



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
MAREK NIECHCIAŁ**

Poznań, dnia 24 września 2018r.

RPZ-610-11/17/AN

**DECYZJA nr RPZ 7/2018**

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz.U. z 2018 r. poz. 798 i 650) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko TERG S.A. z siedzibą w Złotowie

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **wobec uprawdopodobnienia** w toku postępowania stosowania przez TERG S.A. z siedzibą w Złotowie **praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów** określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na pomijaniu w reklamie radiowej akcji promocyjnej „Płacimy za oceny”, emitowanej od 22 czerwca 2017 r. do 25 czerwca 2017 r., informacji o istotnych warunkach tej oferty poprzez niewskazanie, że konsumenci nie otrzymują ani bezpośredniej wypłaty gotówki, ani rabatu w postaci obniżenia ceny towarów nabywanych w dniu przedstawienia świadectwa szkolnego, a jedynie rabat naliczany na kartę bonusową do wykorzystania podczas kolejnych zakupów w sklepach stacjonarnych sieci Media Expert i to pod warunkiem uprzedniego dokonania zakupów za kwotę powyżej 300 zł, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd co do warunków ww. akcji promocyjnej i stanowić jednocześnie nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz. U. z 2017 r. poz. 2070),

**po zobowiązaniu się przez TERG S.A. z siedzibą w Złotowie do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków opisanych naruszeń, nakłada się na TERG S.A. z siedzibą w Złotowie obowiązek wykonania tych zobowiązań poprzez:**

1. przyznanie kwoty w wysokości 60 zł (tj. kwoty zbliżonej do średniego rabatu przyznawanego w toku akcji promocyjnej „Płacimy za oceny”, która odbyła się w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r.) konsumentom, którzy wzięli udział w ww. promocji, przy czym:

- a) konsumenci powinni wykazać, że wzięli udział w promocji poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału w promocji;
- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);
- c) uzyskanie ww. kwoty (otrzymanie karty bonusowej) będzie możliwe najpóźniej w ciągu 30 dni od dnia zakończenia publikacji decyzji Prezesa UOKiK na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl);

2. jednokrotne opublikowanie, w możliwe najkrótszym czasie, nie dłuższym niż 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, ogłoszenia w dzienniku ogólnopolskim o nakładzie co najmniej 50.000 egzemplarzy, na jednej z pierwszych pięciu stron, w module obejmującym co najmniej 20% strony, czcionką czarną, rozmiar nie mniejszy niż 8,5 pkt, tło białe, bez ramki, komunikatu o następującej treści:

*TERG S.A. z siedzibą w Złotowie informuje, że zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 7/2018 z dnia 24.09.2018r. dotyczącą emisji reklam radiowych mogących wprowadzać w błąd co do warunków uczestnictwa w promocji, a także w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję Klientów, przekazuje informację o możliwości skorzystania z propozycji przygotowanej przez TERG S.A.*

*Propozycja jest skierowana do wszystkich osób, które w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wzięły udział w akcji promocyjnej sieci sklepów Media Expert „Płacimy za oceny” i polega na przyznaniu dodatkowej kwoty 60 zł.*

**Warunki:**

- a) wykazanie, że Klient w dniach 23-25 czerwca 2017 r. wziął udział w akcji „Płacimy za oceny” poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu wskazanej wyżej promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji, poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału we wskazanej wyżej promocji;
- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);

*Uzyskanie dodatkowych środków możliwe jest najpóźniej do dnia [X] [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 30 dni od dnia zakończenia publikacji decyzji na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)].*

3. W dniu publikacji ogłoszenia prasowego, opisanego powyżej w punkcie 2, wysłanie informacji o możliwości uzyskania kwoty 60 zł drogą mailową do wszystkich osób, co do których TERG S.A. posiada obecnie zgodę na przetwarzanie danych osobowych, w tym

do (...) indywidualnych konsumentów, którzy wyrazili zgodę na przetwarzanie danych osobowych w toku ww. promocji; o treści:

Tytuł wiadomości: *Informacja dla uczestników promocji „Płacimy za oceny”, organizowanej w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r.*

*Szanowni Klienci,*

*zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 7/2018 z dnia 24.09.2018r. dotyczącą emisji reklam radiowych mogących wprowadzać w błąd co do warunków uczestnictwa w promocji, a także w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję naszych Klientów, przesyłamy informację o możliwości skorzystania z propozycji przygotowanej przez TERG S.A.*

*Propozycja jest skierowana do wszystkich osób, które w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wzięły udział w akcji promocyjnej sieci sklepów Media Expert „Płacimy za oceny” i polega na przyznaniu dodatkowej kwoty 60 zł.*

*Warunki:*

- a) wykazanie, że Klient w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wzięło udział w akcji „Płacimy za oceny” poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału w promocji;*
- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);*

*Uzyskanie dodatkowych środków możliwe jest najpóźniej do dnia [X] [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 30 dni od dnia zakończenia publikacji decyzji na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)].*

*przy czym e-mail powinien być napisany czarną czcionką nie mniejszą niż 12 pkt na białym tle.*

*4. W dniu publikacji ogłoszenia prasowego, opisanego powyżej w punkcie 2, zamieszczenie na głównej stronie internetowej Spółki [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl) odnośnika kierującego odwiedzającego do ogłoszenia o następującej treści:*

*Szanowni Klienci!*

*zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 7/2018 z dnia 24.09.2018r. dotyczącą emisji reklam radiowych mogących wprowadzać w błąd co do warunków uczestnictwa w promocji, a także w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję naszych Klientów, przesyłamy informację o możliwości skorzystania z propozycji przygotowanej przez TERG S.A.*

*Propozycja jest skierowana do wszystkich osób, które w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r., wzięły udział w akcji promocyjnej sieci sklepów Media Expert „Płacimy za oceny” i polega na przyznaniu dodatkowej kwoty 60 zł.*

#### Warunki:

- a) wykazanie, że Klient w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wziął udział w akcji "Płacimy za oceny" poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału w promocji;
- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);

Uzyskanie dodatkowych środków możliwe jest najpóźniej do dnia [X] [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 30 dni od dnia zakończenia publikacji decyzji na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)].

Poniżej komunikatu znajdować się będzie link do wydanej decyzji Prezesa UOKiK. Komunikat powinien być napisany czarną czcionką nie mniejszą niż 12 pkt na białym tle.

Wskazany komunikat będzie dostępny za pomocą hiperłącza (linku) widocznego w dolnej części strony głównej ww. strony internetowej pod bannerem "Newsletter", a tekst hiperłącza będzie wyglądał następująco: *Komunikat w sprawie decyzji Prezesa UOKiK nr RPZ 7/2018 z dnia 24.09.2018r.* Tekst hiperłącza powinien być napisany czarną czcionką nie mniejszą niż 12 pkt i umieszczony w czarnej ramce. Odnośnik do komunikatu zostanie utrzymany na tej stronie przez okres 2 tygodni od dnia publikacji.

II. na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się na TERG S.A. z siedzibą w Złotowie obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętych zobowiązań** poprzez przedłożenie:

1. danych dotyczących liczby klientów, którym przyznano kwotę 60 zł, o której mowa w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji;
2. potwierdzonej za zgodność z oryginałem kopii publikacji prasowej opisaney w pkt I. 2 sentencji niniejszej decyzji,
3. dowodów potwierdzających wykonanie zobowiązania opisanego w pkt I.3 sentencji niniejszej decyzji,
4. dowodów potwierdzających wykonanie zobowiązania opisanego w pkt I.4 sentencji niniejszej decyzji

**w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

#### Uzasadnienie

Postanowieniem z dnia 4 lipca 2017 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, na skutek działań związanych z monitorowaniem rynku, wszczął postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania TERG S.A. z siedzibą w Złotowie (dalej: Przedsiębiorca, TERG lub Spółka) związane z organizowaną akcją promocyjną „Płacimy za oceny”, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2018 r. poz. 798 i 650, dalej również: u.o.k.k.).

Analiza materiałów zgromadzonych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 7 listopada 2017 r., postępowania w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na pomijaniu w reklamie radiowej akcji promocyjnej „Płacimy za oceny”, emitowanej od 22 czerwca 2017 r. do 25 czerwca 2017 r. informacji o istotnych warunkach tej oferty poprzez niewskazanie, że konsumenci nie otrzymują ani bezpośredniej wypłaty gotówki, ani rabatu w postaci obniżenia ceny towarów nabywanych w dniu przedstawienia świadectwa szkolnego, a jedynie rabat naliczany na kartę bonusową do wykorzystania podczas kolejnych zakupów w sklepach stacjonarnych sieci Media Expert i to pod warunkiem uprzedniego dokonania zakupów za kwotę powyżej 300 zł.

W odpowiedzi na przedstawiony zarzut Przedsiębiorca podkreślił, że uwzględniając ustawowy model przeciętnego konsumenta - osoby ostrożnej i uważnej, nie sposób zgodzić się ze stanowiskiem, że zakwestionowana reklama radiowa mogła wprowadzać w błąd. Spółka wskazała na specyfikę środka komunikacji (radio), jak również na fakt, że zarówno sam komunikat radiowy, jak i odesłanie do regulaminu sugerowały, że reklama nie zawiera pełnej treści akcji, a tym samym zachęcały konsumenta do weryfikacji warunków promocji. Spółka zwróciła również uwagę, że otrzymała jedynie (...) reklamacji dotyczących przedmiotowej promocji, wszystkie z nich zostały pozytywnie rozpatrzone, a żadna z nich nie dotyczyła kwestii objętych zarzutem Prezesa Urzędu. (...).

Niezależnie od powyższego, mając na względzie interes konsumentów, TERG złożył wniosek o wydanie decyzji w trybie art. 28 u.o.k.k., zobowiązując się do:

1. przyznania kwoty w wysokości 60 zł (tj. kwota zbliżona do średniego rabatu przyznawanego w toku akcji promocyjnej „Płacimy za oceny”, która odbyła się w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r.) konsumentom, którzy wzięli udział w ww. promocji przy czym:
  - a) konsumenci powinni wykazać, że wzięli udział w promocji poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału w promocji;
  - b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);
  - c) uzyskanie ww. kwoty (otrzymanie karty bonusowej) będzie możliwe najpóźniej w ciągu 30 dni od dnia zakończenia publikacji kopii decyzji Prezesa UOKiK na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl);
2. jednokrotnego opublikowania, w możliwie najkrótszym czasie, nie dłuższym niż 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, ogłoszenia w dzienniku ogólnopolskim o nakładzie co najmniej 50.000 egzemplarzy, na jednej z pierwszych pięciu stron, w module obejmującym co najmniej 20% strony, czcionką czarną, rozmiar nie mniejszy niż 8,5 pkt, tło białe, bez ramki, komunikatu o następującej treści:

*TERG S.A. z siedzibą w Złotowie informuje, że zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone*

*decyzją Prezesa Urzędu [data i znak decyzji] dotyczącą emisji reklam radiowych mogących wprowadzać w błąd co do warunków uczestnictwa w promocji, a także w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję Klientów, przekazuje informację o możliwości skorzystania z propozycji przygotowanej przez TERG S.A.*

*Propozycja jest skierowana do wszystkich osób, które w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wzięły udział w akcji promocyjnej sieci sklepów Media Expert „Płacimy za oceny” i polega na przyznaniu dodatkowej kwoty 60 zł.*

*Warunki:*

- a) wykazanie, że Klient w dniach 23-25 czerwca 2017 r. wziął udział w akcji "Płacimy za oceny" poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu wskazanej wyżej promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji, poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału we wskazanej wyżej promocji;*
- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);*

*Uzyskanie dodatkowych środków możliwe jest najpóźniej do dnia [X] [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 30 dni od dnia zakończenia publikacji decyzji na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)].*

*3. W dniu publikacji ogłoszenia prasowego, opisanego powyżej w punkcie 2, informacji o możliwości uzyskania kwoty 60 zł drogą mailową do wszystkich osób, co do których TERG S.A. posiada obecnie zgodę na przetwarzanie danych osobowych, w tym do (...) indywidualnych konsumentów, którzy wyrazili zgodę na przetwarzanie danych osobowych w toku ww. promocji; o treści:*

*Tytuł wiadomości: Informacja dla uczestników promocji „Płacimy za oceny”, organizowanej w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r.*

*Szanowni Klienci,*

*zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu [data i znak decyzji] dotyczącą emisji reklam radiowych mogących wprowadzać w błąd co do warunków uczestnictwa w promocji, a także w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję naszych Klientów, przesyłamy informację o możliwości skorzystania z propozycji przygotowanej przez TERG S.A.*

*Propozycja jest skierowana do wszystkich osób, które w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wzięły udział w akcji promocyjnej sieci sklepów Media Expert „Płacimy za oceny” i polega na przyznaniu dodatkowej kwoty 60 zł.*

*Warunki:*

- a) wykazanie, że Klient w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wziął udział w akcji "Płacimy za oceny" poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub*

*oświadczenia o wzięciu udziału w promocji;*

- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);*

*Uzyskanie dodatkowych środków możliwe jest najpóźniej do dnia [X] [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 30 dni od zakończenia publikacji decyzji na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)].*

przy czym e-mail powinien być napisany czarną czcionką nie mniejszą niż 12 pkt na białym tle.

4. W dniu publikacji ogłoszenia prasowego, opisanego powyżej w punkcie 2, zamieszczenie na głównej stronie internetowej Spółki [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl) odnośnika kierującego odwiedzającego do ogłoszenia o następującej treści:

*Szanowni Klienci!*

*zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu [data i znak decyzji] dotyczącą emisji reklam radiowych mogących wprowadzać w błąd co do warunków uczestnictwa w promocji, a także w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję naszych Klientów, przesyłamy informację o możliwości skorzystania z propozycji przygotowanej przez TERG S.A.*

*Propozycja jest skierowana do wszystkich osób, które w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r., wzięły udział w akcji promocyjnej sieci sklepów Media Expert „Płacimy za oceny” i polega na przyznaniu dodatkowej kwoty 60 zł.*

*Warunki:*

- a) wykazanie, że Klient w dniach 23 - 25 czerwca 2017 r. wziął udział w akcji "Płacimy za oceny" poprzez udostępnienie odpowiedniego świadectwa szkolnego, dowodu zakupu z okresu promocji oraz potwierdzenia wzięcia udziału w promocji poprzez przedłożenie uzyskanej karty rabatowej lub oświadczenia o wzięciu udziału w promocji;*
- b) ww. kwota będzie dostępna na karcie bonusowej wydawanej przez TERG S.A. do wykorzystania w okresie 12 miesięcy od dnia wydania karty (przy zakupach na kwotę niższą niż 60 zł rabat można wykorzystać przy następnych zakupach w okresie ważności karty);*

*Uzyskanie dodatkowych środków możliwe jest najpóźniej do dnia [X] [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 30 dni od dnia zakończenia publikacji decyzji na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)].*

Poniżej komunikatu znajdować się będzie link do wydanej decyzji Prezesa UOKiK. Komunikat powinien być napisany czarną czcionką nie mniejszą niż 12 pkt na białym tle.

Wskazany komunikat będzie dostępny za pomocą hiperłącza (linku) widocznego w dolnej części strony głównej ww. strony pod bannerem "Newsletter", a tekst hiperłącza będzie wyglądał następująco: „Komunikat w sprawie decyzji Prezesa UOKiK z dnia [X]”. Tekst hiperłącza powinien być napisany czarną czcionką nie mniejszą niż 12 pkt i umieszczony

w czarnej ramce. Odnośnik do komunikatu zostanie utrzymany na tej stronie przez okres 2 tygodni od dnia publikacji.

### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

Spółka TERG S.A. z siedzibą w Złotowie prowadzi działalność gospodarczą na terenie całego kraju na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego nr 0000427063. Zgodnie z wpisem do KRS, przeważającą działalność gospodarczą Przedsiębiorcy stanowi sprzedaż detaliczna elektrycznego sprzętu gospodarstwa domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach (PKD 47, 54, Z).

Akcja promocyjna „Płacimy za oceny”, zorganizowana przez TERG, przeprowadzona została w dniach od 23 czerwca 2017 r. do 25 czerwca 2017 r. w sklepach stacjonarnych sieci Media Expert na terenie Rzeczypospolitej Polskiej oraz na stronie sklepu internetowego [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl).

Zgodnie z § 3 Regulaminu akcji promocyjnej (dalej też: Regulamin), warunkiem skorzystania z promocji było okazanie świadectwa szkolnego wystawionego przez szkołę w 2017 r. wraz z dokumentem potwierdzającym tożsamość oraz zakup towaru/ów z oferty sklepu na kwotę jednostkową powyżej 300 zł, z wyłączeniem grup towarów wymienionych w załączniku nr 1 do Regulaminu, to jest: mebli, artykułów spożywczych, opakowań, gier, filmów, muzyki, książek oraz różnego rodzaju usług, między innymi elektronicznych i e-commerce.

W przypadku zakupu w sklepie internetowym, promocja dotyczyła jedynie zakupów z opcją „sposób dostawy: odbiór osobisty”, przy czym liczyła się data odbioru towaru w wybranym sklepie stacjonarnym, a nie data złożenia zamówienia przez Internet. Rabaty naliczane były na kartę bonusową, z której można było skorzystać podczas kolejnych zakupów w sklepie stacjonarnym sieci, najwcześniej następnego dnia po uzyskaniu rabatu. Rabaty przyznawane były za oceny na świadectwie według następujących kryteriów (1 pkt = 1 zł rabatu):

- a) za każdą ocenę celującą - 6 pkt;
- b) za każdą ocenę bardzo dobrą - 5 pkt;
- c) w przypadku ocen z zachowania: ocena wzorowa - 6 pkt, ocena bardzo dobra - 5 pkt;
- d) w przypadku ocen opisowych na świadectwach z klas I-III szkoły podstawowej - 20 pkt za jedno świadectwo, pod warunkiem uzyskania promocji do klasy następnej;
- e) w przypadku ocen z przedmiotów w skali 1-4 oraz z zachowania w skali naganne - dobre, punkty nie były przyznawane.

Akcja promocyjna była szeroko reklamowana w różnych środkach masowego przekazu, między innymi w radiu. W dniach od 22 do 25 czerwca 2017 r. w stacjach radiowych o zasięgu ogólnopolskim emitowany był 30-sekundowy spot reklamowy o następującej treści:

*„No, córuś, co tam masz na świadectwie? Sześćdziesiąt złotych, tato. Wow, zuch dziewczyna. Teraz w Media Expert płacimy za oceny. Pochwal się świadectwem swojego dziecka. Za każdą piątkę otrzymasz 5 złotych, a za każdą szóstkę 6 złotych. Przyjdź do Media Expert i sprawdź, ile możesz zyskać. Media Expert włączamy niskie ceny.*

*Regulamin promocji dostępny w sklepach i na [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl)".*

Spot ten został wyemitowany łącznie (...) razy, odpowiednio w stacjach (...):

W sklepach stacjonarnych przez głośniki emitowany był z kolei 36-sekundowy spot o następującej treści:

*Teraz w Media Expert płacimy za oceny. Zrób zakupy za minimum 300 zł, pochwal się świadectwem swojego dziecka i zyskaj za każdą piątkę 5 zł, a za każdą szóstkę 6 zł, na karcie bonusowej na kolejne zakupy. Przyjdź do Media Expert i sprawdź, ile dostaniesz. Media Expert włączamy niskie ceny. Akcja trwa od 23 do 25 czerwca. Regulamin promocji dostępny w sklepach i na [mediaexpert.pl](http://mediaexpert.pl) (czas trwania: 36 sekund).*

Równolegle z emisją reklamy w radiowęźle, na ekranach telewizorów w sklepach stacjonarnych wyświetlany był spot, w którym pojawiała się informacja tekstowa o tej samej treści.

Rozpowszechnianie materiałów reklamowych TERG zakończył z dniem 25 czerwca 2017 r. Spółka oświadczyła, że szczegółowe informacje na temat akcji zawarte były w Regulaminie, dostępnym zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i na stronie [www.mediaexpert.pl](http://www.mediaexpert.pl), a ponadto konsumenci byli informowani o szczegółach akcji przez sprzedawców w sklepach.

Zgodnie z informacjami udzielonymi przez TERG, z akcji promocyjnej skorzystało (...) konsumentów, z których każdy otrzymał kartę bonusową z kwotą doładowania wynikającą z zasad promocji określonych w regulaminie. Do dnia 30 sierpnia 2017 r. do Spółki wpłynęło łącznie (...) skarg i reklamacji złożonych w związku z akcją promocyjną „Płacimy za oceny”. Dotyczyły one nieprawidłowości w naliczeniu punktów, niewydania karty bonusowej, niemożliwości skorzystania z akcji promocyjnej z uwagi na dokonanie zamówienia w sklepie internetowym w dniu 22 czerwca 2017 r. i wątpliwości co do interpretacji postanowienia § 3 pkt 1 Regulaminu, zgodnie z którym wymagane jest okazanie, wraz ze świadectwem, dokumentu potwierdzającego tożsamość. Wszystkie reklamacje zostały rozpatrzone pozytywnie i konsumentom wydane zostały karty bonusowe z prawidłowo naliczonymi punktami. (...)

#### **Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

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 wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Przedsiębiorcy, tj. wziąć udział w organizowanej przez Przedsiębiorcę promocji „Płacimy za oceny”. 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 praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Terg S.A. jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten w brzmieniu obowiązującym od dnia 30 kwietnia 2018 r. stanowi, że ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r.- Prawo przedsiębiorców (Dz.U. poz. 646). Przepis ten został zmieniony przez art. 123 ustawy z dnia 6 marca 2018 r.- Przepisy wprowadzające ustawę- Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej (Dz.U. z 2018r. poz. 650). Art. 196 ww. ustawy stanowi jednak, że do postępowań w sprawach przedsiębiorców wszczętych na podstawie przepisów dotychczasowych i niezakończonych przed dniem wejścia w życie ustawy Prawo przedsiębiorców, stosuje się przepisy dotychczasowe. Zważywszy na powyższe oraz fakt, że postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczęto przeciwko TERG postanowieniem z dnia 7 listopada 2017 r., w niniejszej sprawie zastosowanie ma art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym do dnia 29 kwietnia 2018 r. Przepis ten odwołuje się do definicji przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, zgodnie z którymi za przedsiębiorców uznaje się m.in. osobę prawną wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Terg S.A. jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Jest tym samym przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Działania Spółki podlegają więc kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 u.o.k.k., lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 u.o.k.k., a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 u.o.k.k., i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Z przytoczonego przepisu wynika, że warunkami wydania decyzji zobowiązującej są: **uprawdopodobnienie** naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy oraz **zobowiązanie się przedsiębiorcy**, któremu jest zarzucane takie naruszenie, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do jego zakończenia lub usunięcia jego skutków.

Z uwagi na wniosek TERG o wydanie decyzji zobowiązującej, niezbędne jest rozważenie, czy wskazane w ww. przepisie warunki zaistniały w odniesieniu do działań i zobowiązań Spółki.

W pierwszej kolejności rozważenia wymaga, czy stosowanie praktyki naruszającej

zbiorowe interesy konsumentów zostało uprawdopodobnione na obecnym etapie postępowania.

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. Dla uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zachowanie to musi być więc sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i jednocześnie naruszać zbiorowy interes konsumentów.

Bezprawność zarzuconej TERG praktyki związana jest z naruszeniem przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz. U. z 2017 r. poz. 2070, dalej również; u.p.n.p.r.). Art. 3 ww. ustawy zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie 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 ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 i 4 ustawy).

Niewątpliwie działania reklamowe TERG mieszczą się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

W prowadzonym postępowaniu Prezes Urzędu zarzucił Spółce stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej określonej w art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 u.p.n.p.r. Zgodnie z tym przepisem, 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.

W ocenie Prezesa Urzędu, reklamy radiowe stosowane przez Spółkę mogły sugerować, że dla uzyskania określonych kwot pieniężnych wystarczające jest przyjście ze świadectwem szkolnym do sklepu sieci Media Expert. Tego rodzaju sugestia wynika wprost z użytego w reklamie sformułowania: *Teraz w Media Expert płacimy za oceny. Pochwal się świadectwem swojego dziecka. Za każdą piątkę otrzymasz 5 złotych, a za każdą szóstkę 6 złotych.* W rzeczywistości tak nie było - Spółka nie wypłacała kwot pieniężnych, ani nawet nie udostępniała ich w postaci rabatu od wartości zakupów dokonanych przy okazji wizyty ze świadectwem szkolnym. Rabat był bowiem naliczany na kartę bonusową pod warunkiem jednorazowych zakupów na kwotę powyżej 300 zł, a z rabatu można było skorzystać dopiero przy okazji kolejnych zakupów - najwcześniej następnego dnia po uzyskaniu rabatu.

W opinii Prezesa Urzędu, warunki akcji promocyjnej jakie wynikały z przekazu reklamowego odbiegały od warunków określonych w Regulaminie, które istotnie ograniczały zakres oferty promocyjnej Spółki, czego konsument nie mógł ustalić zapoznając się z zakwestionowanymi reklamami radiowymi. W ocenie Prezesa Urzędu ww. istotne warunki promocji powinny być podane w reklamie radiowej.

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługują się

pojęciem przeciętnego konsumenta, z punktu widzenia którego powinna być dokonana ocena każdej praktyki rynkowej. Art. 2 pkt 8 tej ustawy za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tych cech dokonuje się 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.

Zgodnie z Regulaminem uczestnikiem akcji promocyjnej „Płacimy za oceny”, mogła być osoba fizyczna, posiadająca pełną zdolność do czynności prawnej, która okazała świadectwo szkolne wydane przez szkołę w 2017 roku, przy czym jedno świadectwo uprawniało do uzyskania jednorazowego rabatu. Adresatem reklam TERG dotyczących ww. promocji był zatem ogół konsumentów, którzy mogli przedstawić świadectwo szkolne z 2017 roku (np.: świadectwo swojego dziecka). Grupa ta jest na tyle szeroka i różnorodna, że nie sposób wskazać na szczególne jej cechy, które determinowałyby konieczność przyjęcia w tej sprawie innego niż ogólny wzorzec przeciętnego konsumenta.

W konsekwencji, w tej sprawie za przeciętnego konsumenta Prezes Urzędu uznaje 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 nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. 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 w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W ocenie Prezesa Urzędu, adresatem reklam Przedsiębiorcy nie jest konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy. Jest to więc osoba, która wie, że szczegółowe warunki promowanej oferty są zawarte w Regulaminie promocji, ewentualnie może je poznać nawiązując np. kontakt z przedstawicielem Przedsiębiorcy, ale jednocześnie oczekuje, że w reklamach podane są rzetelne informacje o **podstawowych** cechach tej oferty, które nie wprowadzają w błąd.

W opinii Prezesa Urzędu, uzasadnione jest stwierdzenie, że zakwestionowane reklamy mogły wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd co do dostępności oferowanego produktu pod względem przedmiotowym, tj. możliwości skorzystania z promocji bez żadnych ograniczeń. Zapoznając się z tymi reklamami, dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przeciętny polski konsument nie był w stanie ustalić m.in., że mógł skorzystać z promocji pod warunkiem dokonania uprzednich zakupów na

kwotę jednostkową powyżej 300 zł. Bez znaczenia jest przy tym odesłanie w reklamie radiowej do regulaminu promocji. Wskazanie na możliwość uzyskania dodatkowych, szczegółowych informacji z określonych źródeł nie może bowiem służyć do prostowania informacji zawartych w reklamach. Rozstrzygające znaczenie ma bowiem odbiór przekazu reklamowego Spółki przez przeciętnego konsumenta w chwili zapoznania się z nim. Podobne stanowisko zajął Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 19 grudnia 2007 r. sygn. XVII Ama 64/07, w którym uznał że przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży.

W niniejszej sprawie przeciętny konsument mógł uznać, że skoro reklamy nie wskazują żadnych ograniczeń promocji, to oferta TERG ma charakter szeroki, w tym m.in. będzie dotyczyła zakupów dokonanych przy okazji okazania świadectwa szkolnego i to bez ograniczeń dotyczących ich wartości.

Zdaniem Prezesa Urzędu, informacja o tym, że konsumenci nie otrzymają pieniędzy, a rabat naliczany na kartę bonusową do wykorzystania podczas kolejnych zakupów w sklepach stacjonarnych sieci Media Expert, pod warunkiem uprzedniego dokonania zakupów za kwotę jednostkową powyżej 300 zł, ma charakter istotny. Dotyczy podstawowego aspektu promowanego produktu - jego dostępności. Informacja ta pozwala przeciętnemu konsumentowi na bezpośrednie ustalenie zakresu przedmiotowego oferty Spółki. Jest więc potrzebna przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, a tym samym co najmniej potencjalnie może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Stosownie do art. 2 pkt 7 u.p.n.p.r., przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Najwyższego wyrażonym w wyroku z dnia 4 marca 2014 r. III SK 34/13, „decyzją dotyczącą transakcji jest każda podejmowana przez konsumenta decyzja co do tego, czy, jak i na jakich warunkach dokona zakupu”, a zatem nie tylko decyzja o dokonaniu bądź niedokonaniu zakupu produktu (zawarciu umowy o świadczenie reklamowanych dodatkowych usług telekomunikacyjnych), lecz także decyzja, która ma z nią bezpośredni związek, w szczególności zaś decyzja „o wejściu do sklepu” (punktu, w którym powyższe umowy są zawierane)”<sup>1</sup>. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd zaniechaniu nie musi zatem finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

W opinii Prezesa Urzędu, kierując się treścią zakwestionowanych reklam przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, że w rzeczywistości oferta Spółki jest ograniczona pod względem przedmiotowym, a dla skorzystania z niej konieczne jest dokonanie uprzednich zakupów za określoną kwotę.

---

<sup>1</sup> M. Sieradzka, Glosa do wyroku SN z dnia 4 marca 2014 r. III SK 34/13, internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2014, nr 6(3), s. 125.

Decyzja dotycząca umowy może polegać m.in. na zainteresowaniu się przeciętnego konsumenta ofertą promocyjną Spółki, czy też podjęciu działań w celu uzyskania dodatkowych lub szczegółowych informacji o tej ofercie.

W świetle dokonanych ustaleń, Prezes Urzędu uznał za uprawdopodobnione, że zaniechanie TERG może spełniać przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 u.p.n.p.r.

Trzeba przy tym podkreślić, że Prezes Urzędu - zgodnie z dyspozycją art. 6 ust. 6 u.p.n.p.r. - wziął w tej sprawie pod uwagę ograniczenia wynikające ze specyfiki reklamy radiowej, w tym przede wszystkim ograniczenia czasowe. Jednak analiza sprawy, w tym porównanie treści reklamy radiowej i reklamy emitowanej przez Spółkę poprzez głośniki w sklepach, wykazała, że nawet w ograniczonej formule czasowej możliwe było sformułowanie przekazu, który nie wprowadzał w błąd.

Powyżej wskazano, że dla uprawdopodobnienia naruszenia przez TERG zakazu określonego w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów niezbędne jest także uprawdopodobnienie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy 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 stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest 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 (choćaby 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 stosowanej przez Spółkę praktyki. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

Praktyka Terg mogła godzić w interesy nieograniczonej liczby osób, których nie da się zidentyfikować - wszystkich potencjalnych odbiorców reklam radiowych Spółki, którzy zapoznali się z nimi lub mogli się z nimi zapoznać. Potencjalnie w promocji „Płacimy

za oceny” mógł brać udział każdy rodzic, opiekun prawny nieletniego lub pełnoletniego uczęszczającego do szkoły, jak i dorosłe osoby pobierające naukę w szkołach podstawowych dla dorosłych, gimnazjalnych lub ponadgimnazjalnych.

Z tego względu, w ocenie Prezesa Urzędu, interes konsumentów, który mógł zostać naruszony w wyniku działań podejmowanych przez Spółkę nie stanowi sumy indywidualnych interesów poszczególnych klientów, lecz ma charakter zbiorowy, co przesądziło o uznaniu, że zakwestionowane zaniechanie mogło godzić w zbiorowy interes konsumentów.

Z uwagi na powyższe, Prezesa Urzędu uznał, że na obecnym etapie postępowania **zostało uprawdopodobnione** naruszenie przez TERG zakazu, o którym mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

### **Zobowiązanie Przedsiębiorcy**

Jak już zaznaczono, warunkiem niezbędnym do zastosowania art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest ponadto **zobowiązanie się przedsiębiorcy**, któremu jest zarzucane naruszenie art. 24, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków.

Spółka złożyła wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Uwzględniając uwagi Prezesa Urzędu Przedsiębiorca zmodyfikował i doprecyzował złożony wniosek. Treść zobowiązania Spółki została szczegółowo opisana w sentencji niniejszej decyzji.

Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania. Przedmiot zobowiązania pozostaje w bezpośrednim związku z zarzucaną Spółce praktyką. Obejmuje on zobowiązanie Spółki do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków naruszenia. Wskazać należy, iż wdrożenie zaproponowanych przez Spółkę działań spowoduje usunięcie skutków stosowanej praktyki w możliwie największym stopniu, a jednocześnie pozwoli osiągnąć podstawowe cele decyzji zobowiązującej, a mianowicie szybkość i efektywność załatwienia sprawy dla dobra interesu publicznego. Za przyjęciem zobowiązania Spółki przemawia również okoliczność, że w toku postępowania Prezes Urzędu nie stwierdził przypadku postępowania reklamacyjnego, w którym Przedsiębiorca odmówiłby uwzględnienia reklamacji związanej z przedmiotową akcją promocyjną.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji decyzji.

### **4. Informacja o stopniu realizacji zobowiązania**

Stosownie do art. 28 ust. 3 u.o.k.k. elementem obligatoryjnym decyzji zobowiązującej jest nałożenie przez Prezesa Urzędu obowiązku składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązania. W pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek przedstawienia informacji o stopniu realizacji przyjętych zobowiązań, poprzez przedłożenie:

1. danych dotyczących liczby klientów, którym przyznano kwotę 60 zł, o której mowa w pkt I.1 sentencji decyzji;

2. potwierdzonej za zgodność z oryginałem kopii publikacji prasowej opisanej w pkt I.2 sentencji decyzji,
3. dowodów potwierdzających wykonanie zobowiązań opisanych w pkt I.3 i I.4 sentencji decyzji.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przedstawienie wymienionych informacji i dokumentów pozwoli na ocenę, czy Przedsiębiorca faktycznie wykonał przyjęte w decyzji zobowiązania. Jednocześnie Prezes Urzędu uznał, uwzględniając termin wykonania przez Przedsiębiorcę poszczególnych zobowiązań, że jest on w stanie złożyć bez przeszkód ww. sprawozdanie, w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji.

#### **Pouczenie:**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479<sup>28</sup> § 2 Kodeksu postępowania cywilnego 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.

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

Zgodnie z art. 103 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 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, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego, 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 wykaże, 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

