



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

Wrocław, 20 grudnia 2004 r.

RWR 61-17/04/DR

DECYZJA Nr 40/2004

Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. *w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania wszczętego na wniosek Powiatowego Rzecznika Konsumentów z Międzyrzecza przeciwko LUBUSKIEMU CENTRUM FINANSOWEMU Sebastian Konowalik z siedzibą przy ul. Bohaterów Westerplatte 16, 65-001 w Zielonej Górze, w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 23a powołanej ustawy, działania LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO Sebastian Konowalik z siedzibą w Zielonej Górze, polegające na:

- zamieszczeniu w lokalnym tytule prasowym „Gazecie Lubuskiej“, wprowadzającej w błąd reklamy o treści: „KREDYTY – już przy dochodach 500 zł, - bez poręczycieli i zgody współmałżonka, - decyzja kredytowa w godzinę. Kredyty, hipoteczne, mieszkaniowe, na spłatę innych kredytów. Emeryci, renciści do 94 roku życia”, tj. sugerującej, że reklamująca się Firma udziela kredytów zainteresowanym, gdy w rzeczywistości pośredniczy w uzyskaniu kredytu,

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 25 listopada 2004 r.

UZASADNIENIE

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu, wpłynął wniosek Powiatowego Rzecznika Konsumentów z Międzyrzecza (zw. dalej: Rzecznikiem, Wnioskodawcą) o wszczęcie postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów i nakazanie jej zaniechania, przeciwko Sebastianowi Konowalik, prowadzącemu działalność pod nazwą LUBUSKIE CENTRUM FINANSOWE Sebastian Konowalik z siedzibą przy ul. Bohaterów Westerplatte 16, 65-001 w Zielonej Górze (zw. dalej: Uczestnikiem, LUBUSKIE CENTRUM FINANSOWE).

W uzasadnieniu wniosku Rzecznik wskazał, iż działalność LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO polegająca m.in. na pośrednictwie finansowym, odbywa się z naruszeniem przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), zw. dalej: *ustawą o ochronie (...)*, a w szczególności może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 23a powołanej ustawy, polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez stosowanie reklamy mylnie informującej o zakresie świadczonych usług. Zarzuty Powiatowego Rzecznika Konsumentów z Międzyrzecza dotyczyły zamieszczania w prasie ogłoszeń o treści wskazującej na to, że Uczestnik udziela kredytów konsumentom, gdy w rzeczywistości pośredniczy w uzyskaniu kredytu.

Dowód: wniosek Rzecznika, k. 1 - 2.

2. Reagując na powyższy wniosek, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, postanowieniem nr 156/2004 z dnia 26 października 2004 r., wszczął postępowanie w sprawie możliwości naruszenia przez LUBUSKIE CENTRUM FINANSOWE Sebastian Konowalik zbiorowych interesów konsumentów, o których mowa w art. 23a powołanej wyżej ustawy, polegających na wprowadzaniu konsumentów w błąd, poprzez:

- zamieszczanie w lokalnym tytule prasowym „Gazecie Lubuskiej“, wprowadzającej w błąd reklamy o treści: „KREDYTY – już przy dochodach 500 zł, - bez poręczycieli i zgody współmałżonka, - decyzja kredytowa w godzinę. Kredyty, hipoteczne, mieszkaniowe, na spłatę innych kredytów. Emeryci, renciści do 94 roku życia”, tj. sugerującej, że reklamująca się Firma udziela kredytów zainteresowanym, gdy w rzeczywistości pośredniczy w uzyskaniu kredytu,

Dowód: postanowienie, k. 12 - 13.

3. W odpowiedzi na postawione zarzuty, Uczestnik w piśmie z dnia 12 listopada 2004 r. przyznał, iż rzeczywiście pośredniczy pomiędzy bankiem a klientem w uzyskaniu kredytu przez konsumenta i jednocześnie stwierdził, że w związku z wszczętym przeciwko niemu postępowaniem w sprawie zbiorowego naruszenia interesów konsumentów zmieni swoją reklamę w taki sposób, aby informowała zainteresowanych, że są to typowe kredyty bankowe.

W związku z powyższym, w załączeniu do pisma z dnia 25 listopada 2004 r., Uczestnik przesłał zmienioną reklamę, zamieszczoną w „Gazecie Lubuskiej” w dniu 25 listopada 2004 r. o treści: „KREDYTY – wysokie kwoty bez zgody współmałżonka i poręczycieli, - szybka decyzja kredytowa, - bez opłat wstępnych, - kredyty bankowe. Kredyty, hipoteczne, mieszkaniowe, na spłatę innych kredytów. Emeryci, renciści do 94. roku życia”.

Dowód: pisma Uczestnika, k. 18 – 19; k. 24 – 25.

II. W toku postępowania dowodowego Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Rzecznik konsumentów, który wykonuje zadania samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów (art. 34 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji...*) jest podmiotem uprawnionym do wystąpienia z wnioskiem o wszczęcie postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (art. 100a ust. 1 pkt 3 powołanej ustawy).

2. Uczestnik prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą LUBUSKIE CENTRUM FINANSOWE Sebastian Konowalik z siedzibą w Zielonej Górze. Przedmiotem jego działalności jest pośrednictwo finansowe pomiędzy bankiem a konsumentem, prowadzone na terenie byłego województwa zielonogórskiego.

Dowód: kserokopia zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, k. 20; pismo wyjaśniające Uczestnika, k. 18 - 19.

3. Uczestnik zamieszczał w „Gazecie Lubuskiej” reklamę swojej działalności o treści:

- „KREDYTY – już przy dochodach 500 zł, - bez poręczycieli i zgody współmałżonka, - decyzja kredytowa w godzinę. Kredyty, hipoteczne, mieszkaniowe, na spłatę innych kredytów. Emeryci, renciści do 94. roku życia”.

Dowód: kserokopia ogłoszeń z „Gazety Lubuskiej”, k. 3 – 9.

4. W trakcie postępowania w sprawie zbiorowego naruszenia interesów konsumentów, Uczestnik poinformował, iż zaprzestał stosowania reklamy, która była podstawą wszczęcia przeciwko niemu postępowania i zamieścił w „Gazecie Lubuskiej” w dniu 25 listopada 2004 r. reklamę o niniejszej treści:

- „KREDYTY, - wysokie kwoty bez zgody współmałżonka i poręczycieli, - szybka decyzja kredytowa, - bez opłat wstępnych, - kredyty bankowe. Kredyty, hipoteczne, mieszkaniowe, na spłatę innych kredytów. Emeryci, renciści do 94. roku życia”.

Dowód: pismo Uczestnika, k. 24; nowa treść reklamy, k. 25.

III. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Ustawa *o ochronie ...* określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1). Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczno – prawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu nieograniczonej liczby konsumentów, zawierających za pośrednictwem LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO umowy kredytowe.

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy *o ochronie ...*: „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”. Zgodnie zaś z art. 23a ust. 2 powołanej ustawy „Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę (...)”.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie prawnej przed godzącymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami, działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany katalog ma charakter przykładowy.

Do stwierdzenia w niniejszej sprawie praktyki z art. 23a powołanej ustawy o ochronie (...) konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

1. bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na stosowaniu wprowadzającej w błąd reklamy,
2. godzenie tymi działaniami w interes konsumentów
3. naruszenie tymi działaniami zbiorowego interesu konsumentów.

Ad. 1) Zarzuty Wnioskodawcy, objęte niniejszym postępowaniem dotyczą zamieszczenia w lokalnym tytule prasowym „Gazecie Lubuskiej”, wprowadzającej w błąd reklamy o treści: „KREDYTY – już przy dochodach 500 zł, - bez poręczycieli i zgody współmałżonka, - decyzja kredytowa w godzinę. Kredyty, hipoteczne, mieszkaniowe, na spłatę innych kredytów. Emeryci, renciści do 94 roku życia”, sugerującej, że reklamująca się Firma bezpośrednio udziela kredytów zainteresowanym.

Tymczasem przeprowadzone postępowanie dowodowe wykazało, że Uczestnik postępowania wyłącznie pośredniczy w uzyskaniu przez konsumenta kredytu bankowego, zaś ogłoszenie prasowe takiej informacji nie zawierało.

Dowód: wypis z ewidencji działalności gospodarczej, k. 11; pismo Uczestnika, k. 18 – 19.

Aktem prawnym, do którego należy odwołać się w niniejszej sprawie jest ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), zw. dalej: ustawą *o zwalczaniu ...*. Ustawa ta reguluje zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji, określając m.in. prawa i obowiązki przedsiębiorców, którzy prowadząc działalność gospodarczą zobowiązani są do uczciwego informowania o zakresie świadczonych przez siebie usług i nie wprowadzania w błąd konsumentów poprzez stosowanie reklamy zawierającej nierzetelne informacje (co ma miejsce w niniejszym przypadku).

Według art. 16 ust. 1 pkt 2 powołanej ustawy, czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest bowiem reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi.

Uczestnik stosował reklamę powodującą u konsumenta po jej przeczytaniu wyobrażenia o możliwości szybkiego uzyskania kredytu w postaci otrzymania do dyspozycji środków finansowych na określone cele, bezpośrednio od ogłaszającej się Firmy. W okolicznościach tej sprawy taka reklama koliduje z dobrymi obyczajami, narusza dobre obyczaje kupieckie.

Reklama ma nie tylko funkcję informacyjną, ale również zachęca do skorzystania z danej usługi bądź zakupu towaru. W związku z tym przy ocenie reklamy wprowadzającej w błąd, zgodnie z art. 16 ust. 2 ustawy *o zwalczaniu* należy uwzględnić m.in. jej wpływ na zachowanie konsumenta i podejmowane przez niego decyzje co do wyboru przedmiotu transakcji i kontrahenta. Jest oczywiste, że decyzje podjęte przez konsumenta w oparciu o informacje nierzetelne, niepełne lub zafałszowane mogą być dla niego niekorzystne i konsument mógłby ich w ogóle nie podjąć, gdyby ogłoszenie wskazywało wyraźnie, iż Uczestnik nie udziela kredytów, lecz prowadzi pośrednictwo finansowe, współpracując z bankiem.

„Reklama niepełna uważana jest w doktrynie za informację reklamową wprowadzającą w błąd” (por. *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, pod red. J. Szwaji, wyd. C.H. Beck, Warszawa 2000, s. 460).

Jak wspomniano, przy ocenie reklamy wprowadzającej w błąd należy uwzględnić wszystkie jej elementy dotyczące nie tylko reklamowanych usług, ale także zachowania się klienta. W tym znaczeniu należy niewątpliwie oceniać informacje o możliwości uzyskania kredytu przez konsumentów o niskich dochodach, na warunkach bardziej korzystnych niż tych, które oferowane są przez banki. Informacja ta, w przypadku wielu klientów, mogła mieć decydujące znaczenie dla podjęcia decyzji w kwestii skorzystania z oferty LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes UOKiK uznał, iż zamieszczanie w prasie powyżej opisanego ogłoszenia, stanowiło bezprawne działanie polegające na stosowaniu wprowadzającej w błąd reklamy i jednocześnie wypełnia pierwszą z przesłanek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, wymienionych w art. 23a ust. 2 ustawy *o ochronie ...*, zgodnie z którym *za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę*.

Ad 2) Dokonując analizy drugiej przesłanki zastosowania w rozpatrywanej sprawie art. 23a ustawy *o ochronie(...)* należy stwierdzić, iż opisane działania LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO niewątpliwie godziły w interes konsumenta, albowiem prawo konsumenta do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji jest jednym z jego zasadniczych praw.

W ocenie Prezesa UOKiK, stosując zakwestionowane ogłoszenie prasowe, LUBUSKIE CENTRUM FINANSOWE naruszyło powyższy obowiązek, ponieważ tworzyło mylne wyobrażenia u adresata reklamy, polegające na pominięciu istotnych dla niego informacji, co mogło skłaniać konsumentów do podpisywania z nim umów. Ogłoszenie to, poprzez zawarte w nim nierzetelne i niepełne informacje, a tym samym wprowadzającą w błąd reklamę, uniemożliwiło podjęcie świadomej decyzji przez konsumenta, swobodę oceny i wyboru, ograniczając wolność jego decyzji rynkowych.

Dowód: pismo Rzecznika, k. 1 – 2.

Jak zatem wynika z powyższego, zakwestionowane przez Prezesa UOKiK działanie Uczestnika było działaniem polegającym na stosowaniu wprowadzającej w błąd reklamy, a tym samym godzącym w ich interesy. To z kolei powoduje, że została spełniona druga z trzech ww. przesłanek – godzenie w interesy konsumentów.

Ad 3) Wymienione wyżej działania Uczestnika dotyczyły niewątpliwie zbiorowego interesu konsumentów. Zgodnie z art. 23a ust. 1 zd. 2 ustawy *o ochronie ...*, zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszym przypadku, umowę z Uczestnikiem mógł zawrzeć każdy, kto z ogłoszeń prasowych, dowiedział się o działalności Uczestnika i rodzaju świadczonych przez niego usług. Reklama zamieszczana w prasie była dostępna dla każdego konsumenta, który potencjalnie mógłby się z nią zetknąć. „Oznacza to, że [reklama] była skierowana do nieokreślonej zbiorowości, której interes naruszano przez publikację reklamy” (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 czerwca 2004 r., Sygn. akt XVII Ama 66/03).

W tej sytuacji, działanie LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO, naruszyło interesy nieoznaczonej liczby konsumentów korzystających z usług pośrednictwa finansowego. To zdaniem Prezesa UOKiK powoduje, że został naruszony zbiorowy interes konsumentów, a jednocześnie została spełniona trzecia z trzech ww. przesłanek.

Mając powyższe na względzie, Prezes UOKiK stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki dla zakwalifikowania opisanych działań LUBUSKIEGO CENTRUM FINANSOWEGO jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 23a ustawy *o ochronie (...)*.

Jednakże zgodnie z art. 23 e ust. 1 ustawy *o ochronie (...)* nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23 a. W takim przypadku Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie jej stosowania. Taka sytuacja ma miejsce w niniejszej sprawie.

Prezes Urzędu stwierdził, iż powyższa praktyka miała charakter czasowy, a jej stosowanie zostało zaniechane z dniem 25 listopada 2004 r.

Od tego dnia bowiem Lubuskie Centrum Finansowe zamieszcza w Gazecie Lubuskiej inne ogłoszenie, tj. takie w którym dodano informację, że Uczestnik udziela kredytów bankowych.

Dowód: pismo Uczestnika, k. 24, reklama w Gazecie Lubuskiej, k. 25.

Jednakże Prezes Urzędu sugeruje, aby w treści ogłoszenia znalazł się zapis mówiący wprost o pośrednictwie między Klientem a Bankiem, co będzie stanowiło pełną i rzetelną informację o świadczonych przez Lubuskie Centrum Finansowe usługach.

Wobec powyższego, należało orzec jak w sentencji.

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

Z up. Prezesa UOKiK
Dyrektor Delegatury UOKiK we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk

Otrzymują:

1. LUBUSKIE CENTRUM FINANSOWE

Sebastian Konowalik
ul. Bohaterów Westerplatte 16
65-001 Zielona Góra

2. Powiatowy Rzecznik Konsumentów

ul. Przemysłowa 2
66-300 Międzyrzecz