



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I  
KONSUMENTÓW**

**DELEGATURA w ŁODZI**

Aleja Piłsudskiego 8

90-051 Łódź, P - 73

Tel. (0-42) 636-36-89, Fax (0-42) 636-07-12

E-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO/61-13/05/PJ

Łódź, dnia 22 kwietnia 2005 r.

**DECYZJA Nr RŁO 13/2005**

Na podstawie art. 23e ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t. j. Dz. U. z 2003 r., nr 86, poz. 804; Nr 170, poz. 1652; Dz. U. z 2004 r. Nr 93, poz. 891; Nr 96, poz. 959) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. nr 18 poz. 172; Dz. U. z 2003 r. Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Iwonie Słoka-Głowik zamieszkałej w Kielcach przy ul. Okrzei 19/23 m 31 oraz Janinie Nogajczyk zamieszkałej w Kielcach przy ul. Szkolnej 37 m 63 prowadzącym w Kielcach przy ul. Sienkiewicza 30/3 Szkołę Języków Obcych „Euroschool”.

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a ust. 1 w. w. ustawy, bezprawne, godzące w interesy konsumentów działanie przedsiębiorców polegające na:

stosowaniu przez Iwonę Słokę-Głowik zamieszkałą w Kielcach przy ul. Okrzei 19/23 m. 31 oraz Janinę Nogajczyk zamieszkałą w Kielcach przy ul. Szkolnej 37 m. 63 prowadzącym Szkołę Języków Obcych „Euroschool” w Kielcach reklamy wprowadzającej w błąd polegającej na zamieszczeniu w reklamie prasowej zamieszczonej w gazecie Słowo Ludu - dodatku „Słowo o szkole” informacji, iż prowadzona przez nie Szkoła Języków Obcych „Euroschool” jest jedną z najlepszych w Kielcach w rankingu Newsweek Polska 2004 i **stwierdza zaniechanie ich stosowania** z dniem 10 lutego 2005 r.

**Uzasadnienie**

I. W dniu 31 stycznia 2005 r. do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi wpłynęła skarga konsumentencka dotycząca treści reklamy stosowanej przez Szkołę Języków Obcych „Euroschool”. Analiza skargi pozwoliła przyjąć, że nastąpiło naruszenie art. 23 a ustawy o ochronie (...). W związku z powyższym, Prezes

Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 23 lutego 2005 r. wszczął postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu przez Iwonę Słokę-Głowik zamieszkałą w Kielcach przy ul. Okrzei 19/23 m 31 oraz Janinę Nogajczyk zamieszkałą w Kielcach przy ul. Szkolnej 37 m. 63 prowadzącym Szkołę Języków Obcych „Euroschool” w Kielcach reklamy wprowadzającej w błąd polegającej na zamieszczeniu w reklamie prasowej zamieszczonej w gazecie Słowo Ludu - dodatku „Słowo o szkole” informacji, iż prowadzona przez nie Szkoła Języków Obcych „Euroschool” jest jedną z najlepszych w Kielcach w rankingu Newsweek Polska 2004.

Odpowiadając na postawiony zarzut Janina Nogajczyk i Iwona Słoka-Głowik (zwane dalej Wspólniczkami) oświadczyły, w piśmie z dnia 10 marca 2005 r., iż zajęcie przez prowadzoną przez nie szkołę jedenastego miejsca w rankingu było sukcesem, gdyż w Kielcach działa kilkadziesiąt szkół językowych, a Szkoła Języków Obcych „Euroschool” działała na rynku dopiero od roku. Wspólniczki oświadczyły ponadto, że w przypadku uznania treści reklamy za nadinterpretację wyników rankingu, dołożą one większej staranności w formułowaniu kolejnych reklam (dowód: pismo Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 14-15). Wspólniczki oświadczyły, że kwestionowana reklama została zamieszczona dwukrotnie w gazecie „Słowo Ludu”: w dniu 27 stycznia i 10 lutego 2005 r. (dowód: pismo Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 14-15, załączniki do pisma Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 18-21).

## II. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Iwona Słoka-Głowik zamieszkała w Kielcach przy ul. Okrzei 19/23 m. 31 jest wpisana do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Kielce pod nr 20087/01/U (dowód: zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej; karta 17).

2. Janina Nogajczyk zamieszkała w Kielcach przy ul. Szkolnej 37 m. 63 jest wpisana do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Kielce pod nr 22059/03/U (dowód: zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej; karta 16).

3. Iwona Słoka-Głowik zamieszkała w Kielcach przy ul. Okrzei 19/23 m 31 oraz Janina Nogajczyk zamieszkała w Kielcach przy ul. Szkolnej 37 m. 63 prowadzą wspólnie działalność gospodarczą pod nazwą Szkoła Języków Obcych „Euroschool” (dowód: pismo Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 14-15).

4. Reklama będąca przedmiotem zarzutu została opublikowana w gazecie „Słowo Ludu – w dodatku „Słowo o szkole” dwukrotnie tj. dniu 27 stycznia i 10 lutego 2005 r. (dowód: pismo Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 14-15, załączniki do pisma Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 18-21).

5. Reklama zamieszczona w „Słowo Ludu – w dodatku „Słowo o szkole” zawiera informację, że szkoła „Euroschool” jest jedną z najlepszych szkół w Kielcach w rankingu Newsweek Polska 2004 (dowód: pismo Janiny Nogajczyk i Iwony Słoki-Głowik z dnia 10 marca 2005 r., karty 14-15).

6. W rankingu szkół językowych Newsweek Polska 2004 szkoła prowadzona przez Wspólniczkę zajęła jedenaste miejsce wśród trzynastu szkół objętych badaniem w Kielcach (Newsweek Polska z dnia 26 września 2004 r., nr 39/2004, karta 11).

7. Badanie szkół językowych przeprowadzone zostało na zlecenie Newsweek Polska przez Pracownię Badań Społecznych w Sopocie i mogły brać w nim udział wszystkie szkoły językowe działające na terenie następujących miast: Łodzi, Płocka, Białegostoku, Bydgoszczy, Trójmiasta (Gdańsk, Gdynia, Sopot), Aglomeracji Śląskiej (Katowice, Gliwice, Zabrze), Kielc, Krakowa, Lublina, Olsztyna, Opola, Rzeszowa, Szczecina, Torunia, Warszawy, Zielonej Góry, Gorzowa Wielkopolskiego, Wrocławia, Poznania, które działają na rynku dłużej niż rok, zatrudniają co najmniej 3 lektorów i prowadzą kursy dla indywidualnych klientów. Udział w badaniu miał charakter dobrowolny (Pismo Axel Springer Polska Sp. z o.o. z dnia 8 marca 2005 r. wraz z załącznikami, karty 22-37).

III. Oceniając przedstawiony stan faktyczny i prawny organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie (...) przesłankami zaistnienia zakazanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest:

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

Ad. 1

Jak zostało wykazane powyżej, Iwona Słoka-Głowik oraz Janina Nogajczyk są wpisane do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Kielce. Przedmiotem Ich działalności jest między innymi nauczanie języków obcych. Wspólniczki są więc przedsiębiorcami w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...).

Ad. 2

Bezprawność to sprzeczność zachowania z przepisami prawa zawartymi w różnych jego gałęziach oraz z zasadami współżycia społecznego. Chodzi więc o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym jako całością. Istotnym jest również fakt, iż bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Art. 23a ust. 2 ustawy o ochronie (...) zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Wśród praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wymienił nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę. Zakaz stosowania reklamy wprowadzającej w błąd zawarty został w przepisach ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. 1993 r. Nr 47, poz. 211 ze zm.). Art. 16 ust. 1 pkt 2 ww. ustawy wskazuje, iż czynem nieuczciwej konkurencji jest reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi.

Analiza przedstawionego powyżej stanu faktycznego pozwala na przyjęcie, że stosowana przez Wspólniczkę reklama prasowa może wprowadzać w błąd konsumentów.

W rankingu sklasyfikowano 13 szkół z Kielc. Szkoła prowadzona przez Wspólniczki zajęła w nim jedenaste miejsce. W związku z tym, treść informacji zawartej na reklamie nie jest prawdziwa. Trudno bowiem przyjąć, że zajęcie jedenastego miejsca pozwala na uznanie, iż szkoła ta jest jedną z najlepszych.

Za stanowiskiem takim przemawia również osiągnięty przez szkołę wynik punktowy. W ankiecie można było uzyskać maksymalnie 108 punktów. Najlepsza ze szkół uzyskała 99 punktów. Najwyższy wynik osiągnięty przez szkołę z Kielc wyniósł 93 punkty (Newsweek Polska z dnia 26 września 2004 r., nr 39/2004, karta 11). Szkoła „Euroschol” otrzymała w ankiecie 53 punkty (Newsweek Polska z dnia 26 września 2004 r., nr 39/2004, karta 11). Jest to zatem niespełna połowa punktów możliwych do osiągnięcia w rankingu i liczba zdecydowanie niższa od wyników uzyskanych przez pierwszą piątkę szkół z Kielc – szkoła sklasyfikowana na piątym miejscu otrzymała 76 punktów (Newsweek Polska z dnia 26 września 2004 r., nr 39/2004, karta 11).

Za taką oceną treści reklamy przemawia również formuła przeprowadzonego badania. Zgodnie z treścią „Zasad realizacji badania” (karty 23 – 25) udział w rankingu był dobrowolny. Co więcej mogły w nim wziąć udział wszystkie szkoły językowe działające na terenie: Łodzi, Płocka, Białegostoku, Bydgoszczy, Trójmiasta (Gdańsk, Gdynia, Sopot), Aglomeracji Śląskiej (Katowice, Gliwice, Zabrze), Kielc, Krakowa, Lublina, Olsztyna, Opola, Rzeszowa, Szczecina, Torunia, Warszawy, Zielonej Góry, Gorzowa Wielkopolskiego, Wrocławia, Poznania, które działają na rynku dłużej niż rok, zatrudniają co najmniej 3 lektorów i prowadzą kursy dla indywidualnych klientów. Nie można zatem przyjąć, że sam fakt objęcia badaniem mógł być dla Wspólniczek przesłanką do uznania, iż szkoła ta została przez sam fakt objęcia zdaniem, uznana za jedną z najlepszych.

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności należy stwierdzić, iż reklama stosowna przez Iwonę Słokę-Głowik oraz Janinę Nogajczyk może wprowadzać w błąd konsumentów co do pozycji rynkowej szkoły prowadzonej przez Wspólniczki i prowadzić do zawarcia przez nich umowy ze szkołą „Euroschol”. Tym samym przesłanka bezprawności została spełniona.

### Ad. 3

Przepisy ustawy o ochronie (...) 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 godzeniem w prawa nieograniczonej grupy konsumentów, którzy będąc czytelnikami dziennika „Słowo Ludu” mogli zapoznać się z treścią reklamy szkoły prowadzonej przez Iwonę Słokę-Głowik oraz Janinę Nogajczyk. Powyższy fakt decyduje o tym, iż trzecia przesłanka została spełniona.

Jak zostało wskazane powyżej, Wspólniczki w piśmie z dnia 12 marca 2005 r. oświadczyły, iż reklama będąca przedmiotem zarzutu została opublikowana dwukrotnie tj. dniu 27 stycznia i 10 lutego 2005 r. W celu udowodnienia złożonego oświadczenia Wspólniczki przedstawiły dowody w postaci faktur za opublikowanie reklamy w dzienniku

„Słowo Ludu”. Mając na uwadze powyższe wyjaśnienia oraz przedstawione dowody Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowanej praktyki z dniem 10 lutego 2005 r.

Wobec łącznego spełnienia wszystkich trzech przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie (...) oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie jej stosowania wskazanych w art. 23e ustawy o ochronie (...) organ antymonopolowy orzekł jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie (...) w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury w Łodzi.

Z upoważnienia

Prezesa Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury w Łodzi

Iwona BIELSKA

Otrzymuje:

**Iwona Słoka-Głowik**

Ul. Okrzei 19/23 m 31

25-525 Kielce

**Janina Nogajczyk**

Ul. Szkolna 37 m 63

25-604 Kielce

