

**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI i KONSUMENTÓW**  
**DELEGATURA URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI i KONSUMENTÓW**  
**W KATOWICACH**

---

40-024 Katowice, ul. Powstańców 41a  
Tel./Fax (0-32) 256-46-96, Tel./Fax (0-32) 255-26-47, Tel./Fax (0-32) 255-44-04  
E-mail: katowice@uokik.gov.pl

---

Katowice, dn. 12.12.2003r.

RKT-61-s-101/03/SG

**DECYZJA Nr RKT-57/2003**

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu postępowania wszczętego z urzędu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**uznaje się** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie „REAL, - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa ul. Postępu nr 16A 02-676 Warszawa, polegające na naruszeniu art. 23 a ust. 1 i 2 przywołanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w ten sposób, że „REAL, - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa poprzez umieszczenie na terenie placówki handlowej w Opolu informacji, o tym, że z uwagi na wejście w życie ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r. Nr 141, poz. 1176) nie podlega zwrotowi pełnowartościowy towar zakupiony przez Klienta, naruszyła obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co stanowi czyn nieuczciwej konkurencji przewidziany w art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503) stanowiącym, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich, i **nakazuje się** zaniechanie jej stosowania

II. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 i art. 80 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu postępowania wszczętego z urzędu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

postanawia się zobowiązać „REAL, - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa ul. Postępu nr 16A 02-676 Warszawa, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 32 zł (słownie złotych: trzydzieści dwa).

**Uzasadnienie**

W dniu 26.08.2003r. w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej Organem Antymonopolowym) wszczęte zostało postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem podejmowania przez „REAL, - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa ul. Postępu nr 16A 02-676 Warszawa, bezprawnych działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Postępowanie zostało wszczęte na skutek informacji uzyskanych w toku przeprowadzonego przez Organ Antymonopolowy postępowania wyjaśniającego (sygn. akt RKT-61-66/03/SG) w sprawie ustalenia czy w zakresie działalności prowadzonej przez „REAL, - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa, nastąpiło naruszenie przepisów ustawy uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowy interes konsumentów.

W wyniku analizy dokumentów zebranych w toku powyższego postępowania spółce „REAL, - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa (dalej jako Real) postawiono zarzut podejmowania bezprawnych działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, co może stanowić naruszenie art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w ten sposób, że Real poprzez umieszczenie na terenie placówki handlowej w Opolu informacji, o tym, że z uwagi na wejście w życie ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r. Nr 141, poz. 1176) nie podlega zwrotowi pełnowartościowy towar zakupiony przez Klienta, naruszył obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co stanowi czyn nieuczciwej konkurencji przewidziany w art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji stanowiącym, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.

Z załączonego do pisma z dnia 17.07.2003r. wpisu do KRS (karty nr 14 do 16 *verte*) wynika, iż Real prowadzi działalność gospodarczą zgodnie z wpisem z dnia 09.05.2001r. o nr 0000011498 jako „Real,- Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” Spółka komandytowa, ul. Postępu, nr 16A 02-276 Warszawa. Po wejściu w życie ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002r. Nr 141, poz. 1176), Real na terenie placówki handlowej w Opolu, w miejscach widocznych i dostępnych dla nabywców (przy kasach oraz „informacji” – karta nr 5) umieścił informację, że z uwagi na wejście w życie ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego nie podlega zwrotowi pełnowartościowy towar zakupiony przez Klienta, z powołaniem się na art. 7 ww. ustawy (karta nr 5 i 5 *verte* – informacja od Opolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej oraz karta nr 10 – przedmiotowa informacja).

Real, w toku postępowania wyjaśniającego, poinformował (karta nr 13), iż kwestionowana informacja nie naruszała interesów Klientów, gdyż zawarte w niej stwierdzenie o wyłączeniu możliwości zwrotu pełnowartościowego towaru jest zgodne z treścią ww. ustawy natomiast w odpowiedzi na postanowienie o wszczęciu postępowania Real podniósł (karta nr 18), że przedmiotowa informacja była umieszczona wyłącznie na terenie placówki handlowej w Opolu (karta nr 24) i została usunięta w dniu 28.07.2003r. Real poinformował także, że zwroty pełnowartościowego towaru są nadal dopuszczalne co zostało poparte stosownymi dokumentami (karty od nr 26 do nr 34), a liczba zwrotów nie uległa znacznemu zmniejszeniu (karta nr 24).

### **Organ Antymonopolowy zważył co następuje.**

Zgodnie z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w art. 23 a ust. 2 stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie

postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed godzącymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) działaniach przedsiębiorców. Przesłankami zastosowania art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów w przedmiotowej sprawie jest wykazanie bezprawności działań przedsiębiorcy polegających na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów.

Wobec powyższego, aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- bezprawne działanie przedsiębiorcy,
- działanie powyższe narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Jak już wspomniano Organ Antymonopolowy przedmiotem zarzutu uczynił podejmowanie przez Real bezprawnych działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, co może stanowić naruszenie art. 23 a ust. 1 i 2 przywołanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w ten sposób, że Real poprzez umieszczenie na terenie placówki handlowej w Opolu informacji, o tym, że z uwagi na wejście w życie ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego nie podlega zwrotowi pełnowartościowy towar zakupiony przez Klienta, naruszył obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co stanowi czyn nieuczciwej konkurencji przewidziany w art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji stanowiącym, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.

Art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej jako ZNKU) stanowi, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich. Real w swych placówkach handlowych świadczy usługi polegające na detalicznej sprzedaży artykułów różnego rodzaju. Zgodnie z poglądami doktryny, w przypadku usług „oznaczenie” wzmiankowane w zacytowanym artykule 10 ZNKU rozumieć należy jako umieszczenie informacji w związku ze sprzedażą towarów lub świadczeniem usług, a foldery i afisze reklamowe oferowane lub wyłożone dla nabywców w związku ze świadczonymi usługami będą równoznaczne z ich „oznaczaniem”. („Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz”, red. J. Szwaja. Wyd. C.H. BECK. Warszawa 2000 str. 291). Niewątpliwie zatem przedmiotowa informacja winna zostać zakwalifikowana jako „oznaczenie” w rozumieniu ww. art. 10 ZNKU. Informacja o uprawnieniach jakie przysługują kupującemu w związku z nabywaniem towarów lub usług u konkretnego przedsiębiorcy niewątpliwie należy do informacji, które mogą mieć bardzo istotny wpływ na decyzję o nabywaniu towarów lub usług u konkretnego sprzedawcy. Co więcej, ewentualny zakres uprawnień może być także cechą, która w opinii konsumenta pozytywnie wyróżnia danego przedsiębiorcę spośród konkurentów budując pozytywne skojarzenia z działalnością tego przedsiębiorcy.

Jak wspomniano powyżej, Real poinformował w swym ogłoszeniu, że z uwagi na wejście w życie ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego nie podlega zwrotowi pełnowartościowy towar zakupiony przez Klienta. Powołał się przy tym na art. 7 ww. ustawy, który stanowi, iż „sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. To samo odnosi się do niezgodności, która wynika z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego.”, twierdząc jednocześnie, że stwierdzenie zawarte w przedmiotowym ogłoszeniu o wyłączeniu możliwości zwrotu

pełnowartościowego towaru jest zgodne z treścią ustawy na które się powołuje, a która nie przewiduje prawa odstąpienia klienta od umowy i zwrotu towaru pełnowartościowego i nie narusza przez to interesu konsumentów. Rozpatrując przedmiotową sprawę zauważyć jednak należy, że umieszczenie przedmiotowej informacji na terenie placówki handlowej powoduje, iż konsument wprowadzany jest w błąd co do swoich rzeczywistych uprawnień w zakresie ewentualnego zwrotu pełnowartościowego towaru, gdyż może domniemywać, iż na mocy ww. ustawy (w tym wskazanego w ww. informacji artykułu 7) odebrane zostało mu prawo zwrotu pełnowartościowego towaru - co nie jest prawdą gdyż obowiązku przyjęcia zwrotu pełnowartościowego towaru zakupionego uprzednio przez klienta nie przewidywało zarówno rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 30 maja 1995r. w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów. (Dz. U. z 1995r. Nr 64, poz. 328) jak i rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 25 czerwca 2002r. w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży między przedsiębiorcami, a konsumentami (Dz.U. z 2002r., Nr 96, poz. 851), które zastąpione zostało ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Należy także podkreślić, że wskazanie art. 7 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego jako podstawy prawnej prezentowanej informacji jest wskazaniem błędnym, gdyż treść wskazanego artykułu w żaden sposób nie odnosi się do zwrotu zakupionego towaru pełnowartościowego, a tym samym do informacji zawartej w ww. ogłoszeniu. Przedmiotowy zapis kwestionowanego ogłoszenia sugeruje także, iż brak jest nawet podstaw do ewentualnych negocjacji ze sprzedawcą co do zwrotu zakupionego towaru, a wspomnieć należy o regulacji k.c. (art. 592 § 1 i 2), która przewiduje sprzedaż na próbę. Możliwe jest także powstanie u konsumenta fałszywego przeświadczenia o tym, że to ustawodawca odebrał mu powyższe uprawnienie, a nie np. podmiot, który sporządził ww. ogłoszenie, co oznacza, że Real własne zachowania tłumaczy okolicznościami rzekomo od niego niezależnymi. Nadmienić także należy, iż nieprawdziwy charakter ww. informacji może oddziaływać negatywnie na zachowania konsumentów podczas dokonywania zakupów u innych sprzedawców odstręczając tychże konsumentów od prowadzenia negocjacji w zakresie nieuregulowanym przepisami prawa.

Dodatkowym aspektem, który należy poruszyć jest fakt współistnienia omawianej informacji oraz dopuszczalności dokonywania przez konsumentów zwrotów pełnowartościowych towarów. Jakkolwiek stworzenie konsumentowi możliwości zwrotu pełnowartościowego towaru, wobec braku ustawowych uregulowań nakazujących przedsiębiorcy takie zachowanie, należy ocenić pozytywnie, to jednocześnie z takim zachowaniem zamieszczenie przedmiotowej informacji może wprowadzić dodatkową niepewność konsumenta co do zakresu przysługujących mu uprawnień, gdyż w tym samym czasie otrzymać on może dwie sprzeczne ze sobą informacje: wzmiankowane ogłoszenie stanowi, że taki zwrot jest niedopuszczalny, a w istocie, na mocy regulacji wewnętrznych Real możliwość taka jednak istnieje.

Z uwagi na fakt, iż zachowanie Real wypełnia przesłanki art. 10 ZNKU, gdyż podana informacja jest zarówno nieprawdziwa jak i wprowadzająca w błąd, spełniona zostaje przesłanka bezprawności działania przedsiębiorcy.

W myśl art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dla stwierdzenia, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów niezbędne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek: działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne i zarazem naruszać zbiorowe interesy konsumentów. Wobec powyższego drugą przesłanką, której wykazanie jest niezbędne dla stwierdzenia, iż przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów jest ustalenie, iż jego bezprawne działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, co wynika z treści art. 1 ust. 2 tej ustawy. Zbiorowy interes konsumentów znaczy dotyczący ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą o ochronie konkurencji konsumentów dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, jak i wtedy, gdy działania te wywołują inne niekorzystne zjawiska. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Działaniami antykonsumenckimi są jedynie takie działania, które dotyczą sfery interesów szerokiego kręgu uczestników rynku.

Zdaniem Organu Antymonopolowego zakwestionowane w przedmiotowej decyzji działanie Real polegające na tym, że na terenie placówki handlowej w Opolu umieszczono informację, która wprowadza konsumentów w błąd – godzi w ich interes naruszając go, ponieważ konsumenci nie mogą korzystać z przysługującego im na mocy ww. art. 10 ZNKU prawa do informacji o usługach jakie są świadczone na ich rzecz. Prawo to wzmacnia pozycję kontraktową konsumenta, który w relacjach z przedsiębiorcą – profesjonalistą jest słabszą stroną stosunku zobowiązaniowego. Dodatkowo, konsumentów wprowadza się w błąd co do zakresu uprawnień ustawowych jakie są im przyznane bądź też jaka materia pozostaje poza regulacją ustawową i zgodnie z intencją ustawodawcy pozostaje w granicach swobody kontraktowej stron.

Do stwierdzenia stosowania przedmiotowej praktyki niezbędne jest wykazanie, iż bezprawne działanie przedsiębiorcy godzące w interes konsumentów, dotyczy tzw. zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesów nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zidentyfikować tzn. aktualnych, a zwłaszcza potencjalnych klientów placówki handlowej w Opolu, gdyż ogłoszenie, którego dotyczył zarzut było skierowane do nieograniczonego kręgu odbiorców. Umieszczone ono zostało w taki sposób, iż każdy odwiedzający ww. placówkę handlową mógł się z nim zapoznać i zostać dotknięty przedmiotową praktyką. Jakkolwiek kwestionowane zachowanie dotyczyło jednej z wielu placówek handlowych Real, to okoliczność ta, podobnie jak fakt usunięcia (jak twierdzi Real) kwestionowanego ogłoszenia, nie może stanowić przesłanki, dla której zmieni się negatywna ocena takiego działania. Real zatem w swej działalności winien dochowywać należytej staranności aby takie działanie nie miało więcej miejsca. W związku z powyższym spełniona została zatem druga przesłanka konieczna do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W przedmiotowej sprawie zaistniały łącznie obie przesłanki konieczne do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów - bezprawne działanie przedsiębiorcy i naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

W związku z powyższym należało orzec jak w pkt I sentencji.

Zgodnie z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Organ Antymonopolowy rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 72 ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Organ Antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Real praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Organ Antymonopolowy w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla Organu Antymonopolowego, są wydatki w wysokości 32 zł związane z korespondencją pomiędzy Organem Antymonopolowym, a Real. W związku z powyższym Organ Antymonopolowy postanowił obciążyć Real kosztami postępowania w wysokości 32 zł (słownie złotych: trzydzieści dwa).

Stąd należało orzec jak w punkcie II sentencji.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000, w terminie 14 dni od dnia uprawnomocnienia się niniejszej decyzji.

Na postanowienie zawarte w punkcie II niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – 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 w Katowicach.

Dyrektor Delegatury  
Urzędu Ochrony Konkurencji  
i Konsumentów w Katowicach  
Alicja Kral