

ALERT

Ponad 31 mln kary dla Amazon EU SARL za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przy sprzedaży online

Niepokojące sygnały dotyczące nieprawidłowości w świadczeniu przez Amazon EU SARL z siedzibą w Luksemburgu („Amazon”) – jednego z przedsiębiorców sprzedających na platformie Amazon.pl – usług w ramach serwisu docierały do Prezesa UOKiK m.in. od konsumentów, którzy nie otrzymywali opłaconych zamówień.

Od września 2021 r. Prezes UOKiK prowadził wobec spółki postępowanie wyjaśniające, które zakończyło się postawieniem jej zarzutów. Decyzją z dnia 26 marca 2024 r. Prezes UOKiK uznał działania Amazon za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, nakazał zaniechania ich stosowania, usunięcie skutków trwających naruszeń oraz nałożył na spółkę karę pieniężną w łącznej wysokości 31 850 141 zł.

Kwestionowane praktyki dotyczyły wprowadzania konsumentów w błąd co do momentu zawarcia umowy sprzedaży, dostępności produktów, terminów dostaw i uprawnień konsumentów dotyczących usługi „Gwarancja Dostawy”.

ZŁOŻENIE ZAMÓWIENIA A MOMENT ZAWARCIA UMOWY

Złożenie zamówienia na platformie Amazon.pl, opłacenie go i otrzymanie jego potwierdzenia nie oznacza jeszcze zawarcia umowy sprzedaży. Zgodnie ze stosowanym przez Amazon modelem dochodzi do niego w momencie otrzymania przez konsumenta informacji o faktycznej wysyłce towarów. Do tego czasu przedsiębiorca nie jest zobowiązany do dostarczenia zamówienia i może je w każdej chwili anulować.

Co prawda informacja o chwili zawarcia umowy znajduje się zarówno w Warunkach Sprzedaży jak i na ostatnim etapie zakupów na platformie, jednak według Prezesa UOKiK może być trudno dostępna. Jak wskazał Prezes Urzędu jest ona napisana szarą czcionką na białym tle, na samym dole strony, za to widoczne są hasła takie jak „Kup teraz” lub „Przejdź do finalizacji zakupu” sugerujące, że składając zamówienie konsument zawiera umowę.

W związku z powyższym Prezes UOKiK uznał, że Amazon wprowadza konsumentów w błąd co do momentu zawarcia umowy sprzedaży.

Zdaniem Prezesa UOKiK, powyższa praktyka skutkuje m.in. tym, że konsumenci wielokrotnie nie otrzymują zamówionych produktów, pomimo ich opłacenia. Co więcej, wiadomość o anulowaniu zamówienia jest im przekazywana często na długo po jego złożeniu (w przypadku niektórych towarów jest to nawet miesiąc), co wiąże się z dodatkowymi negatywnymi konsekwencjami. W związku z brakiem dostawy konsument nie tylko nie może bowiem korzystać z zamówionych towarów, ale również traci szansę na ich zakup w atrakcyjnej cenie, która może już nie obowiązywać, a jego pieniądze pozostają zamrożone do momentu zwrotu.

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I DATA DOSTAWY

Kolejna wprowadzająca w błąd praktyka stosowana przez Amazon polegała na przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji o dostępności produktów i czasie dostaw. Obejmowała ona w szczególności prezentowanie przy składaniu zamówień licznika pokazującego kiedy produkt dotrze do konsumenta o ile złoży on zamówienie w określonym terminie lub liczby dostępnych sztuk danego produktu.

Postępowanie prowadzone przez Prezesa UOKiK wykazało jednak, że, w przypadku części zamówień Amazon nie dotrzymuje deklarowanych terminów (np. z uwagi na braki magazynowe). Co prawda również w tym wypadku Warunki Sprzedaży precyzują, że dane o dostępności i terminie wysyłki są orientacyjne, jednak w ocenie Prezesa UOKiK sposób ich prezentacji przy składaniu zamówień na to nie wskazuje.

Praktyka ta została przez Prezesa UOKiK zakwalifikowana jako niezgodny z prawem przykład dark patterns czyli „ciemnych wzorców” lub „zwodniczych interfejsów”. Mają one zmanipulować konsumenta, wyrzucić na niego presję i wymusić określone działania np. jak najszybsze złożenie zamówienia lub zakup dodatkowych produktów.

W swojej komunikacji Prezes UOKiK podkreślił, że informacje o dostępności produktu i jego szybkiej wysyłce mogą być kluczowe dla podjęcia decyzji zakupowej przez konsumenta. W związku z tym takie informacje nie mogą być jedynie wabikiem. **Jeśli przedsiębiorca podaje konkretny termin dostawy, to musi się z niego wywiązać.**

„GWARANCJA DOSTAWY”

Prezes UOKiK wskazał, że Amazon oferuje „Gwarancję dostawy”. Polega ona na tym, że produkt ma dotrzeć do konsumenta w określonym czasie, a w przypadku niedotrzymania terminu, konsument może zażądać zwrotu pieniędzy za dostawę.

W tym wypadku niezgodność praktyki z prawem dotyczyła tego, że **przed złożeniem zamówienia konsumenci nie otrzymują informacji o zasadach tej usługi**. Dostępne są one tylko na etapie podsumowania zamówienia, o ile konsument zdecyduje się zapoznać z kolejnymi odnośnikami określającymi szczegóły dostawy. W innym wypadku może nie być świadomy swoich praw, a co za tym idzie nie zgłosić się po zwrot środków i ich nie otrzymać, gdyby doszło do opóźnienia w wysyłce. Informacja o „Gwarancji Dostawy” nie jest ponadto uwzględniona w potwierdzeniach, jakie otrzymuje konsument.

Decyzja nie jest prawomocna, a Amazon zapowiedział złożenie odwołania.

JAK MOŻEMY PAŃSTWU POMÓC?

Prezentowany przypadek zdaje się potwierdzać zastrzegające się stanowisko Prezesa UOKiK dotyczące ochrony interesów konsumentów, w szczególności w ramach e-commerce.

Stosowany przez Amazon model zawierania z konsumentami umów na odległość wydaje się być dość powszechną praktyką. Wiele sklepów internetowych określa moment zawierania umowy jako inny niż moment złożenia zamówienia. W praktyce, w szczególności w okresach wzmożonej aktywności zakupowej konsumentów trudno jest bowiem przedsiębiorcom na bieżąco weryfikować stany magazynowe i terminy dostaw.

Niewątpliwie w przedmiotowej sprawie na surową ocenę działań Amazon i wysokość nałożonej kary miało wpływ wiele czynników, w tym w szczególności skala i powszechność praktyk, ich skutki dla konsumentów oraz wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje.

Jednocześnie wydana przez Prezesa UOKiK decyzja jedynie potwierdza jak istotne w handlu online z konsumentami są **nie tylko postanowienia stosowanych wzorców umownych (regulaminów sklepów internetowych, ogólnych warunków sprzedaży, ogólnych warunków umów, cenników, taryf itp.), ale również sposób prezentowania informacji** w ramach przykuwającej uwagę i wpływającej na decyzje zakupowe komunikacji handlowej z klientem oraz faktyczne działania podejmowane przez przedsiębiorców.

W związku z powyższym, sprzedawcy oferujący swoje towary i usługi konsumentom powinni nie tylko na bieżąco weryfikować i dostosowywać postanowienia stosowanych wzorców umownych oraz wewnętrznych procedur do aktualnych wytycznych i orzecznictwa organów ochrony konkurencji, ale również zadbać, aby cały proces zakupowy, w tym sposób przedstawienia informacji nie wpływał w sposób bezprawny na ich decyzje zakupowe oraz był dla konsumentów jasny i przejrzysty.

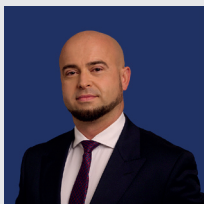
Nasi eksperci doradzają zarówno przy powstawaniu nowych projektów e-commerce, jak również prowadzą audyty już działających sklepów. W ramach naszych usług z przyjemnością:

- » przygotowujemy lub zweryfikujemy istniejący zestaw dokumentacji niezbędnej do spełnienia wymogów regulacyjnych;
- » pomożemy przygotować lub zweryfikujemy komunikację z konsumentami na każdym etapie działania sklepu internetowego;
- » pomożemy przygotować lub zweryfikujemy wewnętrzne procedury dotyczące w szczególności składania i przyjmowania zamówień, dostaw, rozpatrywania reklamacji oraz przesyłania informacji handlowych;
- » doradzimy w sprawach dotyczących sprzedaży i marketingu.

Ponadto, w razie potrzeby będziemy Państwa reprezentować na każdym etapie postępowania przed Prezesem UOKiK.

Zespół SSW na bieżąco monitoruje najbardziej aktualne orzecznictwo oraz wytyczne organów ochrony konkurencji i konsumentów, które mogą wpłynąć na sposób działania lub zarządzania przedsiębiorstwem. Będziemy Państwa nadal informować o kolejnych istotnych aktualnościach.

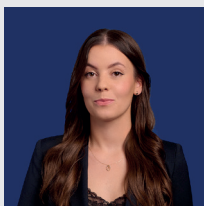
ZAPRASZAMY DO KONTAKTU



Jakub Jędrzejewski

Partner

jakub.jedrzejewski@ssw.solutions



Joanna Kanicka

Associate

joanna.kanicka@ssw.solutions