



**PREZES URZĘDU
OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W BYDGOSZCZY**

ul. Jagiellońska 34
85-097 Bydgoszcz
tel. (052) 345-56-44, Fax (052) 345-56-17,
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 21 czerwca 2004 roku

RBG-61-05/04/MW

Decyzja nr RBG 17/2004

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 2003 nr 86 poz. 804, Dz.U. z 2004 roku nr 93 poz. 891) oraz § 3 ust. 2 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), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie naruszania zbiorowych interesów konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Express Media Sp. z o.o. z siedzibą w Bydgoszczy,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 23a ust. 1 i 2, art. 23c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 2003 nr 86 poz. 804, Dz.U. z 2004 roku nr 93 poz. 891), art. 36 i art. 42 ust. 2 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe (Dz.U. z 1984 roku nr 5 poz. 24 z późn. zm.) **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** narzucanie konsumentom zlecającym w Gazecie Pomorza i Kujaw „NOWOŚCI” oraz Expressie Bydgoskim publikację ogłoszeń, wykupienia nie będącego składnikiem zlecenia dodatkowego słowa „tel.” lub „telefon”.

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

na podstawie art. 23c ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. nr 2003 nr 86 poz. 804, Dz.U. z 2004 roku nr 93 poz. 891), w celu zapewnienia wykonania nakazu zaniechania praktyki, o której mowa w sentencji niniejszej decyzji zobowiązuje się Express Media Sp. z o.o. z siedzibą w Bydgoszczy do jednokrotnego opublikowania:

w Gazecie Pomorza i Kujaw „NOWOŚCI” ogłoszenia następującej treści:

„Wykonując nakaz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, informuje się, iż od dnia dzisiejszego zniesiony zostaje obowiązek zlecenia publikacji słowa „tel.” lub „telefon” w ogłoszeniach ukazujących się w Gazecie Pomorza i Kujaw „NOWOŚCI”.

W gazecie „Express Bydgoski” ogłoszenia następującej treści:

„Wykonując nakaz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, informuje się, iż od dnia dzisiejszego zniesiony zostaje obowiązek zlecenia publikacji słowa „tel.” lub „telefon” w ogłoszeniach ukazujących się w gazecie Express Bydgoski”.

Ogłoszenia powinny być opublikowane najpóźniej w terminie 7 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji, w pierwszym, najwyższym module, przeznaczonym na publikację ogłoszeń drobnych na stronach gazet, czcionką wielkości co najmniej „10”.

Uzasadnienie:

Pismem z dnia 29 marca 2004 roku, do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wpłynęła skarga Pana Bogdana Godlewskiego *„przeciwko Dziennikowi Toruńskiemu „Nowości” w związku z praktykami monopolistycznymi”*, polegającymi na wymuszaniu od konsumentów wykupienia dodatkowego, ale nie zleconego przez zleceniodawcę słowa „tel.” lub „telefon”. Zdaniem skarżącego, nie wrazenie przez konsumenta – zleceniodawcę dobrowolnie zgody na wykupienie słowa „tel” lub „telefon” powoduje odmowę przyjęcia zlecenia na zamieszczenie ogłoszenia lub reklamy przez Gazetę „Nowości”.

Prezes Urzędu wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie cytowanej wyżej ustawy.

Odpowiadając na postanowienie Prezesa Urzędu strona niniejszego postępowania wyjaśniła, iż wprowadzenie zasady umieszczania przed numerem telefonu słowa „tel” lub „telefon” wymuszone zostało skargami czytelników na nieczytelność numerów telefonów w ogłoszeniach, a także skargami osób, do których z powodu złego odczytywania dzwoniło po ukazaniu się ogłoszenia.

Przyczyny nieczytelności były – zdaniem Express Media Sp. z o.o. – *„następujące:*

- 1. w związku z faktem, że ogłoszenia w rubrykach ukazują się w kolejności alfabetycznej – znaki, cyfry, litery – część ogłoszeniodawców, chcąc by ich ogłoszenie ukazało się na wyższej pozycji, rozpoczynało ogłoszenia od numerów telefonów, poprzedzając je dodatkowymi cyframi i znakami interpunkcyjnymi, przesuując tym samym ogłoszenie na wyższą pozycję. Tworzyło to łącznie splot cyfr i znaków, które dla części czytelników były nieczytelne i często powodowały pomyłki przy próbie dodzwonienia się pod wskazany numer;*
- 2. w wielu ogłoszeniach numer telefonu następuje bezpośrednio po cyfrach np. numer domu i mieszkania, ceny rzeczy oferowanych do sprzedaży, pojemność silników itd. W takich przypadkach również następowało zlewanie się wszystkich cyfr powodując nieczytelność skutkującą pomyłkami.*

Ponieważ ilość skarg na nieczytelność ogłoszeń nasilała się, koniecznością stało się rozdzielenie numerów telefonów od innych cyfr.” Express Media Sp. z o.o. wyjaśniła, iż

wprowadziła obowiązek wykupienia słowa „tel” lub „telefon” dla wszystkich ogłoszeniodawców.

Prezes Urzędu postanowił, w dniu 26 kwietnia 2004 roku, o wszczęciu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez EXPRESS MEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Bydgoszczy, wydawcę Gazety Pomorza i Kujaw „NOWOŚCI” oraz Expressu Bydgoskiego poprzez narzucanie konsumentom zlecającym publikację ogłoszeń, wykupienia nie będącego składnikiem zlecenia dodatkowego słowa „tel.” lub „telefon”.

W toku sformalizowanego postępowania o naruszanie zbiorowych interesów konsumentów Spółka Express Media powtórzyła argumentację, podnoszoną w postępowaniu wyjaśniającym.

W oparciu o ustalony stan faktyczny, Prezes Urzędu zważył co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów – zgodnie z ust. 2 cyt. wyżej artykułu - 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[45] 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.

W postępowaniach tych nie ma obowiązku wykazywania dominującej pozycji na rynku przedsiębiorcy, któremu stawia się zarzut naruszania zbiorowych interesów konsumentów.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów wymaga zatem spełnienia dwóch przesłanek:

- a. naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.
- b. bezprawności działania

Zbiorowy interes konsumentów

Art. 22¹ KC zawiera legalną definicję konsumenta, zgodnie z którą „za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.”

Punkt 2 preambuły Dyrektywy 98/27/EC Parlamentu Europejskiego oraz Rady Unii Europejskiej z dnia 19 maja 1998 roku w sprawie nakazów wydawanych w celu ochrony interesów konsumentów: „Zbiorowe interesy oznaczają interesy, które nie stanowią skumulowanych interesów poszczególnych osób poszkodowanych z racji naruszenia”.

Ze zbiorowym interesem konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy bezprawne działanie przedsiębiorców dotyczy, lub może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować – **Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów**, choćby liczba pokrzywdzonych konsumentów była bardzo duża.

Strona niniejszego postępowania przyznała w piśmie z dnia 4 maja 2004 roku, że obowiązek wykupienia dodatkowego słowa „tel” lub „telefon” obowiązuje wszystkich

ogłoszeniodawców (więc również konsumentów). Każdy konsument zamierzający publikować ogłoszenie w „Nowościach” lub „Expressie Bydgoskim” jest traktowany w sposób identyczny, tj. musi wykupić publikację dodatkowego słowa. W tym przejawia się naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Bezprawność działania

Art. 23a ust. 2 zawiera jedynie przykładowy katalog bezprawnych działań („w szczególności”). Wykładnia celowościowa tegoż artykułu pozwala na stwierdzenie, iż ustawodawcy chodziło o uznanie za praktyki działań, sprzecznych z innymi ustawami. W uzasadnieniu do projektu ustawy z dn. 5 lipca 2002 roku czytamy, iż „same przepisy art. 23a-23d nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Zachowanie mające postać praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów może przejawiać się zarówno jako działanie lub zaniechanie. Dla uznania takiego zachowania za wymienioną wyżej praktykę, konieczne jest, aby miało ono charakter bezprawny (vide: wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 15 maja 1996 roku sygn. akt XVII Ama 21/96). Praktyki te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw ale także zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów”. W niniejszej sprawie bezprawność działania strony niniejszego postępowania przejawia się w naruszeniu ustawy z dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe (Dz.U. z 1984 roku nr 5 poz. 24 z późn. zm.)

Wydawca nie odpowiada za treść ogłoszeń publikowanych w gazecie i tym samym, o ile wyraża zgodę na ich publikację (art. 36 i art. 42 ust. 2 prawa prasowego), nie ma prawa ingerowania w ich treść bez zgody zleceniodawcy. Wydawca (czy też redakcja) nie są również podmiotami właściwymi do rozpatrywania reklamacji z tytułu zawinionej przez zleceniodawcę ogłoszeń, niezrozumiałej treści publikacji (o ile ogłoszenie opublikowane zostało zgodnie z wolą zleceniodawcy). W świetle powyższego nie znajduje uzasadnienia ingerowanie Spółki Express Media w treść zlecanych ogłoszeń, poprzez narzucanie konsumentom umieszczania w ogłoszeniach określonych słów – w tym przypadku „tel” lub „telefon”. Prezes Urzędu nie podziela również argumentacji strony niniejszego postępowania, zgodnie z którą powodem wprowadzenia obowiązku publikacji słów „tel” lub „telefon” była duża ilość skarg od czytelników ogłoszeń, którzy twierdzili, iż są one nieczytelne i osób, do których – w wyniku pomyłkowego odczytania treści zawartych w ogłoszeniu, dzwonili potencjalni kontrahenci osób zlecających ogłoszenia w dziennikach „Nowości” lub „Express Bydgoski”. Należy domniemać, że ogłoszeniodawcy zachowują się racjonalnie – redagują swoje ogłoszenia, anonse w taki sposób, aby nie wprowadzać w błąd swych potencjalnych kontrahentów. Zmuszanie ogłoszeniodawców do wykupywania dodatkowego słowa, naraża ich na dodatkowy, nieuzasadniony koszt, natomiast strona niniejszego postępowania osiąga nieuzasadnioną korzyść. Jak wskazano wyżej, za treść ogłoszeń, odpowiedzialność ponosi zleceniodawca. Niezrozumiała treść ogłoszenia, publikowanego w gazecie rodzi niebezpieczeństwo, iż taki zleceniodawca nie osiągnie zamierzonego celu, tj. nie nawiąże kontaktu z potencjalnymi kontrahentami – jest to jedyna, należy podkreślić uciążliwa sankcja, jaka może dotknąć zleceniodawcę ogłoszenia.

Prezes Urzędu orzekając o obowiązku publikacji ogłoszenia, o którym mowa w sentencji decyzji w Gazecie Pomorza i Kujaw „NOWOŚCI” oraz Expressie Bydgoskim, miał na względzie konieczność wskazania środka usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Środkiem tym jest niewątpliwie poinformowanie konsumentów, o tym, że bezprawna praktyka wydawcy zostaje zakończona. Publikacja ogłoszenia w dwóch, dużych, lokalnych dziennikach, które są wydawane przez stronę

niniejszego postępowania daje gwarancję, że dotrze ona do zainteresowanych konsumentów, potencjalnych ogłoszeniodawców.

Mając na uwadze powyższe, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 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 bydgoskiej delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów .

Otrzymuje:

Express Media Sp. z o.o.

Ul. Warszawska 13

85-058 Bydgoszcz