



**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/61-30/05/TD

Łódź, dnia 31 stycznia 2006 r.

DECYZJA Nr RŁO 2/2006

Na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t. j. Dz. U. z 2005 r., Nr 244, poz. 2080) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r., Nr 18, poz. 172, zm.: Dz. U. z 2003 r. Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Małgorzacie Morzyszek zamieszkałej w Łodzi, prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą „Żak” Centrum Nauki i Biznesu z w Łodzi

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 2 wyżej wymienionej ustawy, działanie Małgorzaty Morzyszek polegające na stosowaniu reklamy wprowadzającej w błąd konsumentów poprzez zamieszczanie w ogłoszeniu prasowym informacji: „czesne 0 zł”, „semestr gratis”, co stanowi naruszenie art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zm.)

i nakazuje się zaniechania jej stosowania.

Uzasadnienie

Delegatura Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi uzyskała wstępne informacje dotyczące sposobu reklamowania usług edukacyjnych przez Małgorzatę Morzyszek zamieszkałą w Łodzi, prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą „Żak” Centrum Nauki i Biznesu w Łodzi (zwana także dalej: „Strona”) w trakcie prowadzonej z urzędu kontroli przestrzegania praw konsumentów na lokalnym rynku usług edukacyjnych w szkołach niepublicznych. Analiza treści ogłoszeń prasowych (dodatek łódzki *Gazety Wyborczej* z dnia 25 sierpnia 2005 r.), a także dokumentów dotyczących cen usług, warunków płatności oraz warunków promocji, przedstawionych przez Stronę w toku postępowania wyjaśniającego, dała podstawę do przyjęcia, iż w niniejszej sprawie doszło do naruszenia przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej zwana: „ustawa o okik”). Ustalono bowiem, że treść: „czesne 0 zł” oraz „semestr gratis” identyfikuje promocje, które dotyczą w rzeczywistości tylko niektórych szkół

i kierunków prowadzonych przez Stronę w miastach: Łódź, Bełchatów, Kutno, Tomaszów Mazowiecki, Sieradz, Zduńska Wola.

W związku z powyższym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej zwany: „Prezes Urzędu”) wszczął z urzędu postanowieniem nr 1/61-30/05 z dnia 6 października 2005 r. postępowanie w sprawie stosowania przez Małgorzatę Morzyszek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu reklamy wprowadzającej w błąd konsumentów poprzez zamieszczenie w ogłoszeniu prasowym informacji: „czesne 0 zł”, „semestr gratis”, co może stanowić naruszenie art. 23a ustawy oikik, o czym zawiadomił Stronę pismem z dnia 6 października 2005 r. (dowód: karta 2). W związku z nieskutecznością pocztowego doręczenia zawiadomienia o wszczęciu postępowania (dowód: karta 238), Strona osobiście podjęła wyżej wymienione pisma w siedzibie Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi w dniu 10 listopada 2005 r., kwitując odbiór na oryginałach pism (dowód: karty 1-4).

W odpowiedzi Małgorzata Morzyszek w piśmie z dnia 22 listopada 2005 r. (dowód: karta 247-249) przyznała, że treść ogłoszenia prasowego zawierająca informacje o promocjach: „czesne 0 zł”, „semestr gratis” została niefortunnie sformułowana i powinna precyzyjnie określać, których kierunków i szkół powyższe promocje dotyczą. Strona podnosi jednak, że pomimo nieprecyzyjności informacji, osoby zainteresowane mogły zweryfikować treść tego ogłoszenia kontaktując się z siedzibą „Żak” Centrum Nauki i Biznesu lub zapoznając się z informacjami zamieszczonym w Internecie. Ponadto Strona stwierdza, że od dnia 1 listopada emisje ogłoszeń zawierających powyższe sformułowania zostały całkowicie wstrzymane. Wznowienie ogłoszeń w gazetach ukazujących się na terenie województwa łódzkiego planowane było na początek miesiąca grudnia 2005 r. według wzoru zamieszczonego w załączniku do pisma. Treść nowego ogłoszenia zawiera informację: „semestr gratis dla LO, administracji i turystyki”. Strona nie przedstawiła jednak informacji o obowiązujących obecnie warunkach promocji stosownie do zmienionej treści ogłoszenia prasowego. Ponadto Strona przedstawiła kopie stron z gazet: „Nowiny”, „Dziennik Polski”, „Gazeta Krakowska”, „Dziennik Zachodni”, których wydania ukazały się w miesiącach wrzesień i październik w 2005 r. Ogłoszenia zamieszczone w tych wydaniach zawierały, zależnie od tytułu, treści: „semestr gratis dla administracji - na pozostałych kierunkach rabat 50%”, „semestr gratis dla LO, hotelarstwa i administracji - na pozostałych kierunkach rabat 50%”, „semestr gratis dla LO, administracji i turystyki - na pozostałych kierunkach rabat 50%” (dowód: karty 250-322).

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Małgorzata Morzyszek prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą „Żak” Centrum Nauki i Biznesu z siedzibą w Łodzi na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Urząd Miasta Łodzi - Delegatura Widzew pod numerem 44270. Miejscem wykonywania działalności gospodarczej są między innymi miasta: Łódź, Bełchatów, Tomaszów Mazowiecki, Sieradz, Kutno, Zduńska Wola (dowód: karty 10-12).

Małgorzata Morzyszek jest osobą prowadzącą szkoły ponadgimnazjalne, licealne oraz policealne na podstawie wpisów do ewidencji szkół niepublicznych prowadzonych przez upoważnione organy administracji samorządowej w miastach, w których Strona ustanowiła swoje oddziały (dowód: karty 10-96).

Kształcenie w szkołach prowadzonych przez Małgorzatę Morzyszek odbywa się w cyklu półtorarocznym lub dwuletnim (szkoły policealne) oraz trzyletnim (technika, licea). (dowód: karty 13-96)

Usługi edukacyjne świadczone przez Stronę są odpłatne (dowód: karta 97-98).

Zasady promocji, w tym promocji cenowych określają: zestawienie promocji i wysokości czesnego dla poszczególnych kierunków w szkołach prowadzonych w miastach: Łódź, Bełchatów, Tomaszów Mazowiecki, Sieradz, Kutno, Zduńska Wola, a także pozostałe informacje przedłożone przez Stronę, a pochodzące ze źródeł internetowych. (dowód: karty 97-98 oraz 234-237)

Ogłoszenie prasowe będące przedmiotem oceny zawiera informacje: „czesne 0 zł” i „semestr gratis” i było publikowane w okresie od maja do października 2005 r. w gazetach: „Express Ilustrowany”, „Dziennik Łódzki”, „Gazeta Wyborcza”, a także „Nasz Tygodnik” (Sieradz), „Nasz Tygodnik” (Zduńska Wola), „Gazeta Bełchatowska”, „TIT”, „Powiatowe Życie Kutna”. Ogłoszenie wymienia również będące w ofercie kierunki kształcenia oraz miasta z województwa łódzkiego, w których znajdują się siedziby prowadzonych przez Stronę szkół: Łódź, Bełchatów, Tomaszów Mazowiecki, Sieradz, Kutno, Zduńska Wola. Ponadto ogłoszenie podaje typy szkół prowadzonych przez Stronę: liceum ogólnokształcące, szkoła policealna, technikum budowlane, technikum samochodowe. (dowód: karty 99-216)

Informacja „czesne 0 zł” skierowana jest do słuchaczy zapisujących się na pierwszy semestr nauki i oznacza zwolnienie z opłaty czesnego w ciągu tego semestru. Promocja ta dotyczy wszystkich kierunków kształcenia w szkołach z siedzibą w Łodzi oraz kierunku administracja w szkole z siedzibą w Tomaszowie Mazowieckim. Prowadzone przez Stronę szkoły z siedzibami w pozostałych miastach nie oferowały tak określonych promocji przy naborze na prowadzone kierunki.

Informacja „semestr gratis” skierowana jest do słuchaczy zapisujących się na drugi, trzeci lub czwarty semestr do szkoły dwuletniej i oznacza zwolnienie z opłaty czesnego w ciągu semestru, od którego słuchacz rozpoczyna naukę w szkole prowadzonej przez Stronę

Oceniając przedstawiony stan faktyczny Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o okik przesłankami zaistnienia zakazanej 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 ustawy o okik określa przedsiębiorcę jako przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. - Prawo działalności gospodarczej. Ustawa Prawo działalności gospodarczej straciła moc z dniem wejścia w życie ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807 z późn. zm.) - dalej zwana: „ustawa o SDG” - 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). Przepis art. 86 tej ustawy 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 ustawy o SDG.

Art. 2 ustawy o SDG definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatacja 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 nie będąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 oraz ust. 2 ustawy SDG przedsiębiorca będący osobą fizyczną może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu wpisu do ewidencji działalności gospodarczej.

Małgorzata Morzyszek jest osobą fizyczną wpisaną do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Urząd Miasta Łodzi - Delegatura Widzew. Prowadzona działalność gospodarcza wykonywana jest w sposób zorganizowany i ciągły w ramach organizacyjnych prowadzonych przez Stronę szkół.

Wobec powyższego, należy stwierdzić, iż Małgorzata Morzyszek jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o okik.

Ad 2

Bezprawność to sprzeczność zachowania z przepisami prawa oraz z zasadami współżycia społecznego. Chodzi więc o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym jako całością. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przepis art. 23a ust. 2 ustawy o okik 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. z 1993 r. nr 47 poz. 211 z późn. zm.) - zwana dalej: „ustawa o ZNK”. Przepis art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy o ZNK 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.

Analizując treść reklamy prasowej rozpowszechnianej przez Małgorzatę Morzyszek, zawierających informację „czesne 0 zł”, Prezes Urzędu zwrócił uwagę na fakt, iż oferta ta oznacza zwolnienie z opłaty czesnego w ciągu pierwszego semestru nauki. Promocja ta dotyczy wszystkich kierunków kształcenia w szkołach z siedzibą w Łodzi oraz kierunku administracja w szkole z siedzibą w Tomaszowie Mazowieckim. Prowadzone przez Stronę szkoły z siedzibami w pozostałych miastach nie oferowały tak określonych promocji przy naborze na prowadzone kierunki, pomimo, że układ i treść ogłoszenia prasowego wyraźnie sugeruje, iż promocja dotyczy szkół we wszystkich wymienionych miastach. Reklamie takiej można zarzucić możliwość wprowadzenia w błąd co do istotnych warunków oferty świadczenia usług edukacyjnych. Odbiorcy reklamy mogą bowiem oceniając treść ogłoszenia dojść do wniosku, że w placówkach edukacyjnych prowadzonych przez Stronę czesne, niezależnie od kierunku i siedziby, przez cały okres kształcenia wynosi 0 zł. W wyroku z dnia 23 czerwca 2004 r. Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów sygn. akt XVII Ama 66/03, wskazał, iż „wprowadzenie w błąd polegać może na pominięciu

w reklamie istotnych dla konsumenta informacji lub zawarciu w reklamie sformułowań kłamliwych”. Mając na uwadze stan faktyczny Prezes Urzędu uznał, iż w niniejszym przypadku nastąpiło pominięcie istotnych dla konsumenta informacji w ten sposób, że nie wskazano, iż promocja „czesne 0 zł” odnosi się tylko do szkół mających siedzibę w Łodzi oraz do kierunku administracja w szkole prowadzonej w Tomaszowie Mazowieckim, a także, że trwa tylko przez pierwszy semestr.

Oceniając informację „semestr gratis” Prezes Urzędu podkreślił fakt, iż i w tym przypadku Strona ograniczyła zakres obowiązywania promocji wyłącznie do szkół kształcących w cyklu dwuletnim, a dodatkowo skierowana ona jest wyłącznie do słuchaczy rozpoczynających naukę od drugiego, trzeciego lub czwartego semestru. Informacja zawarta w ogłoszeniu prasowym nie wskazuje w żaden sposób na istnienie tych dodatkowych warunków. Tym samym konsument zapoznając się z jej treścią może nabrać uzasadnionego przekonania, że w każdym przypadku nie zapłaci za jeden semestr nauki. Nawet, gdyby włączyć w zakres obowiązywania promocji „semestr gratis” warunki proponowane w promocji „czesne 0 zł”, które w rzeczywistości oznaczają zwolnienie z opłat w pierwszym semestrze nauki, to tak zdefiniowany zakres mimo to nie obejmuje, wbrew sugestiom zawartym w ogłoszeniu, wszystkich potencjalnych słuchaczy wymienionych w ogłoszeniu szkół i kierunków.

Stanowisko ukształtowane w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (dalej zwany: „ETS”) domaga się wprowadzić od konsumenta rozsądku i uwagi (por. na przykład sprawa Prantl z 1984 r. - ETS 13.3.1984 r., 16/83, Zb. Orz. 1299), ale daje mu jednocześnie prawo do rzetelnej informacji, nie wprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia towaru czy usługi (por. na przykład sprawa GB-Inno-BM, ETS 13.12.1991 r., C-18/88, Zb. Orz. I-5941). ETS podkreśla wagę obowiązku udzielania konsumentom prawdziwej i pełnej informacji już na etapie promocji czy reklamy, w szczególności gdy dotyczy ona ceny, którą konsument musi zapłacić przedsiębiorcy za określony towar - jest to jeden z podstawowych obowiązków nałożonych na przedsiębiorcę z mocy regulacji ustawowych. Brak podawania rzetelnych, pełnych i prawdziwych informacji uniemożliwia konsumentom dokonanie swobodnej i rzeczowej oceny oferowanych na rynku towarów i usług, co może wprowadzać w błąd konsumentów. Wskazanie konsumentom możliwości weryfikacji przedstawianych informacji poprzez zamieszczenie w ogłoszeniu prasowym adresu pocztowego czy internetowego nie wyczerpuje zobowiązania Strony do udzielenia pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji. Prezes Urzędu zwrócił uwagę na fakt, iż przedmiotem kontroli dokonanej w toku niniejszego postępowania nie jest funkcjonowanie szkół prowadzonych przez Stronę, a jedynie treść reklam promujących te placówki. Fakt, że pracownicy tych szkół udzielają wszelkich informacji w przypadku bezpośredniego kontaktu z konsumentem, jest dla oceny tychże reklam całkowicie nieistotny.

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności należy stwierdzić, iż reklama stosowana przez Stronę może wprowadzać w błąd konsumentów co do rzeczywistej treści skierowanej do nich oferty. Skutkiem tego jest naruszenie interesów ekonomicznych konsumentów. Tym samym przesłanka bezprawności została spełniona.

Ad 3

Przepisy ustawy o okik 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 mogli zapoznać się z treścią ogłoszenia prasowego. Przemawia za tym fakt, iż zakwestionowana reklama prasowa publikowana była w okresie od maja do października 2005 r. w kilku gazetach codziennych w Łodzi i innych miastach. Konsumentom zapoznającym się z treścią tego ogłoszenia mogą nabrać uzasadnionego przekonania, że w każdej sytuacji mogą, bądź nie zapłacić za jeden semestr nauki, bądź korzystać bezpłatnie z usług świadczonych przez Stronę. Prowadzić to może do naruszenia ich interesów ekonomicznych w ten sposób, że zachęeni treścią reklamy podejmą czynności mające na celu kontakt ze szkołami prowadzonymi przez Stronę (np. przejazd do placówki, kontakt telefoniczny), a w skrajnych przypadkach zawrą umowę, na mocy której zobowiązani zostaną do ponoszenia kosztów nauki. 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 ustawy o okik, Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji.

Małgorzata Morzyszek oświadczyła, że zaprzestała publikowania ogłoszenia prasowego o zakwestionowanej przez Prezesa Urzędu treści. Przedstawiła ponadto, w dniu 22 listopada 2005 r., nowy wzór ogłoszenia oraz poinformowała, że jego emisja rozpocznie się wraz z początkiem grudnia 2005 r. Nowy wzór ogłoszenia przedstawia inny zakres oferowanych promocji w porównaniu z zakresem, jaki wynika z informacji zawartych w regulaminach promocji zebranych dotychczas w przedmiotowym postępowaniu. Strona nie przedstawiła informacji dokumentujących zasady obecnie obowiązujących promocji. Nie jest więc możliwe, oceniając zebrane w sprawie materiały dowodowe, ustalić, czy nowy wzór ogłoszenia, o zmodyfikowanej treści, nie narusza przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z art. 23e ust. 3 ustawy o okik ciężar udowodnienia zaprzestania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów spoczywa na przedsiębiorcy. Wobec powyższego Prezes Urzędu ocenił, że nie zostało uprawdopodobnione zaniechanie stosowania stwierdzonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, nakazał zatem zaniechania jej stosowania.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o okik w związku z art. 479²⁸ § 2 i § 3 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Łodzi.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Łodzi

Iwona Bielska

Otrzymuje:

Małgorzata Morzyszek
ul. Ćwiklińskiej 8 m 68
92-508 Łódź