

# **DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH**

Katowice, dnia 12. 12. 2005r.

RKT – 61 – 79/05/AD

## **DECYZJA Nr RKT - 63/2005**

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zm., Dz. U. z 2003r. Nr 170, poz. 1652, Dz. U. z 2004r. Nr 93, poz. 891 oraz Nr 96, poz. 959, Dz. U. z 2005r. Nr 163, poz. 1362 i Nr 184, poz. 1539) 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. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Wojciechowi B., prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Tylkomuzyka.pl w Krakowie, (...), polegającą na zawieraniu z konsumentami umów na odległość za pośrednictwem Internetu,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę** polegającą na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło w wyniku niepotwierdzenia konsumentom na piśmie, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia następujących informacji, o jakich mowa w art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 tej ustawy:

- informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numerze, pod jakim tego dokonano,
- informacji o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
- informacji dotyczącej terminu dostawy,
- informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
- informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący,
- informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji

**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 23 e ust. 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów**, praktyki polegające na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, do czego doszło w wyniku:

1. Nieinformowania konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod którym działalność tą zarejestrowano oraz o adresie siedziby przedsiębiorcy, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000r. Nr 22, poz. 271 ze zm.);

2. Nieinformowania konsumentów o cenie lub wynagrodzeniu obejmującym wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki, co może prowadzić do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
3. Nieinformowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków określonych przepisami prawa, wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
4. Nieinformowania konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
5. Nieinformowania konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji, wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
6. Nieudostępniania konsumentom zawierającym umowy drogą elektroniczną regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną, wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.)

**i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 24. 07. 2005r.**

III. Na podstawie art. 100e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów mając na uwadze ważny interes konsumentów nadaje się decyzji w zakresie punktu I **rygor natychmiastowej wykonalności**.

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się zobowiązać Wojciecha B., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Tylkomuzyka.pl, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 43 zł (słownie: czterdzieści trzy złote).

### **Uzasadnienie**

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzono badanie witryn internetowych (RKT-035-36/04/AD), za pośrednictwem których zawierane są z konsumentami umowy sprzedaży. W ramach przedmiotowego badania zapoznano się z treścią zapisów prezentowanych przez Wojciecha B. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Tylkomuzyka.pl w Krakowie (zwanego dalej przedsiębiorcą). W toku w/w badania, w wyniku analizy treści zapisów prezentowanych na stronie internetowej o adresie <http://tylkomuzyka.pl>, za pośrednictwem której przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą, ustalono, że mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (zwanej dalej uonpk), jak również ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a poprzez to do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej także ustawą antymonopolową). Organ antymonopolowy powziął podejrzenie, że do naruszenia przez przedsiębiorcę art. 23 a ustawy antymonopolowej mogło dojść w wyniku niedopełnienia przez niego obowiązków wskazanych w w/w ustawach, w związku z czym, postanowieniem nr 1 z dnia 14. 07. 2005r. (karty nr 3 i 4) organ antymonopolowy wszczął niniejsze postępowanie pod następującymi zarzutami:

- nieinformowania konsumentów o imieniu i nazwisku przedsiębiorcy, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod którym działalność tą

- zarejestrowano oraz o adresie siedziby przedsiębiorcy, czego dotyczy art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
- nieinformowania konsumentów o cenie lub wynagrodzeniu obejmującym wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki, co może prowadzić do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
  - nieinformowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków określonych przepisami prawa, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
  - nieinformowania konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
  - nieinformowania konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny;
  - nieudostępniania konsumentom zawierającym umowy drogą elektroniczną regulaminu świadczenia tych usług, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

W toku niniejszego postępowania ustalono, że przedsiębiorca może naruszać także art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny poprzez niepotwierdzanie konsumentom na piśmie informacji wymaganych na podstawie art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk. Z uwagi na to, postanowieniem nr 3 z dnia 11. 10. 2005r. (karta nr 37) rozszerzono niniejsze postępowanie o zarzut niepotwierdzania konsumentom na piśmie informacji, o jakich mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W odpowiedzi na pismo organu antymonopolowego z dnia 14. 07. 2005r. (karta nr 5), w którym poinformowano o wszczęciu niniejszego postępowania przedsiębiorca przekazał dokumenty rejestrowe (karty nr 19 – 21), wydruk strony internetowej, za pośrednictwem której prowadzi działalność gospodarczą (karty nr 26 – 27), „Regulamin zakupów, umowę sprzedaży” (karty nr 28 – 30), potwierdzenia przyjęcia zamówień konsumentów przesyłane za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty nr 31 – 33) oraz kopie paragonów (karta 34).

### **Organ antymonopolowy ustalił, co następuje.**

Wojciech B. prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą Tylkomuzyka.pl w Krakowie na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Krakowa pod numerem (...) (karty nr 8 i 19). W ramach prowadzonej przez niego działalności zawierane są umowy sprzedaży na odległość z konsumentami przez internet, za pośrednictwem strony o adresie <http://tylkomuzyka.pl>. W toku kontroli witryn internetowych przeprowadzonej przez organ antymonopolowy ustalono, że przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawarciem umów o swoim imieniu i nazwisku, o organie, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, o numerze, pod jakim tego dokonano, o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków określonych przepisami prawa, o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji (karty nr 9 - 12). Przedsiębiorca nie

zamieszczał także na swojej stronie regulaminu świadczenia usług przez internet (karta nr 17). Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że dnia 24. 07. 2005r. wprowadzono zmiany polegające na zamieszczeniu na stronie internetowej „Regulaminu zakupów, umowy sprzedaży” (karty nr 17, 28 – 30), w którym zawarto w/w dane. Analiza akt sprawy wykazała, że przedsiębiorca nie przekazuje konsumentom stosownych potwierdzeń następujących informacji wymienionych w art. 9 ust. 1 uonpk:

- informacji o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numerze, pod jakim tego dokonano,
- informacji o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
- informacji dotyczącej terminu dostawy,
- informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 uonpk,
- informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący,
- informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, wbrew obowiązkowi określonymu w art. 9 ust. 3 teże ustawy. Zgodnie z ostatnim z przywołanych przepisów przedsiębiorca, najpóźniej w chwili rozpoczęcia spełniania świadczenia, powinien sporządzić pisemne potwierdzenie najistotniejszych danych związanych z umową, a więc informacji dotyczących: imienia i nazwiska (nazwy) przedsiębiorcy, adresu zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy, organu, który zarejestrował jego działalność gospodarczą, numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie jej składniki, zasad zapłaty ceny, kosztów oraz terminu i sposobu dostawy, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami, kosztów wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejsca i sposobu składania reklamacji. Potwierdzenia zawarcia umowy oraz zawierające najistotniejsze dane odnoszące się do stosunku prawnego łączącego strony przekazywane są za pośrednictwem poczty elektronicznej (karty nr 31-33) oraz poprzez doręczenie paragonu (karta nr 34). Żadne z w/w potwierdzeń nie posiada formy pisemnej. Ponadto nie zawierają one wszystkich danych spośród tych, które zostały wyżej wymienione. Potwierdzenia przesyłane w formie elektronicznej obejmują następujące informacje: datę, adres elektroniczny przedsiębiorcy, numer zamówienia, nazwy i ceny zamówionych produktów, wysokość opłaty za przesyłkę, sposób zapłaty, adres, pod jaki przesyłka ma zostać doręczona (karty nr 31 – 33). Wystawiane przez przedsiębiorcę paragony zawierają następujące dane: imię i nazwisko przedsiębiorcy, nazwa, pod jaką prowadzi on działalność, adres, NIP, datę wystawienia, rodzaj zakupionego towaru, ilość sztuk oraz cenę, wysokość opłaty za przesyłkę, wysokość podatku, całą kwotę, do zapłaty której będzie zobowiązany konsument (karta nr 34). W związku z powyższym ustalono, że w potwierdzeniach wystawianych konsumentom brak jest informacji na temat organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, terminu dostawy, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 uonpk, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący oraz miejsca i sposobu składania reklamacji.

### **W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje.**

Do umów zawieranych na odległość stosuje się przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, jak również ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Umowy zawierane z konsumentami bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania na odległość, podlegają szczególnemu reżimowi prawnemu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną

przez produkt niebezpieczny, gdy kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Z uwagi na w/w regulację zawartą w art. 6 ust. 1 uonpk, aby daną umowę zakwalifikować do grupy umów zawartych na odległość, muszą zostać spełnione następujące przesłanki:

- stronami umowy muszą być konsument i przedsiębiorca,
- umowa musi być zawarta przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość,
- umowa musi zostać zawarta w w/w sposób w ramach tak zorganizowanej działalności przedsiębiorcy.

Z powyższego wynika, że przedsiębiorca i konsument nie mogą jednocześnie pozostawać w tym samym miejscu, a ich kontakt musi następować z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, np. z wykorzystaniem poczty elektronicznej. By umowa podlegała regulacji ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, musi zostać zawarta z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, jeśli przedsiębiorca w taki sposób zorganizował swoją działalność, tj. przynajmniej część umów zawiera normalnie w ten sposób. W ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną określono obowiązki obciążające przedsiębiorców świadczących usługi tego rodzaju. Ustawodawca nałożył na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość rozbudowane obowiązki informacyjne. W art. 9 ust. 1 uonpk określono obowiązki poprzedzające zawarcie umowy. W myśl tego przepisu przedsiębiorca jest obowiązany do przedstawienia m. in. danych identyfikujących go oraz określających najistotniejsze kwestie związane z zawieraną umową, jej przedmiotem, sposobem i terminem realizacji, prawem do odstąpienia. Zgodnie z art. 9 ust. 3 uonpk po zawarciu umowy przedsiębiorca musi powyższe dane potwierdzić na piśmie.

Art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że „1. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. 2. 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 którym 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”.

By doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki tj.:

- określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności oraz
- działanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Pierwsza przesłanka zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy niedopełnia on ciążącego na nim obowiązku. Druga z przesłanek jest spełniona, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni interesy ogółu konsumentów, większej ich grupy. Ustawa antymonopolowa w odniesieniu do konsumentów chroni interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się zidentyfikować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

W przypadku, gdy dochodzi do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy na mocy art. 23 c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy i nakazuje zaniechanie jej stosowania. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, stosownie do art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje decyzję stwierdzającą zaniechanie stosowania określonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

## I.

Analiza akt niniejszej sprawy wykazała, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk nie potwierdzając na piśmie następujących informacji o:

- organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numerze, pod jakim tego dokonano,
- istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
- terminie dostawy,
- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

W wyniku wyżej określonego zaniechania naruszony został obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (karty nr 17 i 18). Przedsiębiorcy zawierający z konsumentami umowy na odległość są zobowiązani do potwierdzania konsumentom następujących danych dotyczących: imienia i nazwiska (nazwy) przedsiębiorcy, jego adresu zamieszkania (siedziby), organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, zasad jej zapłaty, kosztów, terminu i sposobu dostawy towaru, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami i informacji o kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, miejscu i sposobie składania reklamacji. Przedmiotowe potwierdzenia powinny mieć formę pisemną. Zgodnie z art. 78 § 1 Kc *„Do zachowania pisemnej formy czynności prawnej wystarcza złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli, z których każdy jest podpisany przez jedną ze stron, lub dokumentów, z których każdy obejmuje treść oświadczenia woli jednej ze stron i jest przez nią podpisany”*. Z powyższego wynika więc, że by można było uznać, iż zachowano formę pisemną określonej czynności, podmiot musi złożyć własnoręczny podpis. Taką samą rangę, jak podpis własnoręczny ma podpis elektroniczny weryfikowany przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. W niniejszym przypadku przedsiębiorca przesyła potwierdzenia w formie elektronicznej (karty nr 17, 31 – 33). Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że Wojciech B. Tylkomuzyka.pl nie składa podpisu elektronicznego weryfikowanego przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Przedsiębiorca wystawia także paragony (karty nr 18 i 34). W obu przypadkach nie dochowuje formy pisemnej. W tym miejscu należy zauważyć, że stosowanie paragonów fiskalnych jest dopuszczalne na mocy rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 4 lipca 2002r. w sprawie kryteriów i warunków technicznych, którym muszą odpowiadać kasy rejestrujące, oraz warunków stosowania tych kas przez podatników (Dz. U. Nr 108, poz. 948 ze zm.). W § 4 ust. 1 pkt 6 tego rozporządzenia wymieniono, jakie elementy paragon fiskalny musi zawierać. Wśród nich nie wskazuje się podpisu przedsiębiorcy, z czego wynika, że wydrukowany paragon może być stosowany w obrocie w takiej właśnie formie. W związku z powyższym można było przyjąć, że paragon fiskalny stanowi właściwe potwierdzenie dokonania określonej czynności i stanowi dowód na to, co zostało w nim zapisane.

W dalszej kolejności analizie poddano treść paragonów doręczanych konsumentom, pod kątem ich zgodności z art. 9 ust. 1 i 3 uonpk. W jej wyniku ustalono, że paragony nie zawierają informacji o:

- organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numerze, pod jakim tego dokonano,
- istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
- terminie dostawy,

- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 uonpk,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący,
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

Z tego względu należało uznać, że przedsiębiorca nie dopełnił obowiązku określonego w art. 9 ust. 3 uonpk, a jego działanie nosi znamiona bezprawności.

Przedsiębiorca nie zamieszcza w wystawianych potwierdzeniach także dalszych informacji wyliczonych w art. 9 ust. 1 pkt 9 uonpk, tj. danych dotyczących umów o świadczenie usług. W związku z tym, że w rozważanym przypadku zawierane są umowy sprzedaży, niecelowe, a wręcz niemożliwe jest odwoływanie się do postanowień normujących kwestie związane z umowami o innym charakterze.

Wojciech B. prowadzi sprzedaż płyt z nagraniami muzycznymi (karty nr 14, 15 i 26). Ze względu na to, w przypadku określania wyjątków od prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, uzasadnione jest powoływanie treści art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, czyli wskazanie, że prawo do odstąpienia od umowy nie przysługuje w wypadku dotyczącym nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania.

Odpowiednie potwierdzenie stanowi dowód zawarcia umowy o określonej treści. Dane, które powinny być w nim wymienione określają najistotniejsze elementy umowy. Umożliwiają one nie tylko identyfikację przedsiębiorcy, lecz również charakteryzują przedmiot świadczenia, sposób wykonania umowy oraz tryb postępowania w przypadku, gdy doręczony przedmiot nie odpowiada umowie. Ich potwierdzenie ułatwia konsumentowi skorzystanie z przysługujących mu uprawnień oraz zapewnia wiedzę na temat spoczywających na nim obowiązków, a także dokumentuje wyznaczone granice prawa konsumentów do odstąpienia od umowy. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość posiadanie odpowiedniego dokumentu ułatwia dochodzenie roszczeń, a w razie skierowania sprawy na drogę sądową ułatwione będą kwestie dowodowe.

W niniejszym przypadku nakaz określony w art. 9 ust. 3 w zw. z art. 9 ust. 1 uonpk zostałyby spełnione, gdyby paragony fiskalne wystawiane przez przedsiębiorcę zostały uzupełnione o informacje na temat organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, terminu dostawy, prawa odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, wraz z określeniem wyjątków wynikających z art. 10 ust. 3 ust. 2 uonpk, terminu, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący oraz miejsca i sposobu składania reklamacji. Realizacja obowiązku spoczywającego na przedsiębiorcy byłaby zapewniona także wówczas, gdyby przedsiębiorca oprócz dotychczas wystawianych paragonów sporządzał pisemne potwierdzenia informacji na temat jego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresu zamieszkania (siedziby), organu, który zarejestrował działalność gospodarczą i numeru, pod jakim tego dokonano, istotnych właściwości świadczenia i jego przedmiotu, ceny obejmującej wszystkie składniki, zasad jej zapłaty, kosztów, terminu i sposób dostawy towaru, informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni wraz z wyjątkami i informacji o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący oraz o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Sporna praktyka opisana w tym punkcie decyzji jest stosowana przy zawieraniu przez niego z konsumentami umów na odległość. Kontrahenci przedsiębiorcy tworzą liczną i nie określoną, co do składu osobowego grupę podmiotów. W związku z tym należało przyjąć, że dotknięci bezprawnym działaniem przedsiębiorcy albo przynajmniej narażeni na jego ujemne skutki zostali wszyscy konsumenci.

W świetle powyższego, na mocy art. 23 c ust. 1 w zw. z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów organ antymonopolowy orzekł, jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

## II.

1. Aby stwierdzić, że doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki. Po pierwsze określone działanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności, po drugie musi ono godzić w zbiorowe interesy konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca nie informował konsumentów o swoim imieniu i nazwisku, organie rejestrującym działalność gospodarczą oraz o numerze, pod jakim rejestracji tej dokonano, w wyniku czego doszło do naruszenia art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Zgodnie z w/w przepisem przedmiotowe informacje powinny zostać przekazane konsumentom najpóźniej w chwili złożenia im propozycji zawarcia umowy, a więc jeszcze przed powstaniem stosunku umownego pomiędzy przedsiębiorcą, a konsumentem. Konsekwencją niedopełnienia w/w obowiązku było naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, czego dotyczy art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Dane, o jakich mowa powyżej, umożliwiają identyfikację przedsiębiorcy. Wiedza, o tym, kto jest drugą stroną kontraktu jest wiedzą podstawową, a jednocześnie niezbędną. W przypadku powstania ewentualnego sporu na tle umowy zawartej na odległość i wystąpienia na drogę sądową, konieczne będzie wskazanie danych precyzyjnie określających przedsiębiorcę. Niedopełnienie obowiązku informacyjnego określonego w tym punkcie decyzji powoduje, że interesy konsumentów zostają zagrożone. Wojciech B. swoimi działaniami naruszył zbiorowe interesy konsumentów, gdyż praktyka przez niego stosowana była wymierzona w nieoznaczoną liczną grupę konsumentów, zarówno tych, którzy zawarli już umowy, jak i jego potencjalnych kontrahentów.

W związku z powyższym przedsiębiorca, nie spełniając nakazu określonego w art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk dopuścił się naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania Wojciech B. przekazał organowi antymonopolowemu wydruk strony internetowej sklepu, na której zawarto informacje o jego imieniu i nazwisku oraz nazwie, a także adresie (karta nr 27). W/w dane, jak również nazwę organu rejestrowego i numer, pod jakim przedsiębiorca figuruje w ewidencji działalności gospodarczej wymieniono w „Regulaminie zakupów, umowie sprzedaży” (karta nr 28). W piśmie z 24. 07. 2005r. przedsiębiorca oświadczył, że w/w zmiany wprowadzono dnia 24. 07. 2005r. (karta nr 17). Na tej podstawie organ antymonopolowy stwierdził, że z dniem 24. 07. 2005r. doszło do zaniechania stosowania praktyki określonej w niniejszym punkcie.

2. Analiza zgromadzonego w toku niniejszego postępowania materiału dowodowego wykazała, że przedsiębiorca nie informował konsumentów o tym, jakie składniki zawierają podawane przy oferowanych produktach ceny, tj., czy uwzględniono w nich wszystkie elementy takie jak cła i podatki (karty nr 9 i 11). Brak przedmiotowej informacji powodował, że działanie przedsiębiorcy było niezgodne z art. 9 ust. 1 pkt 3 uonpk, który nakłada na przedsiębiorców, którzy chcą zawrzeć z konsumentami umowy na odległość, obowiązek udzielenia uprzedniej informacji w w/w zakresie. Powyższe zachowanie przedsiębiorcy wyczerpało także znamiona określone w art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym naruszenie obowiązku konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji stanowi praktykę niezgodną z prawem. W związku z tym, że zakwestionowana praktyka miała wpływ na sytuację prawną i faktyczną szerokiego kręgu konsumentów, których nie można wskazać indywidualnie, doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W świetle w/w faktów należało stwierdzić, że doszło do naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 uonpk.

W pkt. 9.1. „Regulaminu zakupów, umowy sprzedaży” (karta nr 28), który zamieszczono na stronie internetowej przedsiębiorcy dnia 24. 07. 2005r., zawarto zapis, z którego wynika, że wszystkie ceny podawane są w złotych polskich i zawierają podatek VAT. Z uwagi na



powyższe organ antymonopolowy zważył, że w w/w terminie doszło do zaniechania stosowania praktyki kwestionowanej w pkt. II 2 niniejszej decyzji.

3. Przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawarciem umowy o prawie odstąpienia od umowy sprzedaży zawartej na odległość, ani nie wskazywał wyjątków od w/w reguły (karty nr 9 i 11). Obowiązek udzielenia przedmiotowych informacji wynika z art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, który stanowi, że konsument powinien być poinformowany, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość oraz o ustawowych wyłączeniach możliwości skorzystania z tego prawa. Niedopełnienie obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji prowadzi do naruszenia art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej.

Na mocy art. 7 ust. 1 uonpk konsument, który zawarł umowę na odległość może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni. W art. 10 ust. 3 uonpk wymieniono wyjątki od tej reguły. Uwzględniając charakter prowadzonej przez Wojciecha B. działalności oraz fakt, że przedmiotem zawieranych przez niego umów są płyty z nagraniami muzycznymi, w niniejszym przypadku zastosowanie znajdzie art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, zgodnie z którym prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi wypadku, gdy przedmiotem świadczenia są nagrania audialne i wizualne oraz zapisane na nośnikach programy komputerowe po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania. Art. 9 ust. 1 pkt 6 w/w ustawy nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o powyższym prawie oraz o okolicznościach wyłączających możliwość skorzystania z tego uprawnienia najpóźniej w chwili złożenia propozycji zawarcia umowy. Z analizy treści zapisów zawartych na stronie internetowej przedsiębiorcy wynikało, że konsumenci nie byli o swoim uprawnieniu informowani. Prawo konsumentów do odstąpienia od umów zawieranych na odległość stanowi fundament ochrony ich interesów przy zawieraniu umów na odległość. By uprawnienie to mogło zostać zrealizowane, konsumenci muszą posiadać odpowiednią wiedzę, a tą ma zapewnić informacja przekazywana przez przedsiębiorcę. Wojciech B., prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Tylkomuzyka.pl dopuścił się zaniechania polegającego na niedopełnieniu obowiązku określonego w art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk, z uwagi na co jego działanie zostało uznane za bezprawne. Nieprawidłowość zachowania przedsiębiorcy wynika także z faktu, że niedopełniając powyższego obowiązku, naruszył on równocześnie obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o jakim mowa w art. 23 a ust. 2 ustawy antymonopolowej. Powyższe świadczy o bezprawności zachowania przedsiębiorcy.

Praktyka opisana w niniejszym punkcie miała wpływ na sytuację szerokiego grona konsumentów, którego składu osobowego nie można podać. W związku z tym należało stwierdzić, że doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W toku przedmiotowego postępowania przedsiębiorca przekazał wydruk „Regulaminu zakupów, umowy sprzedaży” stosowanego od 24. 07. 2005r. W pkt. 12. w/w regulaminu unormowano kwestię prawa odstąpienia konsumenta od umowy zawartej na odległość w ten sposób, że wskazano, iż konsument jest uprawniony do skorzystania z przedmiotowego uprawnienia w terminie 10 dni od daty odebrania przesyłki, za wyjątkiem sytuacji, gdy towar został pozbawiony oryginalnego opakowania (karta nr 29). Postanowienie to odpowiada regulacji zawartej w art. 10 ust. 3 pkt 2 uonpk, na mocy którego wyłączono możliwość odstąpienia konsumenta od umowy zawartej na odległość, w przypadku, gdy usunięto oryginalne opakowanie z nośnika zawierającego nagrania audialne, wizualne oraz programy komputerowe.

Z uwagi na powyższe, na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należało orzec, że wyżej opisana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz, że doszło do zaniechania jej stosowania z dniem 24. 07. 2005r.

4. Wojciech B., prowadzący działalność pod nazwą Tylkomuzyka.pl nie informował konsumentów o terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (karty nr 9 i 11), co było sprzeczne z dyspozycją art. 9 ust. 1 pkt 8 uonpk. Niedopełniając powyższego obowiązku przedsiębiorca nie wykonał równocześnie nakazu płynącego z art. 23 a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym miał on obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W sytuacji, gdy konsumenci nie byli informowani o terminie, w jakim oferta albo informacja o cenie mają charakter wiążący, nie wiedzieli oni jak długo pozostanie aktualna oferta, z którą mieli możliwość zapoznać się przed zawarciem umowy i czy aktualne będą te warunki, na jakie się godzą, w chwili, gdy sami zawierają umowę. Działanie przedsiębiorcy polegające na niepodawaniu informacji na temat terminu związania ofertą lub informacji o cenie opisane w niniejszym punkcie decyzji było niedopuszczalne i szczególnie naganne w obliczu tego, że przedsiębiorca zawiera umowy z konsumentami, a więc podmiotami najsłabszymi na rynku. Organ antymonopolowy stwierdził, że działanie to było bezprawne. Z uwagi na charakter prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności, godziło ono w zbiorowe interesy ogółu konsumentów. Na gruncie tych ustaleń należało orzec, że przedmiotowa praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów i była niezgodna z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W czasie trwania niniejszego postępowania przedsiębiorca wprowadził do stosowania „Regulamin zakupów, umowę sprzedaży”, który w pkt. 9.2. stanowi, że ceny wszystkich produktów i koszty wysyłki obowiązujące w chwili złożenia przez konsumenta zamówienia pozostają w stosunku do niego wiążące, nawet jeśli oferta sklepu uległa zmianie (karta nr 28). Zamieszczenie przez przedsiębiorcę powyższej informacji na stronie internetowej o adresie [www.tylkomuzyka.pl](http://www.tylkomuzyka.pl) doprowadziło do zaniechania stosowania praktyki niezgodnej art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej. Z tego względu, na mocy art. 23 e ust. 2 ustawy antymonopolowej, należało orzec, jak w pkt. II 4 sentencji niniejszej decyzji.

5. Organ antymonopolowy ustalił, że przedsiębiorca nie informował konsumentów przed zawarciem umowy sprzedaży na odległość o miejscu i sposobie składania reklamacji (karty nr 9 – 12) wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 9 ust. 1 pkt 10 uonpk. W związku z tym, że przedsiębiorca nie dostosował się do nakazu wynikającego z w/w przepisu uonpk oraz naruszył obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji wskazany w art. 23 a ust. 2 ustawy antymonopolowej, jego zachowanie należało uznać za bezprawne.

W przypadku, gdy dostarczony przez przedsiębiorcę towar nie posiada cech określonych w umowie, tzn. jest wadliwy, konsument może złożyć reklamację. Powyższe uprawnienie konsumenta nie może być jednak wykonywane w dowolny sposób i w nieograniczonym terminie. Z tego względu przedsiębiorca jest na mocy art. 9 ust. 1 pkt 10 uonpk obowiązany do wskazania miejsca i sposobu składania reklamacji. W niniejszym przypadku brak było powyższej informacji. W wyniku tego konsumenci nie wiedzieli, jakich formalności należy dopełnić, aby prawidłowo złożyć reklamację oraz gdzie należy ją skierować. Takie działanie przedsiębiorcy było niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa, a także godziło w interesy ekonomiczne konsumentów. W związku z tym, że powyższa praktyka dotyczyła szerokiego grona uczestników rynku należało uznać, że doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Konsekwencją powyższego było naruszenie art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca udowodnił, że zaniechał stosowania kwestionowanej praktyki. Do zaniechania doszło w wyniku zamieszczenia na stronie internetowej, za pośrednictwem której prowadzona jest działalność gospodarcza, „Regulaminu zakupów, umowy sprzedaży”, który w pkt. 15 normuje kwestię wnoszenia reklamacji (karta nr 29). Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy powyższy regulamin zamieszczono na stronie internetowej dnia 24. 07. 2005r., z uwagi na co należało uznać, że w

tym terminie doszło do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w niniejszym punkcie decyzji.

6. Art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną nakłada na przedsiębiorców obowiązek określenia regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną, który powinien być nieodpłatnie udostępniany konsumentom, a na ich żądanie powinien być udostępniany w taki sposób, który umożliwia pozyskanie, odtwarzanie i utrwalenie jego treści. W niniejszym przypadku przedsiębiorca nie stosował regulaminu świadczenia usług. Brak regulaminu o jakim mowa powyżej prowadził do tego, że konsumenci byli pozbawieni możliwości zapoznania się z zasadami, które przedsiębiorca przyjmował jako obowiązujące przy zawieraniu z nimi umów sprzedaży na odległość za pośrednictwem internetu. Brak regulaminu powodował również, że przedsiębiorca nie przekazywał rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji na temat warunków zawarcia umowy. Działanie takie należy uznać za niedopuszczalne i szczególnie naganne w obliczu tego, że zawiera on umowy z konsumentami, a więc podmiotami najsłabszymi na rynku. Niedopełnienie obowiązku wynikającego z przepisu prawa spowodowało, że działanie przedsiębiorcy było obarczone cechą bezprawności. Sposób, w jaki Wojciech B. zawiera umowy z konsumentami powoduje, że jego kontrahenci tworzą liczną grupę podmiotów, której skład nieustannie się zmienia. Potencjalnie każdy może stać się nabywcą oferowanego przez niego towaru. W związku z tym, że nie jest możliwe wskazanie składu osobowego grupy podmiotów będących kontrahentami w/w przedsiębiorcy, należało uznać, że doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Z uwagi na powyższe organ antymonopolowy stwierdził, że doszło do naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca doręczył „Regulamin zakupów, umowę sprzedaży”, który został zamieszczony na stronie internetowej, za pośrednictwem której odbywa się sprzedaż, dnia 24. 07. 2005r. (karta nr 17). Jednocześnie istnieje możliwość utrwalenia tego regulaminu poprzez jego wydrukowanie. Powyższe pozwoliło przyjąć, że został spełniony nakaz określony w art. 8 ust. 1 pkt 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a tym samym przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z dniem 24. 07. 2005r.

III. Art. 100 e ustawy antymonopolowej umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W niniejszym przypadku przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy na odległość, których specyfika polega na tym, że strony nie są jednocześnie obecne w miejscu zawierania umowy, co znacznie ogranicza możliwość bezpośredniego zapoznania się z jej przedmiotem. Konsekwencją powyższego sposobu zawierania umów jest zwiększone ryzyko, że zakupiony towar nie będzie odpowiadał umowie. Interes konsumentów przemawia za tym, aby dysponowali oni potwierdzeniem wszystkich informacji dotyczących przedsiębiorcy oraz postanowień umowy, co może ułatwić np. dochodzenie roszczeń powstałych na tle umowy zawartej na odległość przed sądem. Z uwagi na przedmiotowe zagrożenie interesu konsumentów, nadanie punktowi I decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, jest uzasadnione. Stąd orzeczono jak w punkcie III niniejszej decyzji

IV. 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 tego postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Wojciecha B., prowadzącego działalność pod nazwą Tylkomuzyka.pl, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało

wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w punkcie I i II sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki związane z korespondencją prowadzoną z przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 43 zł (słownie: czterdzieści trzy złote).

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 uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

Na postanowienie zawarte w punkcie IV niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z 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 antymonopolowej 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 daty 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