



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
CEZARY BANASIŃSKI**

DDK1-61-7/06/JTB

Warszawa, dn. 27 lutego 2007 r.

DECYZJA nr DDK 8/2007

I.

Na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje, że działania przedsiębiorcy Petera Lucenic prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą PETER LUCENIC „ASTRA PLUS” SPRZEDAŻ WYSYŁKOWA z siedzibą w Gdyni, **polegające na:**

- **formułowaniu ofert w zakresie loterii promocyjnej w sposób stwarzający konsumentowi – niezależnie od wyniku losowania czy jego wiedzy – pewność wygranej, jeżeli konsument złoży zamówienie na towar**

wypełniają znamiona czynu nieuczciwej konkurencji zdefiniowanego w art. 17 b ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zm.) i **stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

II.

Na podstawie art. 23 c ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zobowiązuje przedsiębiorcę Petera Lucenic

prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą PETER LUCENIC „ASTRA PLUS” SPRZEDAŻ WYSYŁKOWA z siedzibą w Gdyni do zamieszczenia dwukrotnie w tygodniowym odstępie czasu na własny koszt w Gazecie Wyborczej – wydanie ogólnopolskie, oświadczenia w formie ogłoszenia prasowego o wymiarach nie mniejszych niż 20 x 15 cm o następującej treści:

Realizując obowiązek wynikający z decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr DDK- /2007 z dnia...stycznia 2007 r., informujemy, że działania przedsiębiorcy Petera Lucenic prowadzącego działalność gospodarczą pod nawą PETER LUCENIC „ASTRA PLUS” SPRZEDAŻ WYSYŁKOWA z siedzibą w Gdyni polegające na: formułowaniu ofert w zakresie loterii promocyjnej w sposób stwarzający konsumentowi – niezależnie od wyniku losowania czy jego wiedzy – pewność wygranej, jeżeli konsument złoży zamówienie na towar, wypełniają znamiona czynu nieuczciwej konkurencji zdefiniowanego w art. 17 b ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zm.) i stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.). Publikacja przedmiotowych oświadczeń ma nastąpić w terminie nieprzekraczającym jednego miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

O realizacji powyższego obowiązku należy niezwłocznie poinformować Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie trzytygodniowym liczonym od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Dnia 27 kwietnia 2006 r. na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.), dalej zwanej „uokik”, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej określany jako „Prezes Urzędu”, działając z urzędu, wszczął przeciwko przedsiębiorcy Petera Lucenic prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą PETER LUCENIC „ASTRA PLUS” SPRZEDAŻ WYSYŁKOWA z siedzibą w Gdyni, dalej określanego jako „Strona postępowania”, postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- formułowaniu ofert w zakresie loterii promocyjnej w sposób stwarzający konsumentowi – niezależnie od wyniku losowania czy jego wiedzy – pewność wygranej, jeżeli konsument złoży zamówienie na towar,

które mogły stanowić godzący w zbiorowe interesy konsumentów czyn nieuczciwej konkurencji zdefiniowany w art. 17b ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), dalej zwanej „*uznk*”.

Podstawę wszczęcia przedmiotowego postępowania stanowiły ustalenia dokonane w trakcie przeprowadzonej w dniach 29 listopada, 7, 16 i 19 grudnia 2005 r. przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Gdańsku kontroli w siedzibie Strony postępowania.

Z materiałów przekazanych przy piśmie Głównego Inspektoratu Inspekcji Handlowej z dnia 18 stycznia 2006 r. (sygn.: BK/ANU-41-80/05/AB) wynikało, iż Strona postępowania w ramach zorganizowanej loterii promocyjnej wysyłała do konsumentów imiennie wystawiony dokument, noszący cechy pisma o charakterze oficjalnym, tzw. „*Oficjalny Dokument Żądania Wygranej*”. Z informacji zawartych w „*Oficjalnym Dokumencie Żądania Wygranej*” wynikało, iż adresat, któremu został przyznany „*osobisty numer super-nagrody*” „*uzyskał w Konkursie Wielka Promocja 500.000zł status zwycięzcy*”, a warunkiem otrzymania nagrody głównej było odesłanie tegoż dokumentu wraz z naklejonym „*Znaczkiem Wygrania*”, i wypełnionym „*Kuponem-Zamówienia-Uczestnictwa*”, który był *de facto* zamówieniem na produkt wybrany z katalogu oferowanego przez Stronę postępowania oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie konkursowe („*Co ile przypada rok przestępny: a) co 2 lata, b) co 4 lata, c) co pięć lat*” lub „*Kraina Świętego Mikołaja: a) Grecja, b) Laponia, c) Brazylia*”). Konsument był zobowiązany opłacić cenę wybranego produktu oraz uiścić zryczałtowaną opłatę za opakowanie i dostarczenie przesyłki (16zł), przy czym minimalna wartość zamówienia nie może być niższa niż osiemdziesiąt złotych. „*Kupon-Zamówienia-Uczestnictwa*” w części dotyczącej konkursu zawierał bowiem postanowienie następującej treści: „*Przypominamy o minimalnej wartości zamówienia wynoszącej 80zł*”.

Treść dokumentów przesyłanych do konsumentów jednoznacznie wskazywała, że adresaci tychże dokumentów wygrali nagrodę główną w zorganizowanym konkursie.

Istotnym elementem każdego, przesyłanego do konsumenta dokumentu była jego forma graficzna. Materiały przesyłane do potencjalnych klientów Strony postępowania miały

charakter oficjalny i wiarygodny. Na każdym dokumencie zostały podane nazwiska przewodniczącego komisji, dyrektora d/s konkursów oraz ich „odręczne podpisy” i pieczęcie.

Z wyjaśnień Strony postępowania złożonych do protokołu kontroli w dniu 19 grudnia 2005 r. wynikało, iż nie prowadzi ona loterii promocyjnej, a jedynie sprzedaż premiowaną towarów zamieszczonych w katalogu. Konsument kupując towar otrzymywał premię w postaci dodatkowego towaru, który jest w danej chwili w ofercie katalogowej. Oprócz ww. premii konsument mógł wziąć udział w losowaniu nagrody głównej poprzez odesłanie wypełnionych dokumentów konkursowych. Zgodnie z wyjaśnieniami Strony postępowania warunkiem uczestnictwa w losowaniu nagrody głównej nie musiał być zakup towaru, wystarczyło bowiem odesłanie „*Kuponu Zamówienia-Uczestnictwa*” z poprawną odpowiedzią na zawarte w nim pytanie. Z wyjaśnień Strony postępowania wynikało ponadto, iż nie zostało przeprowadzone losowanie numerów „wygrywających”. Strona postępowania wybrała kilka numerów, nie sporządzając z tej czynności żadnej pisemnej dokumentacji.

W związku z wątpliwościami, co do formy prowadzonego przez Stronę postępowania konkursu, Urząd pismem z dnia 28 lutego 2006 r. zwrócił się do Ministerstwa Finansów o zajęcie stanowiska w przedmiotowej sprawie. Z przedłożonej przez Ministerstwo Finansów opinii wynika, iż konkurs zorganizowany przez Stronę postępowania spełnia przesłanki loterii promocyjnej określone w art. 2 ust. 9 ustawy z dnia 29 lipca 1992 r. o grach i zakładach wzajemnych (tekst jedn. Dz. U. z 2004 r. Nr 4, poz. 27 ze zm.), dalej „*ugizw*”. Ww. pismo Ministerstwa Finansów z dnia 7 marca 2006 r. (sygn. akt GL-725/I/O/30-12/06) zostało zaliczone przez Prezesa Urzędu w poczet dowodów postanowieniem o wszczęciu przedmiotowego postępowania.

Postanowienie o wszczęciu postępowania wraz z zawiadomieniem, doręczono Stronie postępowania dnia 9 maja 2006 r.

Strona postępowania w piśmie z dnia 23 maja 2006 r. wyraziła stanowisko odnośnie zarzutów zawartych w postanowieniu z dnia 27 kwietnia 2006 r., zgodnie z którym prowadzona przez nią działalność w zakresie sprzedaży wysyłkowej polega na premiowanej sprzedaży towarów – każdy klient dokonujący zakupów otrzymuje nieodpłatnie premię w postaci dodatkowego towaru znajdującego się w ofercie i w związku z tym działalność ta nie spełnia przesłanek praktyk zdefiniowanych w przepisach *ugizw*. Ponadto, Strona postępowania wyjaśniła, iż uczestnictwo w zorganizowanym przez nią konkursie nie było

uzależnione od złożenia zamówienia i każdy z klientów, do którego została wysłana oferta handlowa mógł wziąć w nim udział. Nagrodami głównymi w przedmiotowym konkursie były: samochód osobowy „FORD FOCUS”, telewizor plazmowy + kino domowe, sprzęt AGD, sprzęt elektroniczny, komplet mebli ze skóry oraz kwota 20.000 PLN do równego podziału pomiędzy wszystkich uczestników biorących udział w konkursie i spełniających jego warunki. Z wyjaśnień złożonych przez Stronę postępowania w przedmiotowym piśmie wynika, że warunkiem udziału w zorganizowanym przez nią konkursie było odesłanie kuponu konkursowego w wyznaczonym terminie wraz z prawidłowymi odpowiedziami na pytania konkursowe. Ponadto Strona postępowania wyjaśniła, że w przedmiotowych pismach kierowanych do konsumentów nie gwarantowała otrzymania samochodu osobowego każdemu z uczestników konkursu, a jedynie otrzymanie jednej z przewidzianych nagród, w tym udział w podziale kwoty 20.000 PLN, na co wskazywała m.in. informacja następującej treści: *„możesz otrzymać nagrodę główną nawet w kwocie 50.000 PLN lub też inną z oferowanych nagród głównych”*.

Ponadto, w piśmie z dnia 31 lipca 2006 r. Strona postępowania wyjaśniła dodatkowo, że zorganizowany przez nią konkurs w 2005 r. przeprowadzony został w 9 edycjach. W każdej edycji wybrany losowo z będącego w posiadaniu Strony postępowania zbioru danych klient, mógł otrzymać informację handlową oraz kupon konkursowy dotyczący jednej, kilku lub wszystkich edycji konkursu. We wszystkich etapach konkursu każdy z uczestników otrzymywał informację o ww. nagrodzie głównej, przy czym Strona postępowania nie gwarantowała konsumentowi otrzymania najwyższej nagrody głównej (samochód osobowy „FORD FOCUS”), a jedynie jednej z przewidzianych nagród głównych. Jednocześnie Strona postępowania poinformowała, że planowane na miesiąc maj 2006 r. zakończenie i rozstrzygnięcie wszystkich edycji konkursu prowadzonych w 2005 r. zostało przesunięte do czasu zakończenia przedmiotowego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Dodatkowo Strona postępowania w piśmie z dnia 9 października 2006 r. przekazała do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów komplet dokumentów, które przesyła do konsumentów od czerwca 2006 r. Zdaniem Strony postępowania nie zawierają one dwuznacznych treści co do treści oferty oraz uprawnień zamawiającego. Jednocześnie Strona postępowania oświadczyła, że w przedmiotowych dokumentach zostały szczegółowo określone zasady udziału klientów w obecnie przeprowadzanym konkursie pod nazwą: „Nagrody dla najlepszych”, w którym łączna pula nagród wynosi 50.000 PLN.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), dalej zwanej „kpa”, w związku z art. 80 *uokik*, pismem z dnia 14 listopada 2006 r. Strona postępowania została poinformowana o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań przed wydaniem decyzji.

Strona postępowania nie skorzystała z prawa do zapoznania się z całością akt sprawy.

W trakcie postępowania Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Strona postępowania jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą polegającą między innymi na sprzedaży detalicznej prowadzonej przez domy sprzedaży wysyłkowej na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Gdyni pod numerem ew. 63087.

Strona postępowania w okresie od stycznia 2005 r. do grudnia 2005 r. w ramach zorganizowanej przez nią loterii promocyjnej wysyłała do konsumentów imiennie wystawiony dokument, noszący cechy pisma o charakterze oficjalnym, tzw. „*Oficjalny Dokument Żądania Wygranej*”. Z informacji zawartych w „*Oficjalnym Dokumencie Żądania Wygranej*” wynikało, iż adresat, któremu został przyznany „*osobisty numer super-nagrody*” „*uzyskał w Konkursie Wielka Promocja 500.000zł status zwycięzcy*”, a warunkiem otrzymania nagrody głównej było odesłanie tegoż dokumentu wraz z naklejonym „*Znaczkiem Wygrania*”, i wypełnionym „*Kuponem-Zamówienia-Uczestnictwa*”, który był *de facto* zamówieniem na produkt wybrany z katalogu oferowanego przez Stronę postępowania oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie konkursowe („*Co ile przypada rok przestępny: a) co 2 lata, b) co 4 lata, c) co pięć lat*” lub „*Kraina Świętego Mikołaja: a) Grecja, b) Laponia, c) Brazylia*”). Konsument był zobowiązany opłacić cenę wybranego produktu oraz uiścić zryczałtowaną opłatę za opakowanie i dostarczenie przesyłki (16zł), przy czym minimalna wartość zamówienia nie mogła być niższa niż osiemdziesiąt złotych. „*Kupon-Zamówienia-Uczestnictwa*” w części dotyczącej konkursu zawierał bowiem postanowienie następującej treści: „*Przypominamy o minimalnej wartości zamówienia wynoszącej 80zł*”.

Z treści dokumentów przesyłanych do konsumentów jednoznacznie wynikało, że Strona postępowania gwarantuje otrzymanie nagrody głównej, na co wskazywały użyte w treści sformułowania:

- „*Oficjalny Dokument Żądania Wygranej*”

- „sekretarz Komisji Konkursowej poświadcza, że Pan (...) uzyskał w Konkursie Wielka Promocja 500.000zł status zwycięzcy”,
- „Osobisty numer super- nagrody”,
- „Oficjalne zawiadomienie przesłane do: zwycięzcy nagrody głównej”,
- „Protokół zwycięzców: 9/2005”,
- „Poufny wynik wylaniania zwycięzców” ,
- „Poufne kopia dla klienta”,
- „Dotyczy: Wydania nagrody głównej”,
- „Wygraliście Państwo nagrodę w konkursie”,
- „Na tym etapie konkursu jedna z prezentowanych nagród z całą pewnością należy już do Ciebie”,
- „Niniejsze zawiadomienie, Panie (...), jest naprawdę Pana NIEPOWTARZALNĄ MOŻLIWOŚCIĄ na otrzymanie już przez Pana wygranej nagrody konkursowej...” .

Z analizy przesyłanych do konsumentów dokumentów wynikało, iż gwarantowaną przez Stronę postępowania nagrodę stanowi:

I. nagrody główne – „Ford Focus lub 50.000,00zł w gotówce,

- Premia specjalna-sprzęt elektroniczny (łącznie wartość 20.000zł),
- Komplet mebli ze skóry,
- Telewizor plazmowy z zestawem kina domowego”

II. nagrody pocieszenia – „sprzęt AGD i RTV, m. innymi lodówki, pralki, aparaty cyfrowe, mikrofalówki i wiele innych”.

Tymczasem po wypełnieniu i wysłaniu zamówienia konsument otrzymywał jedynie „Świadectwo Zwycięzcy Nagrody Głównej” wraz z informacją, że wydanie nagrody nastąpi zgodnie z oficjalnymi zasadami konkursu, których ostateczna wykładnia przysługuje Komisji Konkursowej. Z treści ww. dokumentu wynikało jednoznacznie, że otrzymująca go osoba jest zwycięzcą nagrody głównej – „Zwycięzca nagrody głównej” „Nagrody główne w kolejności przydzielania 1. Pan ... (imię i nazwisko osoby która otrzymała przesyłkę) - Ford Focus lub 50.000,00zł w gotówce”. Do „Świadectwa Zwycięzcy Nagrody Głównej” dołączony był ponadto „Bon Rabatowy” w wysokości 50%, który można zrealizować w specjalnej akcji „Oferta Specjalna”. Konsument, aby skorzystać „z tej wspaniałej okazji”, powinien złożyć kolejne zamówienie na oferowane artykuły na „Kuponie-Zamówienia-Uczestnictwa” .

Następnie konsument otrzymywał od Strony postępowania kolejne imiennie wystawione dokumenty o oficjalnym charakterze – „Komisja konkursowa ASTRA PLUS” oraz „OFICJALNE PEŁNOMOCNICTWO”. Z treści owych dokumentów wynikało, iż adresat jako wybrany klient otrzyma gotówkę, o czym świadczą użyte zwroty następującej treści:

- „Serdeczne gratulacje”,
- „Jest Pan wybranym klientem!!! Otrzyma Pan gotówkę w formie czeku”,
- „Nasz zwycięzca”,
- „... jest Pan prawdziwym szczęściarzem, całkowicie bezpłatnie otrzyma Pan gotówkę w formie czeku- lub według Pana wyboru w innej formie”,
- „Główna Wygrana”,
- *ASTRA PLUS-GŁÓWNA NAGRODA 50.000 ZŁ*”,
- „(...) dyrektor ds. finansowych potwierdza uprawnionemu zwycięzcy (...), że pełnomocnictwo niniejsze uprawnia go do otrzymania od Działu d/s Wydawania Nagród jego nagrody głównej (...)”
- „Poufny wynik wyłaniania zwycięzców”,
- „Wydanie nagrody głównej”,
- „Kopia dokumentu jako zawiadomienie dla zwycięzcy”,
- „Dotyczy przyznania nagrody 13 lutego 2006 r.”,
- „Komisja Konkursowa oświadcza niniejszym, że Pan (...) został uznany zwycięzcą. To oznacza: już teraz jedna z nagród należy do Pana:

Nagroda nr 1: Roczna nagroda główna o wartości 50.000zł

Nagroda nr 2: Nagroda główna noworoczna o wartości 30.000zł

Nagroda nr 3: Nagrody główne-premie noworoczne o wartości 20.000zł”.

Jak wynika z analizy treści przesłanych do konsumenta dokumentów warunkiem otrzymania nagrody było odesłanie podpisanego i wypełnionego „Kuponu-Zamównienia-Uczestnictwa”, z poprawną odpowiedzią na pytanie konkursowe i złożonym zamówieniem.

Jak wspomniano, istotnym elementem każdego przesyłanego do konsumenta dokumentu była jego forma graficzna. Materiały przesyłane do potencjalnych klientów Strony postępowania miały charakter oficjalny i wiarygodny. Na każdym dokumencie zostały podane nazwiska przewodniczącego komisji, dyrektora d/s konkursów oraz ich „odręczne podpisy” i pieczęcie.

Ponadto Prezes Urzędu ustalił, iż od czerwca 2006 r. Strona postępowania zaczęła wysyłać do konsumentów w ramach zorganizowanej przez nią loterii promocyjnej imiennie

wystawiony dokument, noszący cechy pisma o charakterze oficjalnym, tzw. „Świadectwo Przyznania Gwarantowanej Premii 6/2006/PG”, z którego wynika, że adresatowi została przydzielona „Gwarantowana Premia”. Z analizy treści tegoż pisma wynika, że warunkiem jej otrzymania jest odesłanie podpisanego własnoręcznie druku „Oficjalnego Potwierdzenia” oraz druku „Oficjalnego Uznania Ważności” wraz z wypełnionym „Kuponem Zamówienia-Uczestnictwa”, który jest *de facto* zamówieniem na produkt wybrany z katalogu oferowanego przez Stronę postępowania oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie konkursowe: „*pierwsza stolica Polski: a) Lublin, b) Wrocław, c) Gniezno*”. Konsument jest zobowiązany opłacić cenę wybranego produktu oraz uiścić zryczałtowaną opłatę za opakowanie i dostarczenie przesyłki (16zł).

Z treści przesyłanych do konsumentów od czerwca 2006 r. dokumentów nadal jednoznacznie wynika, że Strona postępowania gwarantuje otrzymanie wysokiej nagrody pieniężnej, na co wskazują użyte w treści sformułowania:

- „OFICJALNA WIADOMOŚĆ Z BIURA PREMII GWARANTOWANEJ”;
- „Świadectwo Przyznania Gwarantowanej Premii 6/2006/PG”;
- „OFICJALNIE ZATWIERDZONE”;
- „BARDZO PILNA KORESPONDENCJA Dla odbiorcy Gwarantowanej Premii”;
- „(...) wspaniałe zawiadomienie o przyznaniu Gwarantowanej Premii w naszej akcji promocyjnej prowadzonej w ramach konkursu ”Nagrody dla najlepszych””;
- „Składam Pani moje najszczerze gratulacje i potwierdzam, iż z JEST PANI NASZYM WYBRANYM KLIENTEM!!! OTRZYMA PANI GWARANTOWANĄ PREMIĘ (...)”;
- „OFICJALNE POTWIERDZENIE”;
- „BIURO PRZYZNAWANIA PREMII”;
- „OFICJALNE UZNANIE WAŻNOŚCI”;
- „Pula 50.000 zł PREMIA GWARANTOWANA Pula 50. 000 zł”
- „To oznacza: **już teraz jedna z nagród należy do niej:**
 - *Premia Gwarantowana: przyznawana w ramach puli o wartości 50.000zł*
 - *Nagroda Główna: przyznawana w ramach puli o wartości 30.000zł*
 - *Nagroda pocieszenia: przyznawana w ramach puli o wartości 15.000zł”*

W przypadku tychże dokumentów na uwagę zasługuje fakt, iż również mają one oficjalny charakter. Na każdym dokumencie zostały podane nazwiska przewodniczącego

komisji konkursowej, przewodniczącego biura premii, dyrektora finansowego, głównego jurora wygranych oraz ich „odręczne podpisy” i pieczęcie.

Oceniając przedstawiony stan faktyczny Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 *uokik* przesłankami zaistnienia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są:

- 1) działanie przedsiębiorcy
- 2) noszące znamiona bezprawności
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad. 1.

Art. 4 pkt 1 *uokik* pojęcie przedsiębiorcy definiuje jako przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. - Prawo działalności gospodarczej, a także:

- a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej,
- b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu,
- c) osobę fizyczną posiadającą akcje lub udziały zapewniające jej co najmniej 25 % głosów w organach co najmniej jednego przedsiębiorcy lub posiadającą kontrolę, w rozumieniu art. 4 pkt 13 *uokik*, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 12 *uokik*.

Ustawa Prawo działalności gospodarczej - zgodnie z art. 66 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. - Przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1808) - straciła moc z dniem wejścia w życie ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.), dalej zwanej „*usdg*”. Przepis art. 86 ww. ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. - Przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej podaje również, że ilekroć w obowiązujących

przepisach jest mowa o przepisach ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. - Prawo działalności gospodarczej, należy przez to rozumieć właściwe przepisy *usdg*.

Art. 2 *usdg* definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatację 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 niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Peter Lucenic prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą PETER LUCENIC „ASTRA PLUS” SPRZEDAŻ WYSYŁKOWA z siedzibą w Gdyni na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Gdyni pod numerem ew. 63087. Prowadzona działalność gospodarcza wykonywana jest w sposób zorganizowany i ciągły.

Wobec powyższego, należy stwierdzić, iż Peter Lucenic jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 *uokik*.

Ad. 2.

Bezprawność to sprzeczność zachowania z przepisami prawa oraz z zasadami współżycia społecznego, co oznacza niezgodność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przepis art. 23a ust. 2 *uokik* zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z definicją zawartą w powyższym przepisie za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów można uznać godzące w nie czyny nieuczciwej konkurencji, a wśród nich zdefiniowany w art. 17b *uznk*. „Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie loterii promocyjnych jest formułowanie ofert w sposób stwarzający konsumentowi – niezależnie od wyniku losowania czy wiedzy konsumenta – pewność wygranej, jeżeli konsument złoży zamówienie na towar lub usługę objęte promocją albo zapłaci oferentowi z góry jakąkolwiek kwotę.” Ustawodawca w ust. 2 tegoż artykułu przewiduje, iż „Czynem, o którym mowa w ust. 1, jest w szczególności formułowanie ofert w dokumencie wystawionym imiennie na konsumenta, mającym cechy pisma o charakterze oficjalnym.”

Z czynem nieuczciwej konkurencji, wypełniającym dyspozycję zawartą w art. 17b ust. 1 *uznk* będziemy mieli do czynienia w przypadku, gdy treść ofert formułowanych w ramach

organizowanej przez przedsiębiorcę loterii promocyjnej będzie dawała konsumentowi pewność wygranej poprzez używanie specyficznych zwrotów np. "Wygrała Pani samochód" albo "nagroda jest już w zasięgu ręki, wystarczy odesłać kupon i dokonać zakupu oferowanej w katalogu rzeczy", itp. („*formułowanie ofert*”). Należy podkreślić, iż dla zaistnienia deliktu z art. 17b ust. 1 nie jest konieczne, aby konsument będący adresatem oferty uwierzył w realność zapewnień przedsiębiorcy i w celu wzięcia udziału w loterii promocyjnej dokonał zakupu oferowanych przez przedsiębiorcę towarów lub dokonał innego świadczenia na jego rzecz. Natomiast w przypadku ofert, które są wystawiane imiennie na konsumenta, aby mieć do czynienia z czynem zabronionym ustawą art. 17b ust. 2 *uznk* wystarczy sam fakt wysłania do konsumenta imiennie oznaczonego dokumentu, który będzie miał cechy pisma oficjalnego (zob. Interpretacja przepisów nowelizacji ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz. Urz. UOKIK Z 2003 r. Nr 1, poz. 240). Wystarczy jedynie sam fakt wysłania takiej oferty do przynajmniej jednego konsumenta.

Z literalnego brzmienia przepisu zawartego w art. 17b *uznk*, wynika, że z czynem nieuczciwej konkurencji w nim zdefiniowanym mamy do czynienia w przypadku, gdy oferta przedsiębiorcy została skierowana do konsumenta, w ramach zorganizowanej przez niego loterii promocyjnej. Intencją ustawodawcy było objęcie zakresem przedmiotowym tegoż przepisu wszystkich konkursów i loterii, w których warunkiem uczestnictwa jest dokonanie zakupu oferowanego przez kontrahenta konsumenta towaru lub usługi, o czym informuje w treści przesyłanych do niego ofert. Należy zatem przyjąć, iż działania przedsiębiorców polegające na formułowaniu ofert w sposób stwarzający konsumentowi pewność wygranej, pod warunkiem, że konsument złoży zamówienie na towar lub usługę objęte promocją albo zapłaci oferentowi z góry jakąkolwiek kwotę w ramach organizowanych przez nich wszelakiego rodzaju konkursów, a nie tylko loterii promocyjnych, wypełnia dyspozycję art. 17b *uznk*.

W związku z tym, iż *uznk* nie zawiera definicji „*loterii promocyjnej*”, należy sięgnąć do przepisów *uogizw*, zgodnie z którymi **loteria promocyjna** jest to gra losowa, w której uczestniczy się przez nabycie towaru, usługi lub innego dowodu udziału w grze i tym samym nieodpłatnie uczestniczy się w loterii, a podmiot urządzający loterię oferuje wygrane pieniężne lub rzeczowe (art. 2 ust. 1 pkt 9 *ugizw*). Przepisy *ugizw* uznają loterię promocyjną obok loterii pieniężnej, loterii fantowej i innych gier, za jeden z rodzajów gier losowych, których wynik w szczególności zależy od przypadku, a warunki gry określa regulamin.

Z uwagi na powyższe, nie ulega wątpliwości, że wyżej opisane działania przedsiębiorców podjęte przez nich w ramach loterii promocyjnej w rozumieniu przepisów *ugizw* stanowią czyn nieuczciwej konkurencji zdefiniowany w art. 17 b *uznk*.

W przedmiotowej sprawie zorganizowany przez Stronę postępowania w 2005 r. konkurs był loterią promocyjną w rozumieniu art. 2 ust. 9 *ugizw*, co potwierdza opinia Ministerstwa Finansów wyrażona w piśmie z dnia z dnia 7 marca 2006 r. (sygn. akt GL-725/I/O/30-12/06). Analiza warunków regulaminu zorganizowanego przez Stronę postępowania konkursu pod nazwą „Nagrody dla najlepszych” wskazuje, że spełnia on przesłanki loterii promocyjnej w rozumieniu art. 2 ust. 9 *ugizw*. Warunkiem uczestnictwa w nim jest odesłanie podpisanego własnoręcznie druku „Oficjalnego Potwierdzenia” oraz druku „Oficjalnego Uznania Ważności” wraz z wypełnionym „Kuponem Zamówienia-Uczestnictwa” oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie konkursowe. Jednocześnie z „Zasad udziału w konkursie „Nagrody dla najlepszych” wynika, że nagrody oferowane przez Stronę postępowania w konkursie są nagrodami pieniężnymi oraz nagrodami rzeczowymi (m.in. 10.000 zł, 3 zestawy kina domowego, 5 aparatów cyfrowych), a ich przydzielenie, ze względu na zróżnicowanie wartości nagród głównych, nie zależy od wiedzy uczestników lecz od przypadku, gdyż uczestnicy nie mają wpływu na ostateczny sposób rozdysponowania nagród.

Kolejną przesłanką konieczną do uznania działań za czyn nieuczciwej konkurencji zdefiniowany w art. 17b *uznk* jest nadanie przedstawionej konsumentowi ofercie (propozycji udziału w loterii promocyjnej) nieuczciwej treści. Nieuczciwością jest bowiem formułowanie oferty w sposób stwarzający u konsumenta pewność wygranej w loterii w przypadku złożenia zamówienia na towar lub usługę objętą promocją lub po wpłaceniu pewnej kwoty. Treść oferty jest więc nakierowana na wprowadzenie jej adresata w błąd, ponieważ zapewnia o uzyskaniu lub wygraniu wysokiej (cennej) nagrody (zob. red. J. Szwaja „*Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*”, 2. wyd., Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2006). W wielu przypadkach treść ofert wprost wskazuje na to, że nagrodę taką już konsument wygrał w uprzednio przeprowadzonym losowaniu. Jedyńm warunkiem, jaki adresat tak sformułowanej oferty musi spełnić, aby otrzymać nagrodę jest dokonanie przez niego zakupu towaru z katalogu przysłanego przez przedsiębiorcę lub dokonanie na jego rzecz określonego świadczenia. Zazwyczaj, co należy podkreślić, cena oferowanego towaru względnie wysokość żądanego świadczenia, mimo, że znacznie zawyżona w porównaniu

do wartości rynkowej przedmiotów ofert, jest zupełnie znikoma w stosunku do wartości nagrody, którą konsument ma otrzymać w postaci rzeczowej lub premii pieniężnej.

Dokumenty przesyłane przez Stronę postępowania spełniają ww. opisane kryteria poprzez zamieszczenie w ich treści zwrotów, które wywołują u adresata oferty wrażenie, że został już zwycięzcą konkursu:

- „*sekretarz Komisji Konkursowej poświadcza, że **Pan (...)** uzyskał w Konkursie Wielka Promocja 500.000zł status zwycięzcy*”,
- „*Dotyczy: **Wydania nagrody głównej***”,
- „***Wygraliście** Państwo nagrodę w konkursie*”,
- „*Na tym etapie konkursu jedna z prezentowanych nagród z całą pewnością **należy już do Ciebie***”,
- „***Serdeczne gratulacje***”,
- „*Jest Pan wybranym klientem!!! **Otrzyma Pan gotówkę w formie czeku***”,
- „*Nasz zwycięzca*”,
- „*... jest Pan prawdziwym szczęściarzem, całkowicie **bezpłatnie otrzyma Pan gotówkę w formie czeku- lub według Pana wyboru w innej formie***”
- „***Główna Wygrana***”,
- „*ASTRA PLUS-GŁÓWNA NAGRODA 50.000 ZŁ*”,
- „*(...) dyrektor ds. finansowych potwierdza uprawnionemu zwycięzcy (...), że pełnomocnictwo niniejsze uprawnia go **do otrzymania od Działu d/s Wydawania Nagród jego nagrody głównej (...)***”,
- „***Wydanie nagrody głównej***”,
- „*Kopia dokumentu jako zawiadomienie dla zwycięzcy*”,
- „*Dotyczy przyznania nagrody 13 lutego 2006 r.*”,
- „*Komisja Konkursowa oświadcza niniejszym, że Pan (...) został **uznany zwycięzcą. To oznacza: już teraz jedna z nagród należy do Pana:***

Nagroda nr 1: Roczna nagroda główna o wartości 50.000zł

Nagroda nr 2: Nagroda główna noworoczna o wartości 30.000zł

Nagroda nr 3: Nagrody główne-premie noworoczne o wartości 20.000zł”.

Dokumenty przesyłane do konsumentów przez Stronę postępowania od czerwca 2006 r. w ramach konkursu pod nazwą „Nagrody dla najlepszych” również spełniają opisane kryteria deliktu, o którym mowa w art. 17b *uznk*:

- „***Świadectwo Przyznania Gwarantowanej Premii 6/2006/PG***”;

- „**OFICJALNIE ZATWIERDZONE**”;
- „**BARDZO PILNA KORESPONDENCJA Dla odbiorcy Gwarantowanej Premii**”;
- „**To oznacza: już teraz jedna z nagród należy do niej:**
 - *Premia Gwarantowana: przyznawana w ramach puli o wartości 50.000zł*
 - *Nagroda Główna: przyznawana w ramach puli o wartości 30.000zł*
 - *Nagroda pocieszenia: przyznawana w ramach puli o wartości 15.000zł*”.

Wszystkie użyte przez Stronę postępowania środki w postaci zwrotów, szaty graficznej (m.in. specyficzna ornamentacja, wyeksponowanie dużą czcionką koloru czerwonego kwoty 50.000 zł i tzw. kodu przyznania) i stylizacji ofert na korespondencję urzędową, oficjalną mają na celu wywołanie u konsumenta wrażenia, że jest zwycięzcą, a jego nagroda w postaci wysokiej sumy pieniężnej należy już do niego. Wystarczy, że odeśle tylko tzw. dokumenty uczestnictwa wraz ze złożonym zamówieniem na towar z dołączonego katalogu. Wszystkie zastosowane przez Stronę postępowania zabiegi powodują, iż konsument zapoznając się z przedmiotową ofertą, z której treści wynika, że otrzymał wartościową wygraną, działając pod wpływem silnych emocji wywołanych właśnie użytymi środkami, traci czujność i przestaje zachowywać się racjonalnie. Skutkiem czego jest złożenie zamówienia na towar, który może okazać się mu zupełnie zbędny, i którego nie kupiłby działając w „normalnych” warunkach.

W tym miejscu należy jeszcze podkreślić, że przedsiębiorca kierując do konsumentów imiennie zaadresowane oferty, w których informuje ich o wygraniu nagrody, w rzeczywistości prowadzi w ten sposób strategię sprzedaży i kładzie nacisk na samą promocję, stwarzając wrażenie, że zakup lub wpłata są niejako jedynie warunkiem formalnym otrzymania nagrody. *De facto* celem tak zredagowanej oferty jest sprzedaż towaru lub usługi, gdyż to ona jest źródłem korzyści organizatora promocji, nie zaś konkurs i przewidziane w nim „nagrody”. (zob. K. Korus, Komentarz do art. 17b ustawy o zwalczania nieuczciwej konkurencji, Sopot 2002).

W przedmiotowej sprawie działania Strony postępowania spełniają powyżej opisane warunki. Mimo zapewnień Strony postępowania, iż warunkiem udziału w zorganizowanych przez nią konkursach nie jest dokonanie zakupu oferowanych towarów, to treść oraz szata graficzna ofert wysyłanych przez Stronę postępowania do konsumentów, poprzez użycie ww. środków wyraźnie wskazuje odbiorcy oferty, że warunkiem formalnym odbioru nagrody,

obok udzielenia odpowiedzi na pytania konkursowe, jest złożenie zamówienia na oferowany towar. Potwierdzają to zwroty użyte w treści dokumentów przesyłanych przez Stronę postępowania do konsumentów: nazwa dokumentu zgłoszeniowego: „*Kupon-Zamówienia-Uczestnictwa*”, zawierającego napis następującej treści: „*Przypominamy o minimalnej wartości zamówienia wynoszącej 80zł*”; dokumentów, które należy odesłać: druku „*Oficjalnego Potwierdzenia*” oraz druku „*Oficjalnego Uznania Ważności*” wraz z wypełnionym „*Kuponem Zamówienia-Uczestnictwa*”; wyrażenie umieszczone na kopercie zwrotnej: „*Proszę zaznaczyć krzyżykiem. W ten sposób możecie Państwo sprawdzić, czy niczego nie zapomnieliście: Dokumenty uczestnictwa, Wypełnione zamówienie*”.

Mówiąc o czynie nieuczciwej konkurencji zdefiniowanym w art. 17b *uznk*, należy wspomnieć o kryterium szczególnym nadającym mu kwalifikowany charakter, które zostało umieszczone w ustępie 2 art. 17b *uznk*. Z wypełnieniem tejże dodatkowej przesłanki mamy do czynienia w przypadku, gdy wysyłane przez przedsiębiorcę do konsumentów imiennie oznaczone dokumenty, mają oficjalny charakter. Podstawą przypisania pismu (ofercie) oficjalnego charakteru jest użycie przez przedsiębiorcę w treści tegoż dokumentu specyficznych zwrotów (poprzez zatytułowanie „*oficjalne zawiadomienie*” czy „*certyfikat*”, wystawienie go przez „*Komisję Losującą*”), elementów graficznych (np. opatrzenie dokumentu pieczęciami i podpisami dyrektorów, czy prezesów zarządu, odpowiednia stylizacja graficzna całego dokumentu itp.), powołanie się w treści oferty na komisyjnie przeprowadzone losowanie nagród, czasem twierdzenie, że losowanie odbyło się pod nadzorem osób publicznego zaufania, np. notariusza. Zastosowanie tego rodzaju środków przez przedsiębiorcę ma za zadanie nadać ofercie cech oficjalności, rzetelności i wiarygodności, a przez to wywołać w odbiorcy wrażenie ważności takiego dokumentu.

Oferty wysyłane przez Stronę postępowania w okresie od stycznia 2005 r. do maja 2006 r. spełniają powyższą przesłankę poprzez zawarcie w nich zwrotów następującej treści:

- „**Oficjalny Dokument Żądania Wygranej**”,
- „*Osobisty numer super- nagrody*”,
- „*Oficjalne zawiadomienie przesłane do: zwycięzcy nagrody głównej*”,
- „*Protokół zwycięzców: 9/2005*”,
- „**Poufny wynik** wyłaniania zwycięzców” ,
- „**Poufne kopia dla klienta**”,
- „*Niniejsze zawiadomienie, Panie (...), jest naprawdę Pana NIEPOWTARZALNĄ MOŻLIWOŚCIĄ na otrzymanie już przez Pana wygranej nagrody konkursowej...*” ,
- „*Poufny wynik wyłaniania zwycięzców*”,

- **„Komisja konkursowa ASTRA PLUS”,**
- **„OFICJALNE PEŁNOMOCNICTWO”,**

Jednocześnie przekazane przez Stronę postępowania dokumenty wysyłane do konsumentów od czerwca 2006 r. również zawierają zwroty skutkujące nadaniem tym dokumentom oficjalnego, urzędowego charakteru:

- **„OFICJALNA WIADOMOŚĆ Z BIURA PREMII GWARANTOWANEJ”;**
- **„OFICJALNIE ZATWIERDZONE”;**
- **„BARDZO PILNA KORESPONDENCJA Dla odbiorcy Gwarantowanej Premii”;**
- **„(...) wspaniałe zawiadomienie o przyznaniu Gwarantowanej Premii w naszej akcji promocyjnej prowadzonej w ramach konkursu ”Nagrody dla najlepszych””;**
- **„Składam Pani moje najszczerze gratulacje i potwierdzam, iż z JEST PANI NASZYM WYBRANYM KLIENTEM!!! OTRZYMA PANI GWARANTOWANĄ PREMIĘ (...)”;**
- **„OFICJALNE POTWIERDZENIE”;**
- **„BIURO PRZYZNAWANIA PREMII”;**
- **„OFICJALNE UZNANIE WAŻNOŚCI”;**

Ponadto zwroty umieszczone na kopercie zwrotnej, w której należy odesłać wymagane przez organizatora konkursu – loterii promocyjnej (Stronę postępowania) dokumenty wraz z *„Kuponem Zamówienia-Uczestnictwa”*, dodatkowo potęgują wrażenie istotności i wyjątkowości tejże korespondencji:

- **„UWAGA: Opracować w pierwszej kolejności”**,
- **„Zawiera ważne dokumenty”**.

Dodatkowo wyraźnie wskazują konsumentowi jakie dokumenty powinien odesłać, aby jego zgłoszenie było ważne i mógł otrzymać przeznaczoną dla niego nagrodę: *„Proszę zaznaczyć krzyżykiem. W ten sposób możecie Państwo sprawdzić, czy niczego nie zapomnieliście: Dokumenty uczestnictwa, Wypełnione zamówienie”*.

Jednocześnie należy dodać, że podstawowym celem wprowadzenia przepisu z art. 17b *uznk* jest ochrona konsumenta przed oszukańczą praktyką handlową. Z praktyki Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wynika, że ufając złudnym zapewnieniom o wygranej konsumenci są gotowi nie tylko dokonać zakupu niepotrzebnego im towaru lub usługi, lecz nawet nabyć je po znacznie zawyżonej cenie, tylko dlatego, że ich „nagroda jest już w zasięgu ich ręki”. Analogiczne stanowisko przyjął ustawodawca w uzasadnieniu wprowadzonej regulacji prawnej – „*Od kilku lat mamy do czynienia z nadużyciami marketingowymi w zakresie loterii promocyjnych. Pewna grupa przedsiębiorców prowadzących taką działalność, formułuje swoje oferty w sposób oszukańczy, mający konsumentów gwarancją*”

pewnej wygranej dużych sum, jeżeli konsumenci zakupią określone towary lub wpłacą określoną kwotę pieniężną. W wyżej wymienionych praktykach marketingowych często są wykorzystywane elementy psychologiczne (zwroty osobiste, imienne) w celu zwiększenia oddziaływania na emocje konsumenta i osiągnięcie zamierzonego efektu. Z doświadczeń UOKiK wynika, że bardzo duża grupa konsumentów jest podatna na takie oferty, wierzy w zapewnienia o wygranej i dokonuje niekorzystnych rozporządzeń swoim mieniem” (zob. Uzasadnienie rządowego projektu ustawy nowelizacyjnej, Druk Sejmu IV kadencji NR 375).

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności, należy stwierdzić, iż działania Strony postępowania polegające na: formułowaniu ofert w zakresie loterii promocyjnej w sposób stwarzający konsumentowi – niezależnie od wyniku losowania czy jego wiedzy – pewność wygranej, jeżeli konsument złoży zamówienie na towar, wypełniają znamiona czynu nieuczciwej konkurencji zdefiniowanego w art. 17 b *uznk*. Tym samym przesłanka bezprawności została spełniona.

Ad 3.

Przepisy *uokik* nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia z takim interesem, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta tego przedsiębiorcy, czyli gdy są powszechne. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej grupy konsumentów, którzy mogli stać się odbiorcami przesyłanych przez Stronę postępowania dokumentów o oficjalnym charakterze, zawierających informację o wygranej pieniężnej.

Skutkiem zastosowania przez Stronę postępowania w treści ofert kierowanych do konsumentów wyżej opisanych technik jest złożenie przez konsumenta zamówienia na towar, który może okazać się mu zupełnie zbędny, i którego nie kupiłby działając w normalnych warunkach, co może prowadzić do naruszenia interesów ekonomicznych konsumenta, poprzez niekorzystne dla niego rozporządzenie swoim mieniem.

Powyższy fakt decyduje o tym, iż trzecia przesłanka została spełniona.

Wobec łącznego spełnienia wszystkich trzech przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 23a *uokik*, Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji.

W świetle powyższego, należy stwierdzić, że w niniejszej sprawie praktyki Strony postępowania naruszają zbiorowy interes konsumentów i tym samym zasadne było podjęcie działań przewidzianych w ustawie dla zapewnienia ochrony konsumentów.

Wobec powyższego orzeka się jak w pkt I sentencji.

Zgodnie z art. 23c ust. 2 ustawy o ochronie (...), w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Uwzględniając powyższe uprawnienia, Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na Stronę postępowania obowiązku poinformowania ogółu konsumentów, że stosowane przez nią działania były niezgodne z prawem.

Nałożenie na Stronę postępowania takiego obowiązku jest zasadne, gdyż tylko w ten sposób można usunąć skutki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt II sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r., Nr 244, poz. 2080 ze zm.) w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 ze zm.), od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

*z up. PREZESA
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
DYREKTOR
Departamentu Polityki Konsumenckiej
Joanna Wrona*

Otrzymuje:

Peter Lucenic „ASTRA PLUS”

ul. Graniczna 19

81-626 Gdynia

Małgorzata Raubo

Adwokat

z Kancelarii Adwokackiej

ul. Abrahama 10/6

81-352 Gdynia