



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA W BYDGOSZCZY

ul. Długa 47, 85-034 Bydgoszcz
Tel. (52) 345-56-44, Fax (52) 345-56-17
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 4 listopada 2014 r.

WERSJA JAWNA

Znak: RBG-61-24/14/JM

DECYZJA Nr RBG – 34/2014

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy – po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko **Tadeuszowi Grzelakowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak w Olsztynie**

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

po uprawdopodobnieniu stosowania przez **Tadeusza Grzelaka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak w Olsztynie** praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na stosowaniu na ulotkach haseł reklamowych o treści: „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez sprawdzania w BIK i KRD*”, „*bez zdolności kredytowej*”, „*Pożyczki !! w 5 min*”, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny zdolności kredytowej, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) i może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

oraz po zobowiązaniu się przez **Tadeusza Grzelaka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak w Olsztynie** do zaniechania tych działań poprzez niezwłoczne wycofanie z obiegu ulotek zawierających hasła „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez sprawdzania w BIK i KRD*”, „*bez zdolności kredytowej*”, „*Pożyczki !! w 5 min*” i podobne, jak również redagowanie haseł reklamowych niewprowadzających w błąd odnośnie obowiązku badania zdolności kredytowej,

nakłada się obowiązek wykonania tego zobowiązania w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Tadeusza Grzelaka prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak w Olsztynie obowiązek przedłożenia Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes UOKiK) sprawozdania z wykonania nałożonych zobowiązań, w szczególności informacji o dacie wycofania z obiegu ulotek zawierających hasła reklamowe o treści: „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez sprawdzania w BIK i KRD*”, „*bez zdolności kredytowej*”, „*Pożyczki !! w 5 min*” i sposobie ich utylizacji, jak również informacji o nowych ulotkach bądź innych formach reklamy wprowadzonych do obiegu przez Stronę oraz załączenia ewentualnych dokumentów i materiałów (w tym nowych reklam niezawierających haseł wprowadzających w błąd odnośnie obowiązku badania zdolności kredytowej) potwierdzających wykonanie zobowiązania,

w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes UOKiK w związku z zawiadomieniem Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bartoszycach wszczął postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RBG-405-09/13/JM mające na celu wstępne ustalenie, czy Tadeusz Grzelak prowadzący w ramach działalności gospodarczej pod firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak, przedsiębiorstwo Lombard Golden King w Olsztynie (dalej: Tadeusz Grzelak lub Strona), w zakresie świadczenia usług finansowych, w tym udzielania kredytu konsumenckiego, naruszył przepisy ww. ustawy uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz czy stosowane przez niego wzorce umów zawierają niedozwolone postanowienia umowne, a co za tym idzie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, tj. art. 479³⁸§1 i art. 479³⁹ k.p.c. w związku z art. 385¹-385³ k.c.

Analiza materiału zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego pozwoliła Prezesowi UOKiK przyjąć, iż istnieje podejrzenie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, polegającego na stosowaniu w ulotkach haseł reklamowych o treści: „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez sprawdzania w BIK i KRD*”, „*bez zdolności kredytowej*”, „*Pożyczki !! w 5 min*”, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny zdolności kredytowej. Wobec powyższego, postanowieniem nr RBG-155/2014 z dnia 23 lipca 2014 r. wszczęto niniejsze postępowanie, zarzucając Tadeuszowi Grzelakowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik w związku z art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206; dalej: upnpr). Tym samym postanowieniem zaliczono w poczet materiału dowodowego dokumenty i informacje zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RBG-405-09/13/JM.

Dnia 23 lipca 2014 r. wezwano Stronę do ustosunkowania się do zarzutów przedstawionych w ww. postanowieniu.

W piśmie z dnia 14 sierpnia 2014 r. Tadeusz Grzelak potwierdził stosowanie w ulotkach haseł reklamowych o przywołanej wyżej treści. Wyjaśnił, że wzorował się na większych

i dłużej działających na rynku przedsiębiorstwach, wnioskując, że skoro one posługują się takimi hasłami, to są one dozwolone. Wskazał dodatkowo, że bada zdolność kredytową konsumentów bez korzystania z informacji Biura Informacji Kredytowej S.A. (BIK) i biur informacji gospodarczej. W tym zakresie opiera się na informacjach uzyskanych od klienta, to jest zaświadczeniach o zarobkach lub innych dochodach, zeznaniach podatkowych (PIT), oświadczeniach klienta o zaciągniętych pożyczkach itp. Hasło „*bez BIK*” miało, zdaniem ww. przedsiębiorcy, tylko i wyłącznie wskazywać różnice między jego ofertą a usługami kredytowymi oferowanymi przez banki, które sprawdzają poziom zadłużenia w BIK.

Odnosnie stosowanych haseł, Tadeusz Grzelak wskazał, że zastosował w nich przesadę charakterystyczną dla reklamy i sądził, że tak to zostanie odebrane przez klientów. Przykładowo wskazał: „*Trudno bowiem przypuszczać, że proces udzielania pożyczki będzie trwał dosłownie 5 minut. Hasło ‘pożyczka w 5 minut’ miało tylko pokazać, iż niezbędne formalności trwają krótko, czyli tak samo długo jak w większych przedsiębiorstwach jak np. Provident, Wonga, Vivus.*”

Jednocześnie Strona zobowiązała się w ww. piśmie do niezwłocznego wycofania z obiegu wadliwych ulotek i redagowania w przyszłości haseł „nieposiadających tego typu błędów”.

Prezes UOKiK zawiadomił Stronę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy (pismo z dnia 14 października 2014 r.). Z powyższego uprawnienia Strona nie skorzystała.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

Tadeusz Grzelak od 25 października 1991 r. prowadzi działalność gospodarczą w Olsztynie pod firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG). Przedsiębiorca prowadzi działalność w przeważającej mierze w zakresie udzielania pożyczek (PKD 64.92.Z. Pozostałe formy udzielania kredytów).

(dowód: wydruk z CEIDG z dnia 1 września 2014 r.)

Tadeusz Grzelak dysponuje na terenie Olsztyna dwoma lokalami, w których obsługiwani są klienci (w Centrum Handlowym Jakub, Pl. Jedności Słowiańskiej 1 i na Dworcu PKS w Olsztynie, Pl. Konstytucji 3 Maja 3). Strona posługuje się, poza firmą Telegaleria Tadeusz Grzelak, również nazwą przedsiębiorstwa Lombard Golden King. Umowy kredytu konsumenckiego zawierane są w ww. lokalach lub kancelariach notarialnych. Strona nie kontaktuje się z klientami przez Internet i nie zawiera umów z konsumentami za pomocą środków porozumiewania się na odległość, ani też przez przedstawicieli handlowych czy też agentów poza lokalem przedsiębiorstwa.

Tadeusz Grzelak stosuje od 1 grudnia 2009 r. ulotki reklamowe promujące świadczone usługi finansowe polegające na udzielaniu kredytów konsumenckich (pożyczek „chwilówek” do 2000 zł). Ulotki zachęcają do zawierania umów pożyczek m.in. hasłami „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez sprawdzania w BIK i KRD*”, „*bez zdolności kredytowej*”, „*Pożyczki !! w 5 min*”. Na ulotkach widnieje również hasło „*Emeryci, Renciści mile widziani*”.

(dowód: pismo z dnia 15 marca 2013 r. i załączone do niego materiały reklamowe)

Strona dokonuje oceny ryzyka kredytowego (aktualnie: „oceny zdolności kredytowej”) na podstawie danych uzyskanych od konsumenta (zaświadczenia o zarobkach lub innych dochodach, zeznania podatkowe (PIT), oświadczenia klienta o zaciągniętych pożyczkach itp.)

(dowód: pismo z dnia 15 marca 2013 r., pismo z dnia 14 sierpnia 2014 r.)

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Interes publiczny

Przepis art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.; **dalej: uokik**) ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

Niniejsze postępowanie dotyczy podejrzenia stosowania przez Tadeusza Grzelaka, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych wprowadzających w błąd. Praktyka ta może dotyczyć wszystkich potencjalnych klientów przedsiębiorcy, którzy chcieliby skorzystać z jego oferty i zawrzeć umowę o kredyt konsumencki. Uznać wobec tego należy, iż niniejsze postępowanie prowadzone było w interesie publicznym.

Strona postępowania

Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określony w art. 24 ust. 1 uokik dotyczy jedynie przedsiębiorców, a zatem stroną postępowania prowadzonego przed Prezesem UOKiK może być jedynie podmiot posiadający status przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przepisy art. 4 pkt 1 uokik w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 672, z późn. zm.) definiują przedsiębiorcę jako osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą – czyli zgodnie z art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową a także zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły – a także mającą charakter zarobkowy.

Tadeusz Grzelak jest wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i prowadzi działalność gospodarczą od 1991 r. w zakresie usług finansowych, która ma charakter zorganizowany, ciągły i zarobkowy.

Wobec powyższego należy uznać, iż Tadeusz Grzelak jest w świetle cytowanych przepisów przedsiębiorcą. W konsekwencji, jego działania mogą być poddane ocenie w toku postępowania przed Prezesem UOKiK.

Uprawdopodobnienie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania przed Prezesem UOKiK w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 uokik, jednak zobowiąże się on do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes UOKiK może w drodze decyzji nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

Analiza przepisu art. 28 ust. 1 uokik pozwala jednoznacznie stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia dwóch warunków:

- uprawdopodobnienia w trakcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, iż przedsiębiorca stosuje niedozwoloną praktykę, o której mowa w art. 24 ww. ustawy (w tym uprawdopodobnienie łącznie dwóch przesłanek: bezprawności działania przedsiębiorcy i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów),
- zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom.

Uprawdopodobnienie (*semiplena probatio*) oznacza, że na korzyść Strony postępowania (przedsiębiorcy) odstąpiono od udowodnienia określonych faktów na rzecz uprawdopodobnienia, na podstawie okoliczności sprawy, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania, że stosuje on określoną w art. 24 uokik praktykę.¹

Uprawdopodobnienie bezprawności działania przedsiębiorcy

Art. 24 ust. 1 uokik stanowi, iż zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik wskazuje z kolei, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, m.in. **nieuczciwe praktyki rynkowe**.

Zgodnie z **art. 4 ust. 1 upnpr**, 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. **Art. 4 ust. 2 upnpr** stanowi z kolei, iż za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1. **Art. 5 ust. 1 upnpr** wskazuje natomiast, iż praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W tym miejscu zważyć należy, iż ocenę nieuczciwości praktyki rynkowej przeprowadza się, badając, czy zniekształca ona lub może zniekształcać zachowanie rynkowe **przeciętnego konsumenta**. Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 8 upnpr przez

¹ M. Sieradzka [w:] K.Kohutek, M.Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 681;

„przeciętnego konsumenta” rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny 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 i umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.

W niniejszej sprawie model przeciętnego konsumenta należy zatem odtworzyć w oparciu o ogół konsumentów, do których adresowane są usługi Tadeusza Grzelaka (pozabankowe pożyczki kierowane do konsumentów, z krótkim terminem spłaty – tzw. „chwilówki”). Klientem ww. przedsiębiorcy może być każda osoba dorosła. Do tego grona zaliczyć można w szczególności osoby, które nie mogą uzyskać kredytu w banku z uwagi na niespełnienie wymogów co do zdolności kredytowej. Należy więc sądzić, że klientami Tadeusza Grzelaka w przeważającej mierze są osoby w złej sytuacji finansowej, potrzebujące dodatkowych środków pieniężnych.

Mimo, że nie można zwolnić osób będących w złej kondycji ekonomicznej z krytycznego oceniania przekazów reklamowych, to jednak należy przypuszczać, że konsumenci należący do tej grupy są bardziej skłonni dosłownie traktować hasła promocyjne stwarzające wrażenie, że ich zdolność kredytowa nie będzie badana („*bez zdolności kredytowej*”, „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez zaświadczeń*”, „*Pożyczki w 5 min*”), gdyż charakteryzują się większą od innych osób determinacją w poszukiwaniu dodatkowych źródeł finansowania swoich wydatków.

Na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego ustalono, że Tadeusz Grzelak stosuje od 1 grudnia 2009 r. ulotki reklamowe promujące świadczone usługi finansowe polegające na udzielaniu kredytów konsumenckich (pożyczek „chwilówek” do 2000 zł). Ulotki zachęcają do zawierania umów pożyczek m.in. hasłami „*bez zaświadczeń o dochodach*”, „*bez sprawdzania w BIK i KRD*”, „*bez zdolności kredytowej*”, „*Pożyczki !! w 5 min*”. Według oceny Prezesa UOKiK, tego typu przekaz reklamowy może wprowadzać w błąd **przeciętnego konsumenta** (zgodnie z modelem przedstawionym powyżej), wzbudzając przekonanie, iż można otrzymać u Tadeusza Grzelaka pożyczkę bez sprawdzania, czy pożyczkobiorca jest zdolny ją zwrócić, innymi słowy – bez sprawdzania zdolności kredytowej, w tym wysokości dochodów, czy też ewentualnego zadłużenia i stanu innych zobowiązań. Przekaz ten jest wzmocniony przez podkreślenie, iż pożyczkę u Tadeusza Grzelaka otrzymuje się „*w 5 minut*”. Tak formułowane przekazy reklamowe mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do dostępu do usług Strony, sugerując bezwarunkowe udzielenie pożyczki - bez względu na wynik oceny zdolności kredytowej.

Dla przeciętnego konsumenta może to oznaczać, że jego sytuacja finansowa jest dla pożyczkodawcy zupełnie nieistotna. W ocenie Prezesa UOKiK powyższe zapewnienia mogą wpłynąć na decyzję konsumenta dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął.

Należy tymczasem wskazać, że 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715, z późn. zm.; dalej również: **ukk**) nakłada na kredytodawcę obowiązek dokonania oceny zdolności kredytowej konsumenta przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki (przed zmianą ustawy obowiązującą od 17

stycznia 2014 r. był to obowiązek dokonania „oceny ryzyka kredytowego”). Przez ocenę zdolności kredytowej rozumie się ocenę zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki, dokonywaną przez kredytodawcę (art. 5 pkt 16 ukk). Ocena zdolności kredytowej dokonywana jest na podstawie informacji uzyskanych od konsumenta lub na podstawie informacji pozyskanych z odpowiednich baz danych lub zbiorów danych kredytodawcy (art. 9 ust. 2 ukk).

Strona w pismach z dnia 15 marca 2013 r. (pkt 9) i z dnia 14 sierpnia 2014 r. przyznała, iż dokonuje oceny ryzyka kredytowego (aktualnie: „oceny zdolności kredytowej”) na podstawie danych uzyskanych od konsumenta, w tym zaświadczeń o dochodach. Potwierdzają to również zapisy przedłożonych formularzy informacyjnych, o których mowa w art. 14 ukk. Strona przyznaje również (w drugim ze wskazanych ww. pism), że niemożliwym jest udzielenie pożyczki w 5 minut, jak deklaruje na ulotkach. Sugerowanie więc, że zdolność kredytowa konsumenta nie ma znaczenia i że nie jest weryfikowana (informacja bezpośrednia – „bez zdolności kredytowej” i pośrednia – m.in. poprzez sugestię, że pożyczki udziela się w 5 minut, który to czas jest zbyt krótki dla sprawdzenia kondycji finansowej klienta metodami stosowanymi przez Stronę) może wprowadzać kontrahentów Tadeusza Grzelaka w błąd co do warunków uzyskania pożyczki. Konsument, zachęcony fałszywą informacją, może podjąć decyzję o zaciągnięciu kredytu konsumenckiego u ww. przedsiębiorcy. Zniekształcenie jego decyzji polega na tym, że może dokonać wyboru oferty Tadeusza Grzelaka, czego nie uczyniłby, gdyby był świadom, iż w rzeczywistości przedsiębiorca ten dokonuje oceny zdolności kredytowej, wykonując w tym zakresie tak jak inni kredytodawcy obowiązek ustawowy.

W ocenie Prezesa UOKiK, opisana wyżej praktyka rynkowa stosowana przez Tadeusza Grzelaka stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 upnpr. Przesłankę bezprawności należy zatem uznać, w przypadku opisanej wyżej praktyki, za uprawdopodobnioną.

Uprawdopodobnienie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów sformułowała definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stanowiąc w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 uokik (podejmowanie ochrony konsumentów w interesie publicznym) należy przyjąć, że **ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy**. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę (por. wyrok SA w Warszawie z dnia 10 lipca 2008r., sygn. VI ACa 306/08)².

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu wyroku z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt: I CKN 504/01) stwierdził, iż: „nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy

² Miąsik D., [w:] Skoczny T. (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2009, s. 962.

antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów”.

W ocenie Prezesa UOKiK, uprawdopodobnione w przedmiotowej decyzji działania Tadeusza Grzelaka, polegające na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych, mogą godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Stroną umowy pożyczki oferowanej przez Tadeusza Grzelaka może być każda pełnoletnia osoba - oferta kierowana jest do ogółu i jest powszechnie dostępna. Umowy kredytu konsumenckiego zawierane są wprowadzić wyłącznie w 2 lokalach prowadzonych przez ww. przedsiębiorcę na terenie Olsztyna, jednak można przypuszczać,

że ich lokalizacja – dworzec autobusowy i centrum handlowe w mieście wojewódzkim – sprawia, iż usługi Tadeusza Grzelaka są świadczone zarówno mieszkańcom Olsztyna, jak i przyjezdnym. Krąg adresatów praktyki zatem nie jest z góry określony.

Zgodnie z poglądem, który zaprezentował Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z 13 stycznia 2009 r.: **„jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów”** (sygn. akt: XVII Ama 26/08).

W świetle powyższego, należy uznać za uprawdopodobnione, iż w rozpatrywanym stanie faktycznym, zachowanie Tadeusza Grzelaka nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz może wpływać niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy ewentualnych kontrahentów przedsiębiorcy. Jest tak z uwagi na fakt, iż reklama w postaci ulotki z samej swej istoty kierowana jest do nieograniczonego, najlepiej jak najszerszego, kręgu osób.

Zobowiązanie przedsiębiorcy

W toku niniejszego postępowania, Strona złożyła zobowiązanie do zaprzestania naruszeń przytoczone w sentencji niniejszej decyzji. Zobowiązanie przedsiębiorcy stanowi jednostronny akt woli, który w sytuacji wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 uokik staje się obowiązkiem prawnym.³ Prezes UOKiK uznał, iż realizacja propozycji przedstawionych przez Tadeusza Grzelaka (wycofanie wadliwych ulotek z obiegu, powstrzymanie się od używania haseł sugerujących brak obowiązku badania zdolności kredytowej) pozwoli zrealizować cele niniejszego postępowania, a mianowicie uchronić konsumentów jako zbiorowość przed działaniami tego przedsiębiorcy mogącymi naruszać ich interesy. Strona przedstawiła propozycję zobowiązania już w pierwszym piśmie w niniejszym postępowaniu, w odpowiedzi na zarzuty Prezesa UOKiK, co tym bardziej uzasadnia jego przyjęcie, z uwagi na realizację postulatów szybkości i prostoty postępowania (art. 12 Kodeksu postępowania administracyjnego).

W decyzji zobowiązującej, o której mowa w art. 28 ust. 1 uokik, Prezes UOKiK może określić termin wykonania zobowiązań (art. 28 ust. 2 uokik). Prezes UOKiK skorzystał w niniejszej sprawie z powyższego uprawnienia, wyznaczając termin 1 miesiąca na realizację przez Tadeusza Grzelaka zobowiązania. Jest to okres wystarczający na wykonanie działań, do których Strona się zobowiązała (wycofanie dotychczasowych ulotek i przygotowanie nowych – bez haseł wprowadzających w błąd). Strona prowadzi działalność gospodarczą,

³

M.Sieradzka [w:] K.Kohutek, M.Sieradzka, *Ustawa (...)*, op.cit., s. 681-682;

a zatem i podejmuje decyzje dotyczące swojego przedsiębiorstwa, jednoosobowo. Oznacza to, że wykonanie zobowiązania nie wymaga dodatkowego czasu na czynności formalne (np. zwołanie zgromadzenia wspólników, podjęcie uchwały).

Zgodnie z art. 28 ust. 3 uokik z kolei, w przypadku wydania decyzji zobowiązującej, Prezes UOKiK jest zobowiązany do nałożenia na przedsiębiorcę obowiązku składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Termin ten wyznaczono na 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, co jest czasem wystarczającym dla celów sporządzenia sprawozdania dla Prezesa UOKiK i udokumentowania wykonania zobowiązania.

W związku z powyższym Prezes UOKiK orzekł jak w pkt I i II sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 1 i § 2 Kodeksu postępowania cywilnego od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **w terminie dwutygodniowym** od dnia jej doręczenia.

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Bydgoszczy
Piotr Adamczewski