

**PREZES URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU**

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 21 listopada 2003 r.

RPZ-61/19/03/MK

DECYZJA Nr RPZ 24/03

Na podstawie art. 23c ust. 1 w zw. z art. 23a ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. *o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity - Dz. U. z 2003r., nr 86, poz. 804)* oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i par. 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. *w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172)*, po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy Krystynie Oleksiak prowadzącej działalność pod firmą Instytut Wdrażania Nowych Form Edukacji Centrum Edukacji „ALFA” z siedzibą w Poznaniu, przy ul. Kordeckiego 2/6.

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, prowadzenie reklamy poprzez rozpowszechnianie ulotek reklamowych o treści wprowadzającej w błąd, tj. zawierającej:

- wskazanie, iż Centrum Edukacji ALFA posiada *Certyfikat Instytutu Wdrażania Nowych Form Edukacji*,
- oświadczenie, że kursy organizowane przez Centrum Edukacji ALFA są rekomendowane przez Ogólnopolskie Zrzeszenie Placówek Oświatowych,

które są niezgodne z rzeczywistością i **nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

Uzasadnienie

W dniu 24 września br. w poznańskim dodatku do Gazety Wyborczej ukazał się artykuł zatytułowany „Profesor Chochlik”, w którym informowano o nierzetelności informacji widniejących na ulotkach rozpowszechnianych przez Instytut Wdrażania Nowych Form Edukacji Centrum Edukacji „Alfa”. Przedmiotem ogłoszeń reklamowych była zachęta do uczestnictwa w kursie przygotowującym do egzaminu gimnazjalnego, którego organizatorem był właśnie Instytut. W związku doniesieniem prasowym, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu wszczął w dniu 25 września postępowanie wyjaśniające. Celem tego postępowania było ustalenie, czy rzeczywiście ulotki

reklamowe rozpowszechnianie przez przedsiębiorcę Krystynę Oleksiak prowadzącą działalność pod firmą Instytut z siedzibą w Poznaniu, przy ul. Kordeckiego 2/6 (zwana dalej Przedsiębiorcą), naruszają przepisy ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (Dz. U. z 1993r., Nr 47, poz. 221 ze zm.). W ramach tego postępowania, uzyskano od Przedsiębiorcy informacje potwierdzające wątpliwości Urzędu co do legalności prowadzonej reklamy.

W związku z powyższym w dniu 22 października br. wszczęto na podstawie art. 44 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. *o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity – Dz. U. z 2003r., Nr 86, poz. 804)*, postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o czym powiadomiono Przedsiębiorcę.

Przedsiębiorcy zarzucono stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na rozpowszechnianiu szczególnie w palcówkach oświatowych reklamy oferty Przedsiębiorcy sformułowanej w sposób wprowadzający w błąd.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił i zważył, co następuje:

Istotą praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest bezprawne działanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów. W ustępie 2 tego artykułu ogólna definicja praktyki została wzbogacona o przykładowe wskazanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W przepisie tym do praktyk zaliczono w szczególności wprowadzającą w błąd reklamę.

Do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wymagane jest spełnienie dwóch przesłanek. Po pierwsze działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne. Po drugie naruszać musi zbiorowe interesy konsumentów.

Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, którą zarzucono Przedsiębiorcy jest prowadzenie reklamy w sposób wprowadzający w błąd. Reklama poświęcona jest ofercie uczestnictwa w kursie przygotowującym do egzaminu gimnazjalnego.

Zgodnie z art. 16 ust.1 pkt 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (Dz. U. Nr 47, poz.211 ze zm.) reklama wprowadzająca w błąd i mogąca przez to wpłynąć na decyzję konsumenta co do nabycia towaru lub usługi jest zakazana. Dla określenia, kiedy reklama jest reklamą wprowadzającą w błąd muszą być brane pod uwagę wszystkie jej elementy. Implementując dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającą w błąd i porównawczej, w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji za kryterium oceny reklamy wprowadzającej w błąd przyjęto w szczególności jakość towaru albo usługi.

Po pierwsze, hasło: „*Posiadamy Certyfikat Instytutu Wdrażania Nowych Form Edukacji*” ulepsza wizerunek Przedsiębiorcy. Wyróżnienie przez Instytut Wdrażania Nowych Form Edukacji (nazwa brzmiąca dość poważnie, wskazująca na nowatorskie rozwiązania edukacyjne) to niewątpliwie istotna informacja, zyskująca na znaczeniu w momencie podejmowania decyzji przez konsumenta.

Z wyjaśnień złożonych przez Przedsiębiorcę wynika jednak, że dokument, na który powołano się w ogłoszeniu reklamowym to nic innego jak zaświadczenie wydawane przez samego Przedsiębiorcę (nazwę zaczerpnięto z pełnej nazwy Przedsiębiorcy). Certyfikat wręczany jest absolwentom i stanowi potwierdzenie uczestnictwa w kursie.

Po drugie, wprowadzaniem w błąd jest zapewnienie: „*Nasze kursy są rekomendowane przez Ogólnopolskie Zrzeszenie Placówek Oświatowych*”.

W odpowiedzi na wezwanie Urzędu, Przedsiębiorca przyznaje, że informacja ta nie jest zgodna ze stanem faktycznym. Nieprawdziwość tej informacji przejawia się w dwóch stwierdzeniach. Działalność edukacyjna przedsiębiorcy nie jest w ogóle rekomendowana, nie istnieje też Ogólnopolskie Zrzeszenie Placówek Oświatowych. Przedsiębiorca tłumaczy, że Zrzeszenie to raczej koncepcja zebrania rekomendacji od osób związanych z oświatą oraz placówek oświatowych, w których Przedsiębiorca organizuje zajęcia.

Wprowadzanie w błąd polega na wywoływaniu u adresata reklamy wyobrażeń niezgodnych ze stanem rzeczywistym. Przyczyną takich błędnych wyobrażeń o rzeczywistości są informacje prawdziwe ale formułowane w sposób wieloznaczny, półprawdy, informacje nieprawdziwe oraz pominięcia informacji istotnych dla odbiorcy reklamy. W omawianym przypadku budowanie niezgodnego z prawdą wizerunku przedsiębiorcy odbywało się w drodze rozpowszechniania informacji nieprawdziwych. Reklama wyczerpuje znamiona czynu nieuczciwej konkurencji – reklamy wprowadzającej w błąd, jeżeli jest w stanie wpłynąć na decyzję adresata. Decydujące znaczenie przy ocenie określonej reklamy mają wyobrażenia adresatów reklamy a nie opinie reklamujących (por. *Polskie Prawo Reklamy*, I. Wiszniewska, Warszawa 1998, str. 32). Zdaniem Urzędu, zapewnienia co do wysokiej jakości świadczonych usług z powołaniem na przyznane wyróżnienia, stanowią istotne kryterium wyboru podmiotu świadczącego usługi edukacyjne. Nie jest jednak konieczne by do takiego wyboru faktycznie doszło, nie jest konieczne podpisanie umowy (por. *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, pod red. J. Szwejki, Warszawa 2000, str. 465).

Jednym z podstawowych prawem konsumenta jest domaganie się prawidłowej informacji o usłudze, będącej podstawą dokonania rzeczowo uzasadnionej decyzji. Reklama, rozpowszechniana w formie ulotek adresowana jest do każdego ucznia (rodzica, opiekuna), który zamierza dokształcić się w zakresie egzaminu gimnazjalnego. Na podstawie tych ulotek oczekiwania konsumenta wzrastają. Konsument skłonny będzie zdecydować się na kurs organizowany przez Przedsiębiorcę, na podstawie niezgodnych z prawdą danych. Nie istnieje bowiem Ogólnopolskie Zrzeszenie Placówek Oświatowych, które rekomenduje działalność Przedsiębiorcy, uczeń nie otrzyma również obiecanego Certyfikatu. Zakazując stosowania wprowadzającej w błąd reklamy Urząd ma na celu ochronę konsumenta, rozumianego jako zbiorowość, przed niekorzystnym dla niego rozporządzeniem własnym mieniem. Przy czym, nie oceniamy tu jakości prowadzonych kursów, nie można bowiem wykluczyć, że usługi edukacyjne prowadzone są na bardzo dobrym poziomie. Kursant nie będzie się jednak mógł powołać na prestiż wybranej placówki.

Reklama będąca przedmiotem analizy Urzędu zawiera informacje wskazujące na szczególne wyróżnienia przyznane Przedsiębiorcy. Poprzez nieuczciwe zachwalanie reklama stara się nakłonić przyszłych gimnazjalistów (a właściwie ich rodziców) do podpisania umowy. Kwestionowana reklama stanowi więc jednocześnie czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 14 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - rozpowszechnianie

nieprawdziwych bądź w wprowadzających w błąd informacji o własnych przymiotach lub własnym przedsiębiorstwie. Pojęcie reklamy zawiera się bowiem w szerszym pojęciu rozpowszechniania informacji o przedsiębiorstwie.

Uwzględniając powyższe, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał zachowanie przedsiębiorcy wskazane w sentencji za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przedsiębiorca przyznał się do uchybień, zaniechał stosowania nieuczciwej reklamy oraz zobowiązał się odpowiedniej korekty sloganów reklamowych w przyszłości. W związku z tym Urząd nie skorzystał z prawa określonego w art. 23c ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. nałożenia na Przedsiębiorcę obowiązku publikacji decyzji bądź złożenia oświadczenia o treści i formie wskazanej przez Urząd.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ par.2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Edward Stawicki

Otrzymuje:

Pani Krystyna Oleksiak
Instytut Wdrażania Nowych Form Edukacji
Centrum Edukacji „Alfa”
Ul. Kordeckiego 2/6
60-131 Poznań