



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5  
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922  
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61-4/10/JM

Wrocław, 21.06.2010 r.

**DECYZJA RWR 13/2010**

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 5 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie *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 przeciwko Esc.pl Sp. z o.o. z/s w Gdańsku,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

po uprawdopodobnieniu stosowania przez tego przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez :

- 1) niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego),
- 2) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.)),

**i przyjęciu** przez wymienionego przedsiębiorcę **zobowiązania do zaniechania tych praktyk** poprzez zamieszczenie w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl) postanowień o treści:

- a) „Złożenie zamówienia nie jest równoznaczne z jego przyjęciem. Informacja udzielona przez Sprzedawcę o przyjęciu zamówienia do realizacji, na podstawie zaakceptowanej przez obie strony oferty, wysyłana poprzez pocztę elektroniczną, jest jednoznaczna z zawarciem umowy kupna-sprzedaży wiążącej obie strony transakcji. Utrwalanie i zabezpieczanie konsumentowi treści zawartej umowy oraz udostępnienie konsumentowi jej treści odbywa się poprzez przesłanie konsumentowi na podany przez niego adres poczty elektronicznej treści dokumentu zamówienia oraz niniejszego regulaminu”;
- b) „W przypadku, jeżeli Klient stwierdzi, że przesłany dokument zamówienia zawiera błędy i nie odpowiada treści zawartej umowy, zobowiązany jest niezwłocznie poinformować o tym Sprzedawcę. W takiej sytuacji Klient ma możliwość zmiany zamówienia do momentu wysłania zamówienia do Klienta. Zmiany zamówienia można dokonać kontaktując się ze Sprzedawcą za pośrednictwem poczty elektronicznej, telefonicznie lub faxem. W

przypadku spostrzeżenia błędu już po wysłaniu zamówienia do Klienta, stosuje się ogólne przepisy Kodeksu cywilnego o wadach oświadczenia woli.”

**nakłada się na przedsiębiorcę obowiązek wykonania powyższego zobowiązania w terminie jednego miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji .**

**II.** Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 5 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,  
**nakłada się na Esc.pl Sp. z o.o. z/s w Gdańsku obowiązek złożenia sprawozdania o stopniu realizacji przyjętego zobowiązania w terminie dwóch miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

**III.** Na podstawie art. 26 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy § 5 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie 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 przeciwko Esc.pl Sp. z o.o. z/s w Gdańsku,

- 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) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów** działanie przedsiębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.)),  
**i nakazuje się zaniechania jej stosowania.**

**IV.** Na podstawie art. 106 ust.1 pkt 4) ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 5 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**nakłada się na Esc.pl Sp. z o.o. z/s w Gdańsku, al.Grunwaldzka 137, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt III sentencji decyzji, karę pieniężną w wysokości 3.943 zł (słownie: trzy tysiące dziewięćset czterdzieści trzy złote), płatną do budżetu państwa.**

## UZASADNIENIE

1. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „Prezes Urzędu”, postanowieniem nr 23 /2010 z dnia 28.01.2010 r., zmienionym postanowieniem nr 102/2010 z dnia 24.05.2010 r., wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie podejrzenia stosowania przez Esc.pl Sp. z o.o. z/s w Gdańsku, al.Grunwaldzka 137, dalej: „Spółka”, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej: „ustawa o ochronie (...)”, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez:

1) niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego),

2) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl):

- a) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.)),
- b) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną).

Jednocześnie, ww. postanowieniem nr 23 /2010 z dnia 28.01.2010 r., zmienionym postanowieniem nr 102/2010 z dnia 24.05.2010 r., Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów następujące materiały zgromadzone w postępowaniu wyjaśniającym sygn. akt RWR 403-35/09/JM:

- regulamin sklepu internetowego,
  - wypis z KRS z dnia 9.04.2009 r.
- (dowód: karta 1-25, 47-48)

2. Ustosunkowując się do postawionego zarzutu Spółka, powołując się na art. 28 ustawy o ochronie (...) podała, iż dokona zmian na stronie internetowej swojego sklepu [www.esc.pl](http://www.esc.pl) poprzez zamieszczenie w regulaminie sklepu postanowień o treści:

- 1) „Złożenie zamówienia nie jest równoznaczne z jego przyjęciem. Informacja udzielona przez Sprzedawcę o przyjęciu zamówienia do realizacji, na podstawie zaakceptowanej przez obie strony oferty, wysyłana poprzez pocztę elektroniczną, jest jednoznaczna z zawarciem umowy kupna-sprzedaży wiążącej obie strony transakcji. Utrwalanie i zabezpieczanie konsumentowi treści zawartej umowy oraz udostępnienie konsumentowi jej treści odbywa się poprzez przesłanie konsumentowi na podany przez niego adres poczty elektronicznej treści dokumentu zamówienia oraz niniejszego regulaminu”;
- 2) „W przypadku, jeżeli Klient stwierdzi, że przesłany dokument zamówienia zawiera błędy i nie odpowiada treści zawartej umowy, zobowiązany jest niezwłocznie poinformować o tym Sprzedawcę. W takiej sytuacji Klient ma możliwość zmiany zamówienia do momentu wysłania zamówienia do Klienta. Zmiany zamówienia można dokonać kontaktując się ze Sprzedawcą za pośrednictwem poczty elektronicznej, telefonicznie lub faxem. W przypadku spostrzeżenia błędu już po wysłaniu zamówienia do Klienta, stosuje się ogólne przepisy Kodeksu cywilnego o wadach oświadczenia woli.”

Jednocześnie Spółka, nie zgadzając się z zarzutem naruszenia art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, dalej: „ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną”, wskazała, iż nie jest usługodawcą w rozumieniu ww. tej ustawy, gdyż działalność Spółki nie polega na świadczeniu usług przesyłu danych, ale na sprzedaży określonych towarów konsumpcyjnych, zaś droga elektroniczna służy wyłącznie do zawarcia, a nie wykonania umowy. Ponadto na stronie sklepu internetowego Spółki nie ma możliwości zamieszczania przez klientów jakichkolwiek komentarzy, wobec czego nie aktualizują się wobec niej obowiązki, o których mowa w art. 8 tej ustawy.

(dowód: karta nr 26-27, 36-37)

**Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

1. Esc.pl Sp. z o.o. z/s w Gdańsku jest spółką prawa handlowego wpisaną do KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku pod numerem 0000312278. Przedmiotem jej działalności jest m.in. sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach, sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet.

(dowód: karta nr 12-25)

2. Za pośrednictwem strony internetowej [www.esc.pl](http://www.esc.pl) Spółka prowadzi sprzedaż komputerów i drukarek, sprzętu komputerowego i akcesoriów komputerowych. Z jego oferty korzystać mogą zarówno osoby fizyczne (konsumenci), jak też przedsiębiorcy. Warunkiem dokonania zakupu jest złożenie zamówienia za pomocą prawidłowo wypełnionego formularza, dostępnego na stronie internetowej sklepu, i przesłanie go do sprzedawcy za pośrednictwem internetu.

(dowód: karta nr 4, 28)

3. Zasady dokonywania przez konsumentów zakupów w sklepie internetowym przedsiębiorcy uregulowane są w „Regulaminie sklepu internetowego”, dalej: „Regulamin”, zamieszczonym na stronie internetowej sklepu. W regulaminie tym Prezes Urzędu dopatrył się braku, wymaganych przez ustawodawcę, informacji i danych, wskazanych w pkt I uzasadnienia decyzji (s.3 decyzji).

(dowód: karta nr 4-11, 28-35)

4. Spółka, uznając za zasadne zarzuty postawione jej przez Prezesa Urzędu w ww. postanowieniu o wszczęciu postępowania, dotyczące naruszenia art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego oraz art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, powołując się na art. 28 ustawy o ochronie (...) zobowiązała się do zamieszczenia w Regulaminie postanowień o treści:

- 1) „Złożenie zamówienia nie jest równoznaczne z jego przyjęciem. Informacja udzielona przez Sprzedawcę o przyjęciu zamówienia do realizacji, na podstawie zaakceptowanej przez obie strony oferty, wysyłana poprzez pocztę elektroniczną, jest jednoznaczna z zawarciem umowy kupna-sprzedaży wiążącej obje strony transakcji. Utrwalanie i zabezpieczanie konsumentowi treści zawartej umowy oraz udostępnienie konsumentowi jej treści odbywa się poprzez przesłanie konsumentowi na podany przez niego adres poczty elektronicznej treści dokumentu zamówienia oraz niniejszego regulaminu.”
- 2) „W przypadku, jeżeli Klient stwierdzi, że przesłany dokument zamówienia zawiera błędy i nie odpowiada treści zawartej umowy, zobowiązany jest niezwłocznie poinformować o tym Sprzedawcę. W takiej sytuacji Klient ma możliwość zmiany zamówienia do momentu wysłania zamówienia do Klienta. Zmiany zamówienia można dokonać kontaktując się ze Sprzedawcą za pośrednictwem poczty elektronicznej, telefonicznie lub faxem. W przypadku spostrzeżenia błędu już po wysłaniu zamówienia do Klienta, stosuje się ogólne przepisy Kodeksu cywilnego o wadach oświadczenia woli.”

Natomiast Spółka nie zgodziła się z trzecim zarzutem - braku w Regulaminie informacji, o których mowa w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną uznając, iż nie jest usługodawcą w rozumieniu tej ustawy.

(dowód: karta nr 26-27, 36-37)

**Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył:**

## **Określenie zarzutu**

W ramach niniejszego postępowania postawiono Spółce zarzut stosowania niezgodnej z prawem praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez :

- 1) niepowiadamianie konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy (art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego),
- 2) niezamieszczanie w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl):
  - a) warunków świadczenia usług drogą elektroniczną, w tym: wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204 ze zm.)),
  - b) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line (art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną).

## **Naruszenie 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, zgodnie z którym „Ustawa określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów”.

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

## **Zbiorowy interes konsumentów**

W myśl art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa o ochronie (...) nie podaje jego definicji, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw licznej grupy konsumentów, obecnych i przyszłych klientów Spółki, którzy za pośrednictwem Internetu nabyli lub nabędą towary w sklepie internetowym [www.esc.pl](http://www.esc.pl).

Tak więc, w rozpatrywanym stanie faktycznym zachowanie uczestnika 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, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

## Oznaczenie przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 lit a) ustawy o ochronie (...), pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a także osobę fizyczną, osobę prawną, oraz jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej.

Natomiast art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807 z późn. zm.), definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatacja zasobów naturalnych, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 tej ustawy przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym albo do Ewidencji Działalności Gospodarczej.

Spółka jest spółką prawa handlowego i prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000312278. A zatem - w świetle powyższego – Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...). Oznacza to, iż przepisy tej ustawy odnoszą się do ww. Spółki wprost.

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

Spółce został postawiony zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust.2 pkt 2) ustawy o ochronie (...).

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.

Zamieszczenie we wzorcu umownym, jakim jest Regulamin podany na stronie sklepu internetowego, postanowień sprzecznych z przepisami ustaw, jak i zaniechanie zamieszczenia w stosowanych wzorach umów prawem nakazanych informacji może zatem stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż cechą charakterystyczną opisaney procedury stosowanej przez Spółkę 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 ze świadczeniem usługi 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 (patrz: A. Stosio „Umowy zawierane przez Internet”, Warszawa 2002, s. 213-214; P.Podrecki „Prawo Internetu”, Warszawa 2004, LexisNexis, s. 43).

Natomiast w myśl art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności drukowanego lub elektronicznego formularza zamówienia niezadresowanego lub zaadresowanego, poczty elektronicznej lub innych środków komunikacji elektronicznej, w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, są umowami na odległość, jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

W niniejszej sprawie mamy niewątpliwie do czynienia z przedsiębiorcą prowadzącym swoją działalność gospodarczą (sklep internetowy) 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 których niezbędne jest fizyczne dostarczenie rzeczy. A zatem zakresem przedmiotowym ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną objęte będą wyłącznie 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 ustawy o prawach konsumentów oraz kodeksu cywilnego.

Wobec powyższego chybnym jest twierdzenie Spółki, iż nie jest usługodawcą w rozumieniu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz powoływanie się przez Spółkę na fakt, iż na jej stronie internetowej konsumenci nie mogą zamieszczać żadnych wpisów. Prezes Urzędu nie postawił jej zarzutu braku w Regulaminie informacji o zakazie dostarczania przez usługobiorcę treści o charakterze bezprawnym (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. b) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną), a zatem powoływanie się na powyższy fakt jest bezprzedmiotowe. Ponadto, brak jest konsekwencji w działaniach Spółki, która z jednej strony twierdzi, iż art. 8 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną nie ma w stosunku do niej zastosowania, zaś z drugiej strony zobowiązuje się do zamieszczenia w Regulaminie informacji, o której mowa w art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8



ust. 1 pkt 1 tej ustawy.

### **Ad. pkt I sentencji decyzji**

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

- niepowiadomianiu konsumentów o zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy oraz
- niezamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl) trybu postępowania reklamacyjnego dotyczącego wykonywanej przez przedsiębiorcę usługi on-line

W myśl zaś 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).

Zgodnie z 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 udostępnienia tego regulaminu usługobiorcy przed zawarciem umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną. Regulamin ten winien określać w szczególności m.in. tryb postępowania reklamacyjnego (art. 8 ust. 3 pkt 4).

A zatem Spółka, nie czyniąc zadość nałożonym na nią przez ustawodawcę ww. zobowiązaniom, uchybiła obowiązkowi udzielania swoim kontrahentom (konsumentom) rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zatem takie jej działanie uznać należy za bezprawne.

**Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu uznał za uprawdopodobnione, że powyższe działania Spółki spełniają pierwszą z dwóch ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegającą na naruszeniu powyżej powołanych przepisów ustawy o prawach konsumentów, ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz kodeksu cywilnego, co jednocześnie stanowi uchybienie ustawowemu obowiązkowi udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.**

Analizując drugą przesłankę zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...) należy stwierdzić, iż opisane powyżej działanie przedsiębiorcy, naruszające przepisy art. 8 ust. 3 pkt 4 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a także art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kc niewątpliwie godzi w interes konsumenta i rodzi po jego stronie niekorzystne skutki.

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 kodeksu cywilnego).



Przedsiębiorca winien także podać 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 żadnych wytycznych, jakimi winien kierować się przedsiębiorca przy ustalaniu tego regulaminu. Z powyższego przepisu prawnego wynika jedynie, że każdy usługodawca musi wprowadzić jakąś procedurę reklamacyjną, która może być zatem dowolnie określona, o ile tylko nie narusza uzasadnionych interesów usługobiorcy, na przykład przewidując bardzo krótkie terminy rozstrzygnięcia reklamacji. (patrz: J. Gołaczyński, K. Kowalik-Bańczyk, A. Majchrowska, M. Świerczyński, Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz, Oficyna, 2009, LEX POLONICA).

**Wobec powyższego uprawdopodobniono wypełnienie drugiej z przesłanek, 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 jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 2 pkt 2) 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 lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Taka sytuacja zachodzi w niniejszej sprawie.

Po otrzymaniu postanowienia o wszczęciu postępowania i wezwania do ustosunkowania się do stawianych zarzutów Spółka zobowiązała się do dobrowolnego zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przedstawiając jednocześnie propozycje nowych postanowień, opisanych w pkt I sentencji decyzji, które zostaną zamieszczone w Regulaminie. Tym samym przedsiębiorca uczynił zadość wymogom art. 66<sup>1</sup> § 2 pkt 3 kodeksu cywilnego oraz art. 8 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

**Zatem, mając powyższe na uwadze, należało orzec, jak w pkt I sentencji decyzji.**

### **Ad pkt II sentencji decyzji**

Stosownie do art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie (...) Prezes Urzędu nakłada na Spółkę obowiązek złożenia w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań, w tym przesłania potwierdzonego za zgodność z oryginałem wydruku Regulaminu uwzględniającego zmiany, o których mowa w pkt I sentencji decyzji.

**W związku z tym, należało orzec, jak w pkt II sentencji decyzji.**

### **Ad pkt III sentencji decyzji**

Jak podano powyżej usługodawca określa regulamin świadczenia usług drogą elektroniczną (art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną). W myśl art. 8 ust. 3 pkt 2 lit a) tej ustawy usługodawca ma obowiązek określenia w nim warunków świadczenia usług

drogą elektroniczną, w tym wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się usługodawca, a czego Spółka nie uczyniła.

**Zatem sprzeniewierzenie się woli ustawodawcy i nie podanie ww. informacji wypełnia dyspozycję pierwszej ww. przesłanki tj. bezprawności działań przedsiębiorcy, polegającej na naruszeniu art. 8 ust. 3 pkt 2 lit a) w zw. z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.**

Jak wynika z przytoczonych powyżej aktów prawnych wolą ustawodawcy stworzony został katalog obowiązków przedsiębiorcy wobec konsumentów. Podkreślając rangę tych przepisów nadano im formę obowiązków ustawowych. Przepisy prawa o charakterze bezwzględnie obowiązującym wprowadzono do porządku prawnego po to, by chronić dobro zasługujące na ochronę. Każde działanie bezprawne w ramach danego stosunku prawnego godzi w interesy drugiej strony kontraktu. Przyjąć zatem należy, iż nieuczynienie zadość ww. obowiązkowi ustawowemu godzi w interes konsumentów, który ustawodawca uznał za istotny i podlegający ochronie prawnej.

Jednym z takich obowiązków sprzedawcy wobec konsumenta jest wskazanie wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym sam się posługuje (art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. 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, bez żadnych przeszkód, będzie mógł „poruszać się” po sklepie oraz dokonywać zakupów.

**Wobec powyższego spełniona została druga z przesłanek, niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.**

**Wobec wypełnienia dyspozycji obu przesłanek niezbędnych do stwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie, należało orzec, jak w pkt III sentencji decyzji.**

#### **Ad pkt IV sentencji decyzji**

Zgodnie z art.106 ust.1 pkt 4 ustawy o ochronie (...), Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 .

Z treści przepisu wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny. W związku z tym Prezes Urzędu w ramach uznania administracyjnego decyduje, czy zasadne jest w danej sprawie nałożenie kary. Ustawa nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary. Jedynie w art. 111 ustawy o ochronie (...) wskazano, iż „Przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.”

W rozpatrywanej sprawie, w punkcie III sentencji decyzji stwierdzono, że Spółka naruszyła zakaz, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2) ustawy o ochronie (...). Zakaz ten ma charakter bezwzględny, tym samym nie istnieją przesłanki natury prawnej, które

umożliwiały zalegalizowanie tych praktyk. Spełniona jest zatem podstawowa przesłanka warunkująca nałożenie kary pieniężnej.

Dopuszczenie się naruszenia przepisów ustawy może nastąpić zarówno umyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca miał taki zamiar), jak też i nieumyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca nie miał na celu działania niezgodnego z normami wynikającymi z przepisów tej ustawy). Kara pieniężna może zostać nałożona także w przypadku, gdy przedsiębiorca „choćby nieumyślnie” dopuścił się określonego czynu (art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie (...)). Oznacza to, że kara może być nałożona, także wtedy, gdy po stronie przedsiębiorcy nie będzie występować wina, rozumiana jako świadomość bezprawności zachowania.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ww. ustawy o ochronie Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w ww. przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę przesłanki winy w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu, nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Niezależnie od powyższego, już stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie (...).

Zatem Prezes Urzędu uznał za uzasadnione w niniejszej sprawie, wobec stwierdzenia w pkt III sentencji decyzji stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, nałożenie na **nią kary pieniężnej** w wysokości **3.943** zł (słownie: trzy tysiące dziewięćset czterdzieści trzy złote), płatnej do budżetu państwa, co stanowi **(tajemnica przedsiębiorstwa) %** jej przychodu za rok 2009 r. (dane wg.: zeznania o wysokości osiągniętego przychodu CIT-8 za okres 01.01.2009 – 31.12.2009 – karta nr 39-42), czyli **(tajemnica przedsiębiorstwa)%** kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona. Podstawą obliczenia wysokości kary jest przychód przedsiębiorcy osiągnięty w roku poprzedzającym rok nałożenia kary tj. kwota **(tajemnica przedsiębiorstwa)zł**. Stosownie do zapisu art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie, maksymalna kara może stanowić 10 % przychodu, co stanowi kwotę **(tajemnica przedsiębiorstwa)zł**.

Fakt nałożenia kary podkreślać ma naganność zachowania podmiotu, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszył ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara pieniężna nakładana przez Prezesa Urzędu pełni funkcję represyjną, prewencyjną oraz edukacyjną. Funkcja represyjna ma stanowić dolegliwość dla przedsiębiorcy łamiącego prawo oraz ma na celu przymuszenie go do powstrzymania się od podobnych działań. Funkcja prewencyjna oraz edukacyjna mają na celu powstrzymanie przedsiębiorcy stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Przede wszystkim wzięto pod uwagę fakt, iż naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów polegało na nie zamieszczeniu w Regulaminie sklepu internetowego [www.esc.pl](http://www.esc.pl) informacji, o której mowa w art. 8 ust. 3 pkt 2 lit. a) ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której konsument dokonując zakupu w ww. sklepie internetowym zawiera ze Spółką umowę na warunkach określonych w Regulaminie tego sklepu, w którym brak jest wymaganego prawem zapisu dot. wymagań technicznych niezbędnych do współpracy z systemem teleinformatycznym, którym posługuje się Spółka. Regulamin ten dostępny jest na stronie internetowej sklepu i z jego treścią zapoznać może się każdy, bez konieczności dokonania

zakupu. Podkreślić należy, iż to na przedsiębiorcy prowadzącym działalność gospodarczą, jako na profesjonalistę, ciąży obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa oraz udzielania konsumentom wszelkich, prawem wymaganych informacji. Oceniając wagę tego naruszenia przyjąć należy, iż nastąpiło na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie do zawarcia kontraktu. Jednocześnie Prezes Urzędu nie dopatrzył się zaistnienia okoliczności mających wpływ na obniżenie lub podwyższenie kary.

Wobec powyższego Prezes Urzędu uznał, iż waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2009 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość **(tajemnica przedsiębiorstwa)** % przychodu osiągniętego przez Spółkę i wynosi **3.943** zł (po zaokrągleniu do 1 zł).

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstraszaający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów.

Przyjmując wspomniane ww. wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć karę w wysokości określonej, **jak w punkcie IV sentencji decyzji.**

Zgodnie z art. 112 ust. 1 ustawy o ochronie (...) karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawie: **NBP O/O Warszawa 511010100078782231000000.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

Up. Prezesa UOKiK  
Dyrektor Delegatury we Wrocławiu  
Zbigniew Jurczyk