



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Poznań, dnia 29 grudnia 2021 r.

RPZ.610.3.2021.KM

DECYZJA Nr RPZ 11/2021

- I. Na podstawie 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa w Poznaniu, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa w Poznaniu polegającą na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem „Umowy o warunkach odpłatności za studia w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa z siedzibą w Poznaniu” w ramach promocji „Dokończ to co zacząłeś”, że warunkiem zachowania prawa do bonifikaty określonej w regulaminie dotyczącym ww. promocji jest brak zaległości w opłatach za studia powyżej 100 zł oraz zaliczenie kolejnych semestrów studiów ze średnią ocen nie niższą niż 4,50, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), a tym samym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275)

i stwierdza się jej zaniechanie z dniem 30 września 2021 r.

- II. na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów nakłada na Wyższą Szkołę Bezpieczeństwa w Poznaniu środek usunięcia trwających skutków praktyki, o której mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji, poprzez:
1. zamieszczenie na stronie internetowej WSB w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa pod adresem: <https://www.wsb.net.pl/> komunikatu na następującej treści:

W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 29 grudnia 2021 r. informuje się, że Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa w Poznaniu stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem „Umowy o warunkach odpłatności za



studia w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa z siedzibą w Poznaniu” w ramach promocji „Dokończ to co zaczęłeś”, że warunkiem zachowania prawa do bonifikaty określonej w regulaminie dotyczącym ww. promocji jest brak zaległości w opłatach za studia powyżej 100 zł oraz zaliczenie kolejnych semestrów studiów ze średnią ocen nie niższą niż 4,50, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), a tym samym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275)

i zaniechała stosowania tej praktyki z dniem 30 września 2021 r.

Decyzja Prezesa Urzędu RPZ 11/2021 dostępna jest pod adresem www.uokik.gov.pl”.

Oświadczenie to Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa w Poznaniu opublikuje, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - na swój koszt, przy czym komunikat będzie spełniał następujące wymagania:

a) napisany będzie czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB#ffffff),

b) tekst powyższego oświadczenia będzie wyjustowany,

c) umieszczony zostanie w górnej części strony głównej domeny <https://bartekzukiewicz.pl> i na każdej innej stronie internetowej przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości, z możliwością zamknięcia informacji przez użytkownika,

d) czcionka powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, tekst umieszczony zostanie w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony,

e) fragment: „Decyzja Prezesa UOKiK nr RPZ 11/2021” będzie stanowić hipertączę prowadzące do strony internetowej: https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf,

f) oświadczenie będzie utrzymane przez okres 3 miesięcy od dnia jego opublikowania.

2. zamieszczenie na należącej do Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa w Poznaniu koncie na portalu społecznościowym Facebook: <https://www.facebook.com/komunikatu> o następującej treści:

W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 29 grudnia 2021 r. informuje się, że Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa w Poznaniu stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem „Umowy o warunkach odpłatności za studia w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa z siedzibą w Poznaniu” w ramach promocji „Dokończ to co zaczęłeś”, że warunkiem zachowania prawa do bonifikaty określonej w regulaminie dotyczącym ww. promocji jest brak zaległości w opłatach za studia powyżej 100 zł oraz zaliczenie kolejnych semestrów studiów ze średnią ocen nie niższą niż 4,50, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), a tym samym stanowi

praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) i zaniechała stosowania tej praktyki z dniem 30 września 2021 r.

Decyzja Prezesa Urzędu RPZ 11/2021 dostępna jest pod adresem www.uokik.gov.pl”.

Oświadczenie to Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa w Poznaniu opublikuje, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - na swój koszt, przy czym komunikat będzie spełniał następujące wymagania:

- a) napisany będzie standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanych portalach społecznościowych,*
 - b) fragment: „Decyzja Prezesa UOKiK nr RPZ 11/2021” będzie stanowić hipertączę prowadzącą do strony internetowej: https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf,*
 - c) do treści oświadczenia - na jego końcu - dodane zostaną znaczniki internetowe w formie poniższych hashtagów: „#WyższaSzkołaBezpieczeństwa, #WSB, #dokończtocozaczęłeś, #UOKiK, #decyzjaUOKiK,*
 - d) oświadczenie będzie utrzymane przez okres 3 miesięcy od dnia jego opublikowania.*
- III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Wyższą Szkołę Bezpieczeństwa w Poznaniu karę pieniężną w wysokości 61 479,00 zł (sześćdziesiąt jeden tysięcy czterysta siedemdziesiąt dziewięć złotych) płatną do budżetu państwa;
- IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanawia obciążyć Wyższą Szkołę Bezpieczeństwa w Poznaniu kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 8,90 zł oraz zobowiązać Wyższą Szkołę Bezpieczeństwa w Poznaniu do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

W związku z zawiadomieniem konsumenta, postanowieniem z 12 marca 2021 r. wszczęte zostało postępowanie wyjaśniające (RPZ.403.4.2021.KM) w celu wstępnego ustalenia, czy działania Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa w Poznaniu (dalej: Przedsiębiorca lub WSB), dotyczące promocji „Dokończ to co zacząłeś” mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275 - dalej: „u.o.k.k.”).

Analiza materiałów zgromadzonych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z 29 października 2021 r., postępowania w sprawie stosowania przez WSB praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3

u.o.k.k., polegającej na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem „Umowy o warunkach odpłatności za studia w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa z siedzibą w Poznaniu” w ramach promocji „Dokończ to co zacząłeś”, że warunkiem zachowania prawa do bonifikaty określonej w regulaminie dotyczącym ww. promocji jest brak zaległości w opłatach za studia powyżej 100 zł oraz zaliczenie kolejnych semestrów studiów ze średnią ocen nie niższą niż 4,50.

Przedsiębiorca zawiadomiony pismem z dnia 29 października 2021 r. o wszczęciu postępowania administracyjnego, nie ustosunkował się do stawianych mu zarzutów.

Pismem z dnia 20 grudnia 2021 r. WSB wskazała, że zrezygnowała z prowadzenia promocji Dokończ to co zacząłeś z dniem 30 września 2021 r.

Pismem z dnia 21 grudnia 2021 r. WSB została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w sprawie i poinformowana o możliwości zapoznania się z materiałem oraz złożenia dodatkowych wyjaśnień.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa w Poznaniu jest niepubliczną uczelnią zawodową wpisaną do rejestru uczelni niepublicznych i związków uczelni niepublicznych prowadzonego przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod nr 316 (dowód: wydruk z ewidencji uczelni niepublicznych k. 115 akt). WSB prowadzi działalność edukacyjną na poziomie studiów pierwszego oraz drugiego stopnia, a także prowadzi studia podyplomowe.

W toku postępowania wyjaśniającego ustalono, że promocja „Dokończ to co zacząłeś” (dalej: „Promocja”) trwała w 2020 i 2021 roku. Spółka zrezygnowała z ww. promocji z dniem 30 września 2021 r. (dowód: k. 124 akt adm.). Promocja przewidywała obniżkę czesnego o 70% i była skierowana do byłych studentów, którzy z różnych powodów byli zmuszeni zrezygnować/przerwać naukę w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa w Poznaniu. WSB informowała o Promocji poprzez komunikaty zamieszczane na swojej stronie internetowej, profilu szkoły na portalu: www.facebook.com, jak również telefonując do byłych studentów. Na stronie internetowej WSB widniał komunikat dotyczący oferty bonów edukacyjnych, w tym bonu dotyczącego promocji „Dokończ to co zacząłeś”. Na portalu facebook.com o promocji informowano w specjalnym poście.

Komunikat ze strony Internetowej WSB - www.wsb.net.pl (dowód: k. 118-120 akt adm.).

WYBIERZ ODPOWIEDNI DLA SIEBIE BON EDUKACYJNY

Bon edukacyjny
**SAM ZDECYDUJ KIEDY
NIE PŁACISZ!**

www.wsb.net.pl

Skorzystaj ze zniżki w opłatach za studia! Sam zdecyduj kiedy nie płacisz!

REGULAMIN BON EDUKACYJNY

Bon edukacyjny
**DOKOŃCZ TO,
CO ZACZĄŁEŚ!**

www.wsb.net.pl

Komunikat z portalu www.facebook.com (dowód: k. 121 akt adm.)

facebook Rejestracja

Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa
18 lutego 2020 · 🌐

Byłeś już naszym studentem? 😊 "Dokończ to co zacząłeś" 😊
Złóż wniosek o ponowne przyjęcie, wznowienie studiów w celu powtarzania ostatniego semestru lub wniosek o powtarzanie roku studiów. wraz z wydrukowanym bonem!

Termin składania wniosków razem z bonem mija 21 lutego. 🙌👥📢
Oczekujemy Waszego powrotu. Nie spoglądajcie za siebie, lecz wykorzystajcie sytuację. 🙌👥📢

#WyższaSzkołaBezpieczeństwa #Bon #OstatnieDni

ZACHOWAJ ENERGIĘ na oszczędności!
WYBIERZ BON EDUKACYJNY IDEALNY DLA SIEBIE!

👍👎 4 4 komentarze 1 udostępnienie

W zarządzeniu Rektora WSB w sprawie regulaminu bonu edukacyjnego „Dokończ to co zacząłeś”, wskazano, że: „w celu skorzystania z bonifikaty, należy złożyć w Dziekanacie Wydziału, odpowiedni wniosek o ponowne przyjęcie, wznowienie studiów w celu powtarzania ostatniego semestru studiów lub wniosek o powtarzanie roku studiów. Wniosek należy złożyć w terminie ... wraz w wydrukowanym ze strony Uczelni lub uzyskanym z innego źródła bonem edukacyjnym, stanowiącym załącznik do niniejszego zarządzenia”. W ww.

zarządzeniu wskazano, że takim osobom przysługuje zniżka w opłatach za studia w wysokości 70% i w konsekwencji student płaci jedynie 30% należnej opłaty za studia (dowód: zarządzenie z dnia 1 kwietnia 2020 r. - k. 54, 107 akt adm.). Student zainteresowany uzyskaniem bonifikaty składał wniosek o ponowne przyjęcie na studia w ramach promocji. W przypadku pozytywnego rozpatrzenia wniosku, wydawana była decyzja dziekana o przyjęciu na studia, a do studenta wysyłana była umowa do podpisu (w formie elektronicznej w związku z sytuacją związaną z Covid-19). Ze wskazanym zarządzeniem student mógł się zapoznać przed zawarciem umowy. Przy czym z treści tego zarządzenia (z żadnej jego wersji) nie wynikało, aby warunkiem zachowania prawa do bonifikaty był obowiązek zaliczenia kolejnych semestrów studiów ze średnią min. 4,50, ani brak zaległości w opłatach za studia powyżej 100 zł. Z powyższego zarządzenia wynikało jedynie że: „Zniżka, o której mowa w pkt. 1 i 2 udzielana jest na podstawie pisemnej decyzji administracyjnej Rektora, określająca szczegółowe warunki bonifikaty” (dowód: k. 54, 107 akt adm.).

Załącznik do Zarządzenia rektora nr 064/04/2020



Wskazane powyżej zarządzenie zmieniało się w czasie, w szczególności w zakresie wysokości przyznawanej bonifikaty, jednak nie zmieniało się postanowienie o treści „Zniżka, o której mowa w pkt. 1 i 2 udzielana jest na podstawie pisemnej decyzji administracyjnej Rektora, określająca szczegółowe warunki bonifikaty”¹.

W samej umowie nie było postanowień dotyczących przedmiotowej promocji. W umowach wskazywano pełną wysokość czesnego, tj. bez uwzględnienia bonifikaty. Dopiero z decyzji Rektora wynikała wysokość samej bonifikaty oraz to, że „warunkiem zachowania prawa do bonifikaty jest brak zaległości w opłatach powyżej 100 zł oraz zaliczenie kolejnych semestrów studiów w terminie zasadniczym ze średnią ocen nie niższą niż 4,50”.

¹ Wersje zarządzenia zmieniały się i w zarządzeniu z dnia 22 grudnia 2020 r. zniżka wynosiła 50%.

W ramach postępowania wyjaśniającego ustalono, że w roku akademickim 2019/2020 - 1739 osób uzyskało w WSB średnią ocen min. 4,50 co stanowiło 54% wszystkich studentów (licencjackich, magisterskich, podyplomowych), a w roku akademickim 2020/2021 - 1877 osób, co stanowiło 58% wszystkich studentów (licencjackich, magisterskich, podyplomowych) (dowód: k. 67, 75 akt adm.).

Ustalono również, że 89 osób zawarło umowę z WSB w ramach promocji „Dokończ to, co zacząłeś”. 45 z tych osób otrzymało decyzję Rektora datowaną na dzień późniejszy niż data zawartej umowy (dowód: k. 68-71 akt adm.).

W przypadku 12 osób data decyzji Rektora jest taka sama jak data podpisania umowy. Natomiast w przypadku 32 osób decyzja Rektora została wydana przed podpisaniem przez konsumentów umowy (dowód: k. 68-71 akt adm.).

WSB wyjaśniła również, że ostatecznie nie przyznano bonifikaty ze względu na niespełnienie warunków określonych w decyzji Rektora tj. braku zaległości w opłatach powyżej 100 zł - 11 osobom, a ze względu na niezaliczenie kolejnych semestrów studiów w terminie zasadniczym ze średnią ocen nie niższą niż 4,50 - 2 osobom. Dziesięć z jedenastu osób, którym ostatecznie nie przyznano bonifikaty ze względu na zaległości w opłatach za studia powyżej 100 zł, otrzymało decyzję Rektora po podpisaniu umowy, a jedna osoba w tym samym dniu. Spośród dwóch osób, które ostatecznie nie otrzymały bonifikaty ze względu na brak zaliczenia kolejnych semestrów studiów w terminie zasadniczym ze średnią nie niższą niż 4,50, jedna otrzymała decyzję Rektora po podpisaniu umowy, a jedna w tym samym dniu (dowód: k. 67,75 akt adm.).

W 2020 r. Przedsiębiorca osiągnął obrót w kwocie [usunięto] zł (dowód: k. 115-116 akt adm.).

Ocena prawna ustalonych faktów

Stosownie do art. 1 ust. 1 u.o.k.k., ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu grupy podmiotów- studentów, którzy z różnych przyczyn zrezygnowali w przeszłości z nauki w WSB. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Przedsiębiorcy, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Z uwagi na fakt, że praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów może być przypisana jedynie przedsiębiorcy, w pierwszej kolejności rozważenia wymaga, czy WSB posiada taki status na gruncie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jak

wynika z art. 4 ust. 1 u.o.k.k., ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2021r. poz. 162). Art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2021 r. poz. 478) stanowi, że uczelnia ma osobowość prawną.

W świetle ww. przepisów oraz ugruntowanego orzecznictwa sądowego usługi edukacyjne o charakterze zarobkowym świadczone przez szkołę wyższą są działalnością o charakterze użyteczności publicznej, a podmiot świadczący te usługi jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust.1 u.o.k.k. (tak np. wyroki SOKiK z dnia: 5 lutego 2003r. sygn. akt XVII Ama 36/02, 28 września 2005r. sygn. akt XVII Amc 18/05 i 12 grudnia 2005r. sygn. akt XVII Amc 80/2004, uchwała Sądu Najwyższego z dnia 3 lipca 2003r. sygn. akt III CZP 38/03, wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 kwietnia 2004r. sygn. akt III SK 22/04). W wyroku z dnia 6 lipca 2007r. sygn. akt VI ACa 295/2007 Sąd Apelacyjny w Warszawie wywiódł, że niepubliczna szkoła wyższa świadcząca odpłatnie usługi edukacyjne ma status przedsiębiorcy i nie stoi powyższemu na przeszkodzie przepis art. 106 Prawa o szkolnictwie wyższym przewidujący, że prowadzenie przez uczelnię działalności dydaktycznej, naukowej, badawczej, doświadczalnej, artystycznej, sportowej, diagnostycznej, rehabilitacyjnej lub leczniczej nie jest działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej. Sąd Apelacyjny wskazał, że za przedsiębiorcę w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uważa się (...) także m.in. osobę prawną organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, do której to szeroko rozumianej kategorii przedsiębiorców zaliczyć należy uczelnię niepubliczną. Niepubliczna szkoła wyższa organizuje i świadczy usługi edukacyjne, które ze względu na ich charakter i przydatność ukierunkowane są na zaspokajanie potrzeb społeczeństwa w zakresie edukacji. Są to więc, w ocenie Sądu Apelacyjnego, usługi o charakterze użyteczności publicznej (...). Niepubliczna szkoła wyższa prowadzi działalność w zakresie organizowania i świadczenia usług edukacyjnych odpłatnie, systematycznie, we własnym imieniu, na rachunek uczelni jako odrębnej osoby prawnej, zawodowo, w sposób zorganizowany i ciągły, przez uprawnionych pracowników uczelni, profesjonalnie, działalność ta podporządkowana jest regułom opłacalności i racjonalnego gospodarowania, co łącznie czyni szkołę uczestnikiem obrotu gospodarczego w określonym przedmiotowo zakresie.

Powyższe wywody były poczynione na gruncie nieobowiązującej już ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym, ale pozostają aktualne również w obecnym stanie prawnym.

Nie ulega tym samym wątpliwości, że WSB jako niepubliczna szkoła wyższa organizująca i świadcząca usługi edukacyjne na zasadzie odpłatności, które są usługami o charakterze użyteczności publicznej, jest przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k., zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji

(pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3), proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa lub dobrym obyczajem. Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Dla wystąpienia ww. przesłanki istotne jest zatem ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może przy tym polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanych przez przedsiębiorcę praktyk. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

W niniejszej sprawie skutkami działań WSB dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, którzy z różnych przyczyn zrezygnowali w przeszłości z nauki w tej szkole. W konsekwencji działania WSB mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

W omawianej sprawie naruszenie zbiorowego interesu konsumentów przejawia się w możliwości naruszenia pozaekonomicznych interesów konsumentów, tj. prawa do uzyskania prawdziwych informacji na etapie przedkontraktowym.

Nie ma zatem wątpliwości, że swoimi działaniami Przedsiębiorca naruszył zbiorowe interesy konsumentów.

2. Bezprawność - sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami

Art. 24 u.o.k.k. nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, ale powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. sygn. akt III SZP 3/06 wskazał, że za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 u.o.k.k. *można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta (...). Zachowania takie stanowią bowiem jednocześnie zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów.*

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK - z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/01).

Przedsiębiorcy zarzucono stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.k. polegającej na godzącym w zbiorowe interesy konsumentów bezprawnym działaniu, mającym postać nieuczciwej praktyki rynkowej.

Zgodnie z art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070 - dalej: „u.p.n.p.r.” lub „ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”), stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie) oraz każda forma działania przedsiębiorcy

(sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Niewątpliwie działania Przedsiębiorcy polegające na promocji usług związanych z nauką mieszczą się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 u.p.n.p.r., wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 ustawy.

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Zgodnie z art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r., pod pojęciem przeciętnego konsumenta rozumieć należy konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno się dokonywać z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.

Należy jednocześnie podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w u.p.n.p.r. jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: TSUE, Trybunał). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. W świetle orzecznictwa Trybunału, poziom

percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany .

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowana praktyka była skierowana do nieokreślonego z góry kręgu osób, wszyscy konsumenci, którzy z różnych przyczyn zrezygnowali w przeszłości z nauki w WSB. Z uwagi na powyższe, w niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta uznano osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zapoznaniu się z reklamami, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Należy przy tym podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument ma świadomość specyfiki języka reklamy, jego pewnej umowności, skłonności do przesady i konieczności odnoszenia się do reklam z racjonalnym dystansem. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy reklamowe w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje prawdziwe, w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W ocenie Prezesa Urzędu, adresatem reklam WSB nie jest konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy. Jest to więc osoba, która wie, że szczegółowe warunki promowanej powinny być zawarte w Regulaminie promocji.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zaniechanie WSB, polegające na nieinformowaniu konsumentów przed zawarciem „Umowy o warunkach odpłatności za studia w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa z siedzibą w Poznaniu”, że warunkiem zachowania prawa do bonifikaty w ramach promocji „Dokończ to co zacząłeś” jest brak zaległości w opłatach powyżej 100 zł oraz zaliczenie kolejnych semestrów studiów w terminie zasadniczym ze średnią ocen nie niższą niż 4,50, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, określoną w art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 u.p.n.p.r. Przepis ten stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Art. 6 ust. 3 pkt 1 ww. ustawy precyzuje, że wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Informacje powinny więc zostać przekazane konsumentowi w sposób umożliwiający ich zrozumienie i w czasie, który umożliwi konsumentowi podjęcie decyzji transakcyjnej. Z kolei z art. 6 ust. 4 pkt 3 wynika, że w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje uznaje się cenę uwzględniającą podatki lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informację o możliwości powstania takich dodatkowych

kosztów. Należy wskazać, że pełna i prawidłowa informacja na temat ceny i innych opłat wiążących się z zawarciem umowy ma ogromne znaczenie dla konsumenta. Niewątpliwie cena oprócz jakości usługi lub towaru stanowi najważniejszy element wpływający na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej transakcji.

W zawieranych z konsumentami, korzystającymi z przedmiotowej promocji, umowach wskazywano pełną wartość czesnego, która nie była pomniejszana o wysokość przyznanej bonifikaty. Co istotne jednak, z materiałów promocyjnych oraz z regulaminu bonu edukacyjnego wynikało, że student podejmujący naukę w ramach promocji „Dokończ to co zacząłeś” może liczyć na automatyczną i bezzwrotną bonifikatę uzależnioną jedynie od złożenia wniosku o ponowne przyjęcie na studia. W żadnych materiałach promocyjnych nie było nawet sugestii, że bezzwrotny charakter bonifikaty uzależniony jest od spełnienia określonych warunków. Dopiero z decyzji Rektora wynikały dodatkowe warunki, konieczne do spełnienia celem utrzymania przyznanej bonifikaty, tj. brak zaległości w opłatach oraz odpowiednia, wysoka średnia ocen. Co istotne, aż 45 osób z 89 osób (czyli ponad 50%), które zawarły umowy z WSB w ramach przedmiotowej promocji otrzymały decyzję Rektora po podpisaniu umowy, a kolejne 12 w tym samym dniu, co pozostawia wątpliwość, czy mogły się z nią wcześniej zapoznać.

Należy podkreślić, że pełna informacja o cenie nauki, w tym warunkach jej ustalenia w takiej lub innej wysokości, powinna być podana studentowi w sposób jasny, jednoznaczny oraz odpowiednio wcześniej przed zaciągnięciem przez niego zobowiązań umownych. Informacje o konieczności wypełnienia określonych warunków (odpowiednia średnia ocen oraz brak zaległości w opłatach) są bardzo istotne z perspektywy studenta, gdyż konsekwencje ich nie spełnienia były bardzo dotkliwe - możliwość cofnięcia bonifikaty redukującej cenę nauki aż o 70% (a w późniejszym czasie o 50%).

Analizując działanie WSB należy uwzględnić wszystkie czynniki, które mogły kształtować ich odbiór przez przeciętnego konsumenta. W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętny konsument analizując informacje udostępnione mu przez WSB w ramach przedmiotowej promocji, nie był w stanie się zorientować, że poza koniecznością złożenia wniosku o ponowne przyjęcie na studia oraz wypełnionego bonu edukacyjnego wydrukowanego ze strony szkoły, należy spełnić jeszcze inne warunki, aby uzyskać i utrzymać bonifikatę w opłatach za studia.

Nie ulega również wątpliwości, że nieprzekazywanie tych istotnych informacji, mogło wpłynąć na decyzję konsumenta dotyczącą ewentualnego skorzystania z promocji i zawarcia umowy ze szkołą. Sama informacja o możliwości uzyskania bonifikaty w wysokości 70% (lub 50% w późniejszym okresie) miała na celu wykorzystanie psychologicznego efektu wywołanego w świadomości konsumenta ww. perspektywą i skłonienie go do podjęcia niekoniecznie racjonalnej decyzji, której inaczej by nie podjął.

W kontekście powyższego nie ma wątpliwości, że nawet należycie uważny i ostrożny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd na skutek wyżej opisanych zaniechań Przedsiębiorcy. Opisana praktyka mogła też mieć wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące zawarcia umowy.

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą jej zaniechanie. WSB zaniechała stosowania praktyki z dniem 30 września 2021 r. W związku z powyższym. Prezes Urzędu uznał, że z tą datą WSB

zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów i **orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.**

3. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia określony w punkcie II sentencji decyzji

Zgodnie z art. 26 ust. 2 u.o.k.k. w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art., Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na WSB środek usunięcia trwających skutków praktyki, o której mowa w pkt I niniejszej decyzji, w sposób określony w punkcie II decyzji.

Środek ten, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwoli zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku działań Przedsiębiorcy.

Pomimo faktu zaniechania tej praktyk, konsumenci w dalszym ciągu mają deficyt informacyjny w przedmiocie ich bezprawnego charakteru. Dzięki zaprezentowanym oświadczeniom wiedza o rozstrzygnięciu będzie mogła przy tym dotrzeć nie tylko do konsumentów, a także innych przedsiębiorców podejmujących podobne aktywności. Powyższy środek może mieć więc również znaczenie prewencyjne, zniechęcając przedsiębiorcę, któremu zarzucono stosowanie zakwestionowanej w sentencji decyzji praktyki oraz innych przedsiębiorców do stosowania podobnego rodzaju praktyk w przyszłości.

Określenie parametrów technicznych oświadczeń ma natomiast za zadanie zapewnić ich widoczność i czytelność na stronie internetowej i koncie na portalu społecznościowym WSB. Równocześnie zakres nałożonego obowiązku jest proporcjonalny do możliwości Przedsiębiorcy i wagi stwierdzonego naruszenia. Jest to obowiązek, którego realizacja nie będzie dla podmiotu uciążliwa, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji decyzji.

4. Kara

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 3, że obrót oblicza się jako sumę udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych - w przypadku braku dokumentów. Art. 106 ust. 5 ustawy stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6

ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z informacji przekazanej przez WSB w piśmie z dnia 9 listopada 2021 r. i załączonego do niego rachunku zysków i strat wynika, że w 2020 r. Przedsiębiorca uzyskał obrót na poziomie [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., tj. 4,6148 zł, stanowi po zaokrągleniu [usunięto] euro (stosownie do art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). Obrót ten jest [usunięto].

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz możliwe negatywne skutki w sferze ekonomicznych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest nałożenie na Przedsiębiorcę kary pieniężnej za jej stosowanie.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Ustalając wysokość kary pieniężnej Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszenia, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Co do zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawniała się ona na etapie przedkontraktowym. Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki z kolei Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że naruszyła ona

podstawowe prawo konsumenta tj. prawo do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Przypisana Przedsiębiorcy nieuczciwa praktyka handlowa uniemożliwiła konsumentom podjęcie świadomej decyzji dotyczącej zawarcia kontraktu, co było zamierzonym celem WSB. Nie ulega wątpliwości, że przedsiębiorca wykorzystał praktykę oszukańczą, będącą przynętą wprowadzającą w błąd co do możliwych korzyści, jakie konsument mógł osiągnąć w związku ze skorzystaniem z promocji. W niniejszej sprawie konsumenci, pod wpływem działań Przedsiębiorcy, mogli podjąć konkretne decyzje, o skutkach finansowych, których inaczej by nie podjęli, w wyniku czego naruszone zostały również ich interesy ekonomiczne, a skutki praktyki rozciągnęły się na etap wykonywania kontraktu.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym przede wszystkim negatywne skutki dla interesów ekonomicznych konsumentów opisanej praktyki, ukierunkowana wprost na pozyskiwanie klientów przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2020 r., tj. [usunięto].

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Jako okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu potraktował zaniechanie stosowania praktyki. Zdaniem Prezesa Urzędu uzasadnia to obniżenie kwoty bazowej kary o [usunięto].

Prezes Urzędu stwierdził, że w niniejszej sprawie nie zachodzą okoliczności obciążające.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 61 479,00 zł po zaokrągleniu, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2020 r. oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczona kara jest adekwatna do stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara ta spełnia przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto jej walor wychowawczy, odstraszaający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

5. Koszty postępowania

Art. 77 ust. 1 u.o.k.k. przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960

r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735 - dalej: k.p.a.). Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Przedsiębiorcy, w wysokości 8,90 zł.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. kodeks postępowania cywilnego (t.j.: Dz.U. z 2018 r., poz. 1360 ze zm., dalej: Kpc) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 u.o.k.k. w związku z 479³² § 1 i § 2 Kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j.: Dz. U. z 2018 r., poz. 300 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 102 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 2, § 3 i § 4 Kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu
Jarosław Krüger

Otrzymuje:

[usunięto]