się *„wykonanie usługi świadczonej bez jednoczesnej obecności stron (na odległość), poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy, przesyłanej i otrzymywanej za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, włącznie z kompresją cyfrową, i przechowywania danych, która jest w całości nadawana, odbierana lub transmitowana za pomocą sieci telekomunikacyjnej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne”*.

Stosunki prawne w zakresie handlu elektronicznego można klasyfikować według sposobu wykonania umowy. Ten podział pozwala opisać tzw. transakcje bezpośrednie oraz transakcje pośrednie. Transakcje bezpośrednie występują wówczas, gdy przedmiotem umowy są dobra zapisane w postaci elektronicznej. W tego typu transakcjach możliwe jest nie tylko zawarcie umowy za pośrednictwem sieci, ale również jej wykonanie. Ich przedmiotem mogą być na przykład pliki programów komputerowych, pliki dźwięków do telefonów komórkowych, dostęp do elektronicznych baz danych lub aplikacji, usługi bankowości elektronicznej. Transakcje pośrednie charakteryzują się jedynie możliwością zawarcia umowy za pośrednictwem sieci. Wykonanie takiej umowy wiąże się natomiast z koniecznością wykorzystania tradycyjnych sposobów dostawy (poczta, przesyłki kurierskie). Aby doszło do wykonania takich umów, konieczne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. Transakcje pośrednie są typowymi stosunkami zawieranymi w sklepach internetowych, które oferują dobra materialne np. książki, płyty CD, urządzenia gospodarstwa domowego.<sup>1</sup>

Reasumując, w niniejszej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, świadczącym usługi drogą elektroniczną i zawierającym z konsumentami umowy na odległość. Tego rodzaju transakcje należy zaliczyć do transakcji pośrednich, dla wykonania

---

<sup>1</sup> A. Stosio „Umowy zawierane przez Internet”, Warszawa 2002, s. 213-214; P.Podrecki „Prawo Internetu”, Warszawa 2004, LexisNexis, s. 43.

których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. A zatem zakresem przedmiotowym ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną objęte będą wszystkie czynności związane z zawarciem umowy, dokonywane on-line. Natomiast do zawieranej przez przedsiębiorcę z konsumentem umowy związanej z materialnym obrotem towarowym zastosowanie mają przepisy ww. ustawy o prawach konsumenta oraz przepisy kodeksu cywilnego, dalej: „*kc*”.

#### **Ad 1) Pierwsza przesłanka naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) - bezprawność działań przedsiębiorcy**

Poddając analizie pierwszą przesłankę zastosowania art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) należy wykazać, iż działanie Xstrifashion było bezprawne.

Kierowane przez Xstrifashion do konsumenta zaproszenie do składania zamówienia w sklepie internetowym [www.xstrifashion.pl](http://www.xstrifashion.pl) jest pierwszą czynnością inicjującą handlowe kontakty ze strony przedsiębiorcy. Dlatego też ustawodawca, w art. 12 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta, nałożył na przedsiębiorcę obowiązek informacji „przedkontraktowej”, która powinna być podana konsumentowi najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość. Informacje, jakie przedsiębiorca ma obowiązek udostępnić konsumentowi na stronach swojego sklepu internetowego, zostały w sposób taksatywny wymienione w ww. przepisie prawnym. I tak konsument musi być prawidłowo poinformowany o:

- organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy (art. 12 ust. 1 pkt 2),
- adresie, pod którym konsument może składać reklamacje (art. 12 ust. 1 pkt 4),
- terminie zapłaty - przy płatności on-line (art. 12 ust. 1 pkt 7),
- stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji (art. 12 ust. 1 pkt 8),
- wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartego w załączniku nr 2 ww. ustawy o prawach konsumenta (art. 12 ust. 1 pkt 9),
- możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur art. 12 ust. 1 pkt 21).

Prawo do otrzymania przez konsumenta odpowiednich informacji w odpowiedniej formie [ustanowione w dyrektywie nr 97/7/WE] spełnia kilka funkcji. Oprócz umożliwienia prawidłowego wykonania zawartej umowy oraz zagwarantowania konsumentowi możliwości skorzystania z innych służących mu uprawnień, w tym w szczególności z prawa odstąpienia [od umowy], uprawnienie do otrzymania informacji i odpowiadający mu obowiązek ich przekazania spoczywający na stronie profesjonalnej ma zrekompensować konsumentowi brak bezpośredniego kontaktu z drugą stroną umowy oraz ułatwić dokonanie oceny i weryfikacji przedmiotu umowy i jej warunków.<sup>2</sup>

W myśl art. 8 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną usługodawca ma obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną oraz nieodpłatnego jego udostępnienia usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Regulamin ten winien określać w szczególności warunki świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym:

---

<sup>2</sup> W. Baranowska-Zajęc, Głosa do wyroku TS z dnia 5 lipca 2012 r., C-49/11. Teza 2, Wolters Kluwer SA, Lex.

- wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit a),
- informować o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b),
- tryb postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4).

Przedsiębiorca, nie czyniąc zadość nałożonym na niego przez ustawodawcę ww. zobowiązaniom uchybił obowiązkowi udzielania swoim kontrahentom (konsumentom) rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zatem takie działanie uznać należy za bezprawne. **Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu uznał, że powyższe działania Xstrifashion spełniają pierwszą z dwóch ww. przesłanek, polegającą na naruszeniu powołanych przepisów ustawy o prawach konsumenta oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, co jednocześnie stanowi uchybienie ustawowemu obowiązkowi udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.**

## **Ad 2) Druga przesłanka naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) – godzenie w zbiorowy interes konsumentów.**

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

Każdy konsument ma prawo sprawdzić wiarygodność i rzetelność przedsiębiorcy, z którym zawiera umowę. Jest to szczególnie ważne w przypadku zawierania umów na odległość, gdyż niejednokrotnie zawierane są one pod wpływem chwili.

Na stronie sklepu internetowego [www.xstrifashion.pl](http://www.xstrifashion.pl), w Regulaminie, przedsiębiorca zamieścił postanowienie o treści „Sklep internetowy .....Xstrit Fashion....., dostępny pod adresem ..[www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl)..... , prowadzony jest przez firmę ...Xstrit Fashion....., wpisaną przez Prezydenta Miasta ....Gorzów Wielkopolski.....do ewidencji działalności gospodarczej.”, w którym brak jest danych dotyczących organu rejestrującego działalność przedsiębiorcy. Zauważyć bowiem należy, iż w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej przez osoby fizyczne, organem rejestrowym jest Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej, dalej: „CEIDG”. Rejestr prowadzony jest przez Ministra Gospodarki. Wszystkie firmy, które wcześniej były zarejestrowane w określonym urzędzie przez wójta, burmistrza lub prezydenta miasta obecnie zostały przeniesione do CEIDG i taka informacja powinna być przekazana konsumentowi. Niepodanie prawidłowego organu, który zarejestrował działalność gospodarczą Xstrifashion stanowi dla konsumenta utrudnienie, a w konsekwencji przekłada się na problemy w dochodzeniu roszczeń od przedsiębiorcy i tym samym godzi w ekonomiczne interesy konsumentów. Brak tych danych utrudnia bowiem konsumentowi precyzyjną identyfikację przedsiębiorcy, z którym zawarł umowę na odległość. Podkreślić bowiem należy, iż podawanie przez przedsiębiorców ww. danych stanowi regułę, na której opiera się praktyka obrotu gospodarczego oraz relacje przedsiębiorców z organami administracji publicznej i z sądami. Zatem zasada ta dotyczy również konsumentów korzystających z usług danego przedsiębiorcy.

Obowiązkiem przedsiębiorcy jest wskazanie zarówno miejsca (adresu) składania reklamacji towaru zakupionego w sklepie internetowym, jak też podanie procedury jej rozpatrywania (art. 12 ust. 1 pkt 4 i pkt 8 ustawy o prawach konsumenta). Brak na witrynie sklepu internetowego powyższych zapisów stanowi ograniczenie praw konsumenta, pozbawiając go możliwości uzyskania tych informacji. Informacje te mają dla konsumenta istotne znaczenie dla dochodzenia przez niego swoich praw, w kontekście niemożności ich uzyskania np. u sprzedawcy przy dokonywaniu zakupu w „tradycyjny” sposób.

Z treści regulaminu sklepu [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl) wynika, iż konsument za zakupiony towar może dokonać zapłaty on-line. Niemniej jednak przedsiębiorca, w myśl art. 12 ust. 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta, powinien wyznaczyć mu termin, w jakim będzie oczekiwał na jego wpłatę. W przeciwnym wypadku, konsument będący nawet w dobrej wierze, może spóźnić się z zapłatą, a tym samym narazić się na spór z przedsiębiorcą.

Zgodnie z art. 27 ustawy o prawach konsumenta konsumentowi, który nabył towar na odległość, przysługuje prawo odstąpienia od umowy. Natomiast na przedsiębiorcy, zgodnie z treścią art. 12 ust. 1 pkt. 9 tej ustawy, ciąży obowiązek zamieszczenia wzoru formularza, jaki konsument może w tym celu stosować. Podkreślić przy tym należy, iż formularz takiego oświadczenia, będącego ułatwieniem dla konsumenta, został opracowany przez samego ustawodawcę i stanowi załącznik nr 2 do ww. ustawy.

Pozasądowe sposoby rozstrzygania sporów to tzw. alternatywne metody rozstrzygania sporów w sprawach konsumenckich. Nie obejmują one rozpatrywania reklamacji i skarg klienta bezpośrednio przez przedsiębiorcę, ale dotyczą sytuacji, gdy konsument składa reklamację co do jakości kupionego produktu lub usługi, a przedsiębiorca nie uznaje roszczenia konsumenta. Wówczas konsument może zwrócić się o interwencję do neutralnej strony, która proponuje rozwiązanie lub doprowadza do spotkania stron w celu znalezienia rozwiązania.<sup>3</sup> Taka droga dochodzenia roszczeń jest krótsza, niż w przypadku wystąpienia na drogę postępowania sądowego, a tym samym jest korzystniejsza dla konsumenta.

Przed rozpoczęciem świadczenia usług drogą elektroniczną usługodawca zobowiązany jest do sporządzenia regulaminu, na podstawie którego świadczone będą usługi, i udostępnienia go konsumentowi jeszcze przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną (art. 8 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Przedsiębiorca prowadzący sklep internetowy ma obowiązek wskazać w nim wymagania techniczne niezbędne do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje (art. 8 ust. 3 pkt 2 ppkt a ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Będą to na przykład informacje dotyczące rodzajów przeglądarek internetowych prawidłowo współpracujących z daną witryną, konieczności posiadania dodatkowego oprogramowania obsługującego aplety Java, rozdzielczości dla jakiej jest zoptymalizowana strona internetowa. Zatem konsument, „otwierając” stronę internetową, powinien od razu uzyskać informację, czy przy użyciu posiadanego przez siebie komputera lub innego urządzenia (np. tabletu, telefonu), bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów.

---

<sup>3</sup> B.Kaczmarek-Templin „Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz”, 2014

Konsumenta, korzystającego z usług sklepu internetowego, obowiązuje ustawowy zakaz dostarczania na jego witrynę treści o charakterze bezprawnym. Zgodnie zaś z wolą ustawodawcy (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną) to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek poinformowania go o powyższym. Brak informacji na ten temat może skutkować tym, iż nieświadomy konsument może przesłać na stronę materiały, których dostarczanie jest zagrożone karą. Pośrednio, umieszczenie odpowiedniego zapisu zakazującego konsumentowi ww. działań leży także w interesie przedsiębiorcy, który ponosi odpowiedzialność za wszystkie informacje zawarte na jego stronie internetowej. A zatem zamieszczenie powyższej informacji jest tym bardziej konieczne, iż konsumenci na stronie internetowej sklepu [www.xstrifashion.pl](http://www.xstrifashion.pl) mogą zamieszczać komentarze na temat danego produktu.

W Regulaminie sklepu internetowego przedsiębiorca winien podać także tryb postępowania reklamacyjnego w zakresie reklamacji tej części usługi, która jest wykonywana on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). Brak zatem tych zapisów powoduje, iż konsument nie wie, jak dochodzić swoich praw np. w przypadku, gdy zamieszczony na stronie internetowej sklepu mechanizm zawierania umów błędnie oblicza wartość zamawianych towarów czy koszty przesyłki. Podkreślić przy tym należy, iż ustawodawca w ww. ustawie nie zawarł wytycznych, jakimi winien kierować się przedsiębiorca przy ustalaniu tego regulaminu. Z powyższego przepisu prawnego wynika jednakże, że każdy usługodawca musi wprowadzić procedurę reklamacyjną, która może być dowolnie określona, o ile tylko nie narusza uzasadnionych interesów usługobiorcy, na przykład przewidując bardzo krótkie terminy rozstrzygnięcia reklamacji.<sup>4</sup>

**Tym samym spełniona została druga z przesłanek - godzenie ww. działaniami w zbiorowy interes konsumentów - niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

**Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu stwierdził, że spełnione zostały łącznie wszystkie przesłanki niezbędne dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...).**

### **3.4. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie II sentencji decyzji.**

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

Zgodnie z art. 24 ust. 1 „*Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozumianych.*” W myśl zaś ust. 2 tego przepisu prawnego „*Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy (...)*”.

Do stwierdzenia zatem praktyki z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...) konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

1) bezprawność działań przedsiębiorcy polegająca na naruszeniu przepisów prawa,

---

<sup>4</sup> J. Gołaczyński, K. Kowalik-Bańczyk, A. Majchrowska, M. Świerczyński, Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz, Oficyna, 2009, LEX POLONICA; M. Świerczyński „Komentarz do art.8 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną”, Wolters Kluwer SA, Lex.



2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

### **Ad 1) Pierwsza przesłanka naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...) - bezprawność działań przedsiębiorcy**

W myśl art. 27 ustawy o prawach konsumenta, konsument, który zawarł umowę na odległość, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny. Od tej zasady ustawodawca nie przewidział żadnych wyjątków, zatem postanowienie: „*UWAGA !!! towar przeceniony nie podlega zwrotowi !!!*” jest sprzeczne z treścią tego przepisu prawnego. Ponadto, w kwestionowanych postanowieniach o treści: „*Zamawiający ma prawo zwrotu towaru w ciągu 10 dni od daty otrzymania przesyłki - towar musi posiadać oryginalne metki oraz nie nosić śladów użytkowania.*” oraz „*Jeżeli przesłany towar nie odpowiada Państwa oczekiwaniom, istnieje możliwość jego zwrotu w ciągu 10 dni od otrzymania produktu.*” przedsiębiorca wskazał niewłaściwy termin do odstąpienia od umowy, który w myśl ww. przepisu prawnego wynosi 14 dni, a nie jak podaje Xstrifashion – 10 dni.

Art. 32 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta jednoznacznie stanowi, iż „*Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy*”. Zgodnie zaś z treścią ust. 2 tego artykułu „*Przedsiębiorca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że konsument wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.*” Zatem przedsiębiorca nie może obligatoryjnie wskazywać przelewu na konto jako jedynej formy zwrotu pieniędzy konsumentom, szczególnie, iż jako sposób zapłaty podano dwie różne formy - „przelew na konto” i „gotówka przy odbiorze” (pośrednictwo Poczty Polskiej S.A.). Konsument odstępujący od umowy powinien otrzymać zwrot uiszczonych opłat, zarówno wartości towaru, jak i kosztów jego przesyłki. Zatem postanowienie o treści: „*Koszt przesyłki - nie podlega zwrotowi.*” w zw. z postanowieniem o treści: „*Po otrzymaniu zwrotu na nasz adres korespondencyjny Xstrit Fashion Karolina Walasek, ul. Dąbroszyńska 40, 66-400 Gorzów wielkopolski - przelejemy kwotę odpowiadającą kosztowi zamówionego towaru na podany rachunek bankowy w ciągu 14 dni*”, w sposób sprzeczny z wolą ustawodawcy reguluje uprawnienia konsumentów.

**Spełniona została zatem pierwsza przesłanka – bezprawność działań przedsiębiorcy polegająca na naruszeniu przepisów art. 27 oraz 32 ust. 1 i 2 ustawy o prawach konsumenta.**

### **Ad 2) Druga przesłanka naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...) – godzenie w zbiorowy interes konsumentów.**

Informacja o niemożności zwrotu towaru przecenionego oraz krótszym terminie do zwrotu towaru w związku z odstąpieniem od umowy, niż to wynika z treści ww. art. 27 ustawy o prawach konsumenta, może spowodować, iż konsument nie skorzysta ze swojego uprawnienia w przekonaniu, iż ono mu nie przysługuje lub że jest w zwłoce. Tym samym zmuszony zostanie do pozostawienia sobie zakupionego towaru, który z różnych powodów mu nie odpowiada, a który bez żadnych konsekwencji mógłby zwrócić, gdyby otrzymał prawidłowe informacje w tym zakresie.

Rezygnacja konsumenta z zakupionego w sklepie internetowym towaru w przewidzianym ustawową terminie nie upoważnia Xstrifashion do zatrzymania sobie części należności uiszczonych przez konsumenta, w wysokości odpowiadającej sumie kosztów dostawy. Zatem niezwrócenie konsumentowi tej opłaty jest działaniem bezprawnym, godzącym w ekonomiczny interes konsumenta, którego przedsiębiorca obciąża całym ryzykiem gospodarczym. Tym samym, dochodzi do zachwiania równowagi pomiędzy sprzedającym a kupującym, na którego przenoszony jest cały ciężar kosztów związanych z transportem zakupionych towarów, jak również kosztów jego odesłania.

Ponadto, w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy, przedsiębiorca ma obowiązek zwrócić wszystkie dokonane przez niego płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument. Wyjątek od tej zasady stanowi dobrowolna zgoda konsumenta na inny sposób takiego zwrotu. Natomiast przedsiębiorca, wbrew woli ustawodawcy, wskazując tylko i wyłącznie przelew jako jedyny sposób zwrotu pieniędzy konsumentowi ograniczył przysługujące mu uprawnienia nie pozostawiając mu najmniejszego wyboru nawet w sytuacji, gdy konsument zapłatę uiszczył gotówką przy odbiorze, gdyż nie posiada konta w banku lub jego dostęp do konta jest utrudniony np. odległość od banku, brak konta internetowego itp.

**Tym samym zostało wykazane spełnienie drugiej z przesłanek niezbędnej do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

**Wobec powyższego Prezes Urzędu stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki niezbędne dla zakwalifikowania opisanych działań przedsiębiorcy jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie (...).**

### **3.5. Zaniechanie praktyki.**

Stosownie do art. 27. ustawy o ochronie (...), jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W dniu 29 maja 2015 r. Xstrifashion dokonał zmiany treści Regulaminu wpisując do niego informacje, o których mowa w pkt I sentencji decyzji oraz wykreślając kwestionowane postanowienia, o których mowa w pkt II sentencji decyzji. W związku z powyższym, Prezes Urzędu uznał, iż stosowana przez przedsiębiorcę praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów została zaniechana.

**Z uwagi na powyższe orzeczono, jak w punkcie I i II sentencji niniejszej decyzji.**

### **3.6. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie III sentencji decyzji.**

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

Jak już podano powyżej (pkt 3.3. uzasadnienia decyzji) do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) konieczne jest kumulatywne spełnienie dwóch przesłanek tj.:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

## **Ad 1) Pierwsza przesłanka naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) - bezprawność działań przedsiębiorcy**

W myśl art. 12 ust. 1 pkt 13 ustawy o prawach konsumenta, na przedsiębiorcy ciąży obowiązek podania konsumentowi, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość, informacji o obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad (art. 12 ust. 1 pkt 13).

Przedsiębiorca, sprzedając towar w sklepie internetowym i zawierając umowy z kontrahentami, w tym z konsumentami, za pośrednictwem sieci, świadczy usługi drogą elektroniczną. Zgodnie z art. 66<sup>1</sup> § 1 kc oferta złożona w postaci elektronicznej wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie. Przedsiębiorca składający ofertę w postaci elektronicznej jest obowiązany przed zawarciem umowy poinformować drugą stronę w sposób jednoznaczny i zrozumiały m.in. o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc).

**Zatem uprawdopodobnione zostało, iż niezamieszczenie przez przedsiębiorcę powyższych informacji na stronach sklepu internetowego [www.xstrifashion.pl](http://www.xstrifashion.pl) stanowi uchybienie ustawowemu obowiązkowi udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.**

## **Ad 2) Druga przesłanka naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...) – godzenie w zbiorowy interes konsumentów.**

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

Przedsiębiorca, oferując do sprzedaży określone towary ekspozuje ich cechy np. wygląd, rozmiar, kolor. Tym samym, spoczywa na nim obowiązek dbania o zgodność towaru z umową, także w zakresie jakości towaru, która powinna być „standardowa”, a więc taka, jaką zwykle prezentują na rynku towary danego rodzaju. Powinny się zgadzać także parametry rzeczy, jej funkcje, wygląd, rozmiar i wszelkie inne cechy, które zostały określone w ofercie sprzedawcy. Ponadto, na przedsiębiorcy ciąży obowiązek, by rzecz była w należyтым stanie zarówno w momencie jej wysyłania przez przedsiębiorcę, jak również w chwili jej odbioru przez konsumenta, szczególnie, iż to on wskazuje przewoźnika, który ma dostarczyć towar konsumentowi. Konsument, w przypadku stwierdzenia braku jakiegokolwiek z tych cech, może złożyć reklamacje. Podkreślić należy, iż kwestie odpowiedzialności sprzedawcy określają przepisy art. 565 kc oraz art. 556<sup>1</sup>-556<sup>3</sup> kc. Zatem niepoinformowanie konsumentów, za jakie wady sprzedawca ponosi odpowiedzialność, godzi w ich ekonomiczne interesy, gdyż nie będą mogli dochodzić swoich praw.

Konsument, dokonując zamówienia określonego towaru z oferty, przedstawionej na witrynie internetowej, zawiera z przedsiębiorcą umowę sprzedaży tego towaru oraz dostarczenia go na wskazany przez siebie adres. Dlatego też, w celu określenia warunków na jakich ww.

czynności mają być wykonane oraz praw i obowiązków obu stron tej umowy, niezbędnym jest potwierdzenie konsumentowi, przez przedsiębiorcę, treści zawartej umowy. Konsument musi więc zostać poinformowany, w jaki sposób powyższy obowiązek zostanie spełniony, gdyż ma to dla niego istotne znaczenie przy dochodzeniu ewentualnych roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy przez przedsiębiorcę (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc).

**Tym samym zostało uprawdopodobnione spełnienie drugiej z przesłanek - godzenie ww. działaniami w zbiorowy interes konsumentów - niezbędnej do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

**Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu stwierdził, że zostało uprawdopodobnione spełnienie łącznie wszystkich przesłanek niezbędnych dla zakwalifikowania opisanych działań Xstrifashion jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie (...).**

### **3.7. Zastosowanie art. 28 ustawy o ochronie (...)**

*Zgodnie z art. 28 ustawy o ochronie (...) „Jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestął naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.”*

W toku niniejszego postępowania Xstrifashion, uznając zasadność zarzutów przedstawionych w postanowieniu nr 92/2015, zobowiązała się do zamieszczenia w Regulaminie postanowień, w których treści uwzględniono uregulowania art. 12 ust. 1 pkt 13 ustawy o prawach konsumenta oraz art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc (patrz pkt 2. 5. decyzji).

Zatem, Prezes Urzędu, po przeprowadzeniu analizy złożonego wniosku, uznał za stosowne oprzeć rozstrzygnięcie zawarte w punkcie III sentencji niniejszej decyzji o regulację przepisu art. 28 ustawy o ochronie (...).

Ze względu na fakt, iż przedsiębiorca składając zobowiązanie nie wskazał terminu, w jakim je wykona, Prezes Urzędu kierując, się doświadczeniem orzecznictwem w sprawach o podobnym stanie faktycznym określił ten okres na 2 tygodnie od daty uprawomocnienia się decyzji.

**Mając powyższe na uwadze należało orzec, jak w pkt III sentencji decyzji.**

### **3.7. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie IV sentencji decyzji.**

Stosownie do art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie (...) Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek złożenia w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Wypełnieniem tego obowiązku będzie przesłanie, potwierdzonego za zgodność z

oryginałem, Regulaminu ww. sklepu internetowego, w którym zamieszczone będą informacje wymienione w pkt III sentencji decyzji.

Mając na uwadze, iż Xstrifashion swoje zobowiązanie ma wykonać w terminie 2 tygodni od daty uprawomocnienia się decyzji, Prezes Urzędu wyznaczył jej okres 1 miesiąca, od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na przesłanie, potwierdzonego za zgodność z oryginałem, regulaminu sklepu zamieszczonego na stronie internetowej [www.xstritfashion.pl](http://www.xstritfashion.pl).

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie (...) w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 Kpc – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

Otrzymują:

Pani

Karolina Walasek

Xstrit Fashion

ul. Dąbroszyńska 40

66-400 Gorzów Wlkp.