



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

pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków
tel./fax (0-12) 421-75-79, 421-74-98
e-mail: krakow@uokik.gov.pl

RKR-61-3/15/SJ/DS-9/15

Kraków, dnia 9 grudnia 2015 roku

DECYZJA NR RKR - 14/2015

Stosownie do art. 33 ust. 4-6 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu – postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów:

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, **działanie Aasa Polska S.A. z siedzibą w Warszawie**, polegające na niewskazywaniu w reklamach pożyczki gotówkowej w ramach jesiennej oraz świątecznej kampanii reklamowej – upowszechnianych w sieci Internet za pośrednictwem bannerów pod hasłem: *Tak niski koszt pożyczki tylko w Aasa* oraz w ulotkach reklamowych pn.: *RODZINNE ŚWIĘTA Z AASA* oraz *STAĆ CIĘ NA SPEŁNIANIE MARZEŃ TAK NISKI KOSZT POŻYCZKI TYLKO W AASA* rozprowadzanych przez biura agentów współpracujących z Aasa Polska S.A. – zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego – na podstawie reprezentatywnego przykładu, informacji o kwocie odsetek, jaką będzie zobowiązany ponieść konsument przy spłacie ww. pożyczki, **co stanowi naruszenie art. 7 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 8 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 roku o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126, poz. 715 ze zm.) i stwierdza się zaniechanie jej stosowania:**

a) z dniem 15 listopada 2014 roku w odniesieniu do jesiennej kampanii reklamowej,

b) z dniem 24 grudnia 2014 roku w odniesieniu do świątecznej kampanii reklamowej.

II. na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 2 i 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, **nakazuje się Aasa Polska S.A. z siedzibą w Warszawie publikację punktu I. sentencji niniejszej decyzji** na stronie internetowej przedsiębiorcy: <https://www.asakredyt.pl/> w ten sposób, że odnośnik do treści punktu I. sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej przedsiębiorcy: <https://www.asakredyt.pl/> oraz być utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

III. na podstawie art. 77 ust. 1 w zw. z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* oraz art. 263 § 1 i 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku - Kodeks postępowania administracyjnego* (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz., 267) w zw. z art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **postanawia się obciążyć Aasa Polska S.A. z siedzibą w Warszawie kosztami niniejszego postępowania w wysokości 28,00 zł** (słownie: dwadzieścia osiem złotych) i zobowiązać przedsiębiorcę do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

UZASADNIENIE

Postanowieniem Nr RKR-257/2014 z dnia 16 grudnia 2014 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) wszczął z urzędu, pod sygnaturą RKR-405-50/14/SJ, postępowanie wyjaśniające, w sprawie wstępnego ustalenia, czy działania Aasa Polska S.A. z siedzibą w Warszawie podejmowane w związku z reklamą kredytów konsumenckich uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

Działalność spółki została poddana analizie pod kątem zgodności z przepisami prawa między innymi wyżej wskazanej *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej: „*ustawa o ochronie ...*”), *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), *ustawy z dnia 12 maja 2011 roku o kredycie konsumenckim* (dalej: „*u.k.k.*” lub „*ustawa o kredycie konsumenckim*”) i innych oraz z dobrymi obyczajami.

W toku postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu wezwał Aasa Polska S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: „spółka”, „Aasa”, „przedsiębiorca”) do dostarczenia informacji w zakresie prowadzonych przez spółkę kampanii reklamowych dotyczących oferowanego przez nią kredytu konsumenckiego w środkach masowego przekazu, a także do dostarczenia innych informacji i dokumentów związanych z reklamowanymi przez przedsiębiorcę pożyczkami gotówkowymi (np. wzorca umownego dotyczącego pożyczki gotówkowej reklamowanej przez spółkę, harmonogramów pełnych spłat ww. pożyczek i innych materiałów).

Na podstawie ustaleń dokonanych w toku ww. postępowania Prezes Urzędu postanowieniem nr RKR-105/2015 wszczął w dniu 24 kwietnia 2015 roku postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Postawiono jej zarzut niewskazywania w reklamach pożyczki gotówkowej w ramach jesiennej oraz świątecznej kampanii reklamowej – upowszechnianych w sieci Internet za pośrednictwem bannerów pod hasłem: *Tak niski koszt pożyczki tylko w Aasa* oraz w ulotkach reklamowych pn.: *RODZINNE ŚWIĘTA Z AASA* oraz *STACĆ CIĘ NA SPEŁNIANIE MARZEŃ TAK NISKI KOSZT POŻYCZKI TYLKO W AASA* rozprowadzanych przez biura agentów współpracujących z Aasa Polska S.A. – zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego – na podstawie reprezentatywnego przykładu, informacji o kwocie odsetek, jaką będzie zobowiązany ponieść konsument przy spłacie ww. pożyczki, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 8 ust. 1 i 2 *ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim* (Dz. U. Nr 126, poz. 715 ze zm.), a poprzez to może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Pismem z dnia 24 kwietnia 2015 roku Aasa została zawiadomiona o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Strona ustosunkowała się do przedstawionych zarzutów w piśmie z dnia 11 maja 2015 roku uznając co do zasady stanowisko i zastrzeżenia Prezesa Urzędu dotyczące stosowanych przez przedsiębiorcę materiałów reklamowych. Z ostrożności procesowej spółka wskazała jedynie, że: (...) *przyjęta przez Prezesa UOKiK wykładnia przepisów w/w ustawy o kredycie konsumenckim, a zwłaszcza art. 5, 7 ust. 1 pkt 1 oraz art. 8 ustawy, jest nowym kierunkiem interpretacyjnym, opartym na wykładni funkcjonalnej, podczas gdy doktryna w tym zakresie przyjmuje wykładnię gramatyczną (vide: M. Chruściak (red.) „Ustawa o kredycie konsumenckim. Rekomendacje interpretacyjne podstawowych regulacji. Komentarz” CH BECK 2012, Z. Ofiarski „Ustawa o kredycie konsumenckim. Komentarz” Wolters Kluwer 2014). Należałoby również podnieść, iż wykładnia przyjęta przez Prezesa UOKiK nie została wcześniej upubliczniona w jakimkolwiek stanowisku lub komunikacie, w związku z czym Spółka nie miała możliwości zapoznać się z tym stanowiskiem i uwzględnić jej w swojej działalności.*

Jednocześnie strona w piśmie z dnia 11 maja 2015 roku zobowiązała się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia zarzucanym naruszeniom oraz wniosła o wydanie decyzji na podstawie art. 28 *ustawy o ochronie ...*, nakładającej na nią obowiązek wykonania tego zobowiązania. Propozycje działań Aasy miałyby polegać na:

1. zaniechaniu newskazywania w reklamach pożyczki gotówkowej – zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego – na podstawie reprezentatywnego przykładu, informacji o kwocie odsetek, jaką będzie zobowiązany ponieść konsument przy spłacie tej pożyczki z dniem uprawomocnienia się decyzji zobowiązującej,
2. wycofaniu z obrotu kwestionowanych przez Prezesa Urzędu reklam, poprzez usunięcie z biur agentów współpracujących ze spółką wszelkich pozostałych ewentualnie ulotek reklamowych pn. RODZINNE ŚWIĘTA Z AASA oraz STAĆ CIĘ NA SPEŁNIANIE MARZEŃ TAK NISKI KOSZT POŻYCZKI TYLKO W AASA w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji zobowiązującej,
3. opracowywaniu i zamieszczaniu w reklamach pożyczki gotówkowej w ramach przyszłych kampanii reklamowych, w tym m. in. upowszechnianych w sieci Internet za pośrednictwem bannerów oraz w formie ulotek reklamowych, zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego – na podstawie reprezentatywnego przykładu, pełnej informacji o kosztach kredytu konsumenckiego, w tym również o kwocie odsetek, jaką będzie zobowiązany ponieść konsument przy spłacie ww. pożyczki w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Pismem z dnia 16 lipca 2015 roku Prezes Urzędu zawiadomił przedsiębiorcę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Przedsiębiorca nie skorzystał z przysługującego mu prawa.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Aasa Polska S.A. z siedzibą w Warszawie jest wpisana pod numerem KRS 0000411939 do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy. Przedsiębiorca prowadzi swoją działalność gospodarczą m. in. w zakresie udzielania pożyczek gotówkowych oraz pośrednictwa pieniężnego.

[dowód: karty nr 9 – 14 oraz 49 - 55]

Prezes Urzędu ustalił, że przedsiębiorca swoje produkty reklamował w Internecie (w formie bannerów) oraz w biurach agentów współpracujących z Aasa Polska S.A. (w formie ulotek). Ponadto na podstawie wyjaśnień spółki ustalono, że kampanie reklamowe prowadzone były przez przedsiębiorcę w następujących okresach:

- a) jesienna kampania reklamowa od 13 października 2014 roku do 15 listopada 2014 roku,
- b) świąteczna kampania reklamowa od 16 listopada 2014 roku do 24 grudnia 2014 roku.

[dowód: karty nr 7 – 8]

W kwestionowanych przez Prezesa Urzędu materiałach marketingowych umieszczonych przez spółkę w Internecie (w formie bannerów o różnych rozmiarach np. 264,6 x 35,3 mm, 264,6 x 70,6 mm, 56,4 x 211,7 mm) znajdowały się m.in. następujące informacje:

- a) *Tak niski koszt pożyczki tylko w Aasa,*
- b) *RODZINNE ŚWIĘTA Z AASA,*
- c) *Przekonaj się (przycisk),*
- d) *Warunkiem udzielenia pożyczki jest pozytywny wynik oceny zdolności kredytowej. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania pożyczki dla reprezentatywnego przykładu pożyczki w wysokości 1500 zł na okres 8 miesięcy wynosi 142,92%. Raty miesięczne (1. 262,35 zł, 2. 261,26 zł, 3. 259,57zł, 4. 258,42 zł, 5. 256,96 zł, 6. 255,41 zł, 7. 254,12 zł, 8. 252,64 zł). Roczna stopa oprocentowania (stopa stała) 9%, opłata przygotowawcza (jednorazowa) 390 zł, opłata administracyjna (koszt*

miesięczny – 15 zł tj. koszt za cały okres – 180 zł. Całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta to 2060,77 zł (stan na dzień 09.04.2014r.),

e) Pożyczkodawcą jest Aasa Polska S.A., ul. Sienna 64, 00 – 825 Warszawa. NIP: 5252528111, Regon: 146017266 zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000411939. Kapitał zakładowy 200000 zł (kapitał wpłacony).

[dowód: karty nr 19 – 24, 29 – 33]

Ponadto konsumenci w biurach agentów współpracujących ze spółką mogli zapoznać się z ulotkami zatytułowanymi: *STAĆ CIĘ NA SPEŁNIANIE MARZEŃ TAK NISKI KOSZT POŻYCZKI TYLKO W AASA* (tzw. kreacja jesienna, rozmiar: 99 x 210 mm, stosowana w ramach jesiennej kampanii reklamowej od 13 października 2014 roku do 15 listopada 2014 roku) oraz *RODZINNE ŚWIĘTA W AASA* (tzw. kreacja świąteczna, rozmiar: 99 x 210 mm, stosowana w ramach świątecznej kampanii reklamowej od 16 listopada 2014 roku do 24 grudnia 2014 roku). Obie ww. ulotki zawierały niepełne informacje dotyczące kosztów pożyczki gotówkowej. Poniżej znajduje się graficzne przedstawienie ww. ulotek:

aasa bliżej ludzi

**STAĆ CIĘ NA SPEŁNIANIE MARZEŃ
TAK NISKI KOSZT POŻYCZKI
TYLKO W AASA**

**SKORZYSTAJ Z
ATRAKCYJNEJ OFERTY:**

- CAŁKOWITA KWOTA POŻYCZKI: **2000 zł.**
- TERMIN SPŁATY: **12 MIESIĘCY**
- RZECZYWISTA ROCZNA STOPA OPROCENTOWANIA: **74,99 %**
- CAŁKOWITA KWOTA DO ZAPŁATY: **2667,56 zł.**

aasa bliżej ludzi **FIRMA WIARYGODNA FINANSOWO**

Całkowita kwota pożyczki: **2000 ZŁ**

RATA	WYSOKOŚĆ RATY
1	229,46 ZŁ
2	227,73 ZŁ
3	226,91 ZŁ
4	225,27 ZŁ
5	224,36 ZŁ
6	223,09 ZŁ
7	221,07 ZŁ
8	220,54 ZŁ
9	219,10 ZŁ
10	217,99 ZŁ
11	216,64 ZŁ
12	215,40 ZŁ

Całkowita kwota do zapłaty: **2667,56 ZŁ**

Warunkiem udzielenia pożyczki jest pozytywny wynik oceny zdolności kredytowej. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania pożyczki dla reprezentatywnego przykładowej pożyczki w wysokości 1500 zł na okres 8 miesięcy wynosi 142,92%. Raty miesięczne (1. 262,35 zł, 2. 261,28 zł, 3. 259,57 zł, 4. 258,42 zł, 5. 256,98 zł, 6. 255,41 zł, 7. 254,12 zł, 8. 252,64 zł). Roczna stopa oprocentowania (stopa stała) 9%, opłata przygotowawcza (jednorazowa) 390 zł, opłata administracyjna (koszt miesięczny - 15 zł tj. koszt za cały okres - 180 zł). Całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta to 2060,77 zł (stan na dzień 09.04.2014r.).

Warunkiem udzielenia pożyczki jest pozytywny wynik oceny zdolności kredytowej. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania dla oferty pożyczki w wysokości 2000 zł na okres 12 miesięcy wynosi 74,99%. Raty miesięczne (1. 229,46 zł, 2. 227,73 zł, 3. 226,91 zł, 4. 225,27 zł, 5. 224,36 zł, 6. 223,09 zł, 7. 221,07 zł, 8. 220,54 zł, 9. 219,10 zł, 10. 217,99 zł, 11. 216,64 zł, 12. 215,40 zł). Roczna stopa oprocentowania (stopa stała) 9%, opłata przygotowawcza (jednorazowa) 390 zł, opłata administracyjna (koszt miesięczny - 15 zł tj. koszt za cały okres - 180 zł). Całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta to 2667,56 zł (stan na dzień 26.08.2014r.).

Pożyczkodawcą jest Aasa Polska S.A., ul. Sienna 64, 00-825 Warszawa. NIP: 5252528111, Regon 146017266 zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000411939. Kapitał zakładowy 200000 zł (kapitał wpłacony).

aasa bliżej ludzi

RODZINNE ŚWIĘTA Z AASA

Kwota pożyczki
1000 - 3000 zł

Okres spłaty
do 24 mcy

NIE REZYGNUJ Z PRZYJEMNOŚCI DAWANIA ZAPŁAĆ ZA PREZENTY Z AASA

aasa bliżej ludzi

Przykładowa kwota pożyczki: **2000 ZŁ**

RATA	WYSOKOŚĆ RATY
1	229,46 ZŁ
2	227,73 ZŁ
3	226,91 ZŁ
4	225,27 ZŁ
5	224,36 ZŁ
6	223,09 ZŁ
7	221,07 ZŁ
8	220,54 ZŁ
9	219,10 ZŁ
10	217,99 ZŁ
11	216,64 ZŁ
12	215,40 ZŁ

Całkowita kwota do zapłaty:
2667,56 ZŁ

Lombardus.pl
ul. Zwycięstwa 10/2
75-033 Koszalin

telefon 81 44 000 01
lub sms o treści Aasa
na numer 884 222 252

Warunkiem udzielenia pożyczki jest pozytywny wynik oceny zdolności kredytowej. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania pożyczki dla reprezentatywnego przykładu pożyczki w wysokości 1500 zł na okres 8 miesięcy wynosi 148,92%. Raty miesięczne (1. 262,35 zł, 2. 261,28 zł, 3. 259,57 zł, 4. 258,42 zł, 5. 256,98 zł, 6. 255,41 zł, 7. 254,12 zł, 8. 252,64 zł). Roczna stopa oprocentowania (stopa stała) 9%, opłata przygotowawcza (jednorazowa) 390 zł, opłata administracyjna (koszt miesięczny - 15 zł tj. koszt za cały okres - 120 zł). Całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta to 2060,77 zł (stan na dzień 09.04.2016r.).

Warunkiem udzielenia pożyczki jest pozytywny wynik oceny zdolności kredytowej. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania dla oferty pożyczki w wysokości 2000 zł na okres 12 miesięcy wynosi 74,99%. Raty miesięczne (1. 229,46 zł, 2. 227,73 zł, 3. 226,91 zł, 4. 225,27 zł, 5. 224,36 zł, 6. 223,09 zł, 7. 221,07 zł, 8. 220,54 zł, 9. 219,10 zł, 10. 217,99 zł, 11. 216,64 zł, 12. 215,40 zł). Roczna stopa oprocentowania (stopa stała) 9%, opłata przygotowawcza (jednorazowa) 390 zł, opłata administracyjna (koszt miesięczny - 15 zł tj. koszt za cały okres - 180 zł). Całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta to 2667,56 zł (stan na dzień 09.04.2016r.).

Pożyczkodawcą jest Aasa Polska S.A., ul. Sienna 64, 00-825 Warszawa, NIP: 5252528111, Regon: 146037266 zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000411939. Kapitał zakładowy 200000 zł (kapitał wpłacony).

[dowód: karty nr 15 – 18, 33 – 34, 37 – 40]

Przedstawione przez przedsiębiorcę w ww. materiałach reklamowych reprezentatywne przykłady nie zawierają informacji o kwocie odsetek, jaką będzie zobowiązany ponieść konsument przy spłacie pożyczki gotówkowej.

Na podstawie dokonanych ustaleń, Prezes Urzędu zważył, co następuje.

Treść art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie ...* ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów, podejmowanej w interesie publicznym. Oznacza to, że warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w tej *ustawie* jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców – naruszając jej przepisy – stanowią potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Niniejsze postępowanie dotyczyło materiałów reklamowych stosowanych przez Aasę wobec nieograniczonego kręgu adresatów, posiadających status konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogą zapoznać się z treścią jej materiałów reklamowych upowszechnianych m. in. w sieci Internet za pośrednictwem bannerów oraz w formie ulotek reklamowych rozprowadzanych przez biura agentów współpracujących z Aasą. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem w niniejszej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w *ustawie o ochronie ...* W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego niniejszej sprawy zastosowanie mają przepisy w/w *ustawy*, a dotyczące jej postępowanie było prowadzone w interesie publicznym.

Stosownie do treści art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie ...* – „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”. Stwierdzenie przez Prezesa Urzędu stosowania przez Aasę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem stwierdzenia łącznego zaistnienia następujących przesłanek:

- kwestionowane działania są działaniami przedsiębiorcy,
- działania te mają bezprawny charakter,
- działania te naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

strona jako przedsiębiorca

Zgodnie z art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie ...* przez przedsiębiorcę rozumie się m. in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Stosownie do art. 4 ust. 1 *ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej* (tj. Dz. U. z 2015 r. poz. 584 ze zm.) przedsiębiorcą jest m.in. osoba prawna – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Stroną w niniejszej sprawie jest przedsiębiorca prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą, działający w formie spółki akcyjnej, to jest będący osobą prawną, wpisany do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Podmiot ten jest zatem bezspornie przedsiębiorcą w rozumieniu *ustawy o ochronie ...*

bezprawność działania przedsiębiorcy

Odnosząc się do kolejnej z przesłanek – bezprawności działań przedsiębiorcy - stwierdzić należy, iż bezprawność rozumie się jako sprzeczność zachowania danego podmiotu z przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego. Chodzi tu mianowicie o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Jako „bezprawne” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. *Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia przeto bezprawności działania wystarczy ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.*¹ Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tzn. niezależnym od wystąpienia szkody, czy zaistnienia zamiaru po stronie podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przepisy *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* nie definiują pojęcia bezprawności działań przedsiębiorcy, w związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem. W niniejszej sprawie bezprawność zakwestionowanych działań przedsiębiorcy wynika z ich sprzeczności z przepisami: *ustawy o kredycie konsumenckim*.

W tym zakresie należy mieć na uwadze, że dla oceny działań reklamowych przedsiębiorcy podstawowe znaczenie ma przepis art. 7 *ustawy o kredycie konsumenckim*, który określa obowiązki kredytodawców w zakresie reklamy. Zasady te obowiązują jedynie w przypadku tych reklam, które zawierają dane dotyczące kosztu kredytu. Zgodnie art. 7 ust. 1 *u.k.k.*, w takich reklamach kredytodawca ma obowiązek podać konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny: 1) stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu; 2) całkowitą kwotę kredytu; 3) rzeczywistą roczną stopę oprocentowania. Artykuł 7 ust. 2 *u.k.k.* przewiduje z kolei, że kredytodawca, w stosownych

¹ Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz., pr. zb. pod red. J. Szwaji, CH BECK, 2000, s.117 – 118.

przypadkach, dodatkowo podaje konsumentowi: 1) czas obowiązywania umowy; 2) całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat; 3) cenę towaru lub usługi oraz kwotę wszystkich zaliczek w przypadku umowy o kredyt przewidującej odroczenie płatności. Z punktu widzenia stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki istotne znaczenie ma także art. 8 ust. 1 *u.k.k.*, który wskazuje, że ww. informacje kredytodawca podaje na podstawie reprezentatywnego przykładu. Art. 8 ust. 2 *u.k.k.* precyzuje, że przy określaniu reprezentatywnego przykładu należy określić warunki umowy o kredyt konsumencki, na których kredytodawca spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju przy uwzględnieniu przez te umowy średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju.

Aasa natomiast w swojej działalności posługuje się – m.in. dla celów reklamowych – bannerami umieszczanymi w Internecie oraz ulotkami reklamowymi rozprowadzanymi w biurach agentów współpracujących z Aasą. Jak omówiono to w części ustalającej decyzji – informacje udzielane konsumentom w ww. materiałach reklamowych nie spełniają wymogów określonych w ww. przepisach *ustawy o kredycie konsumenckim*. Zgodnie z przytoczoną wyżej treścią art. 7 ust. 1 pkt 1 *u.k.k.* kredytodawcy (pożyczkodawcy) powinni podawać stopę oprocentowania z wyodrębnieniem opłat wyszczególnionych w całkowitym koszcie kredytu (pożyczki), w tym również kwotę odsetek oprócz wysokości stopy oprocentowania. Jest to uzasadnione tym, że należy rozróżniać stopę oprocentowania kredytu od kwoty odsetek. Stopa oprocentowania – jest parametrem wyrażonym w procentach, służącym do wyliczenia odsetek, może być stała lub zmienna w czasie i zwykle jest wyrażona jako suma stawki referencyjnej LIBOR, WIBOR, EURIBOR oraz marży. Natomiast odsetki jest to koszt pożyczki w ujęciu kwotowym, który zależy od stopy oprocentowania, wielkości kapitału, czasu na jaki został on udostępniony oraz sposobu wyznaczania odsetek. Zatem odsetki są pewną wypadkową tych wszystkich czynników. Dlatego też wskazanie kwoty odsetek oprócz stopy oprocentowania jest konieczne, gdyż dzięki temu informacja jest dla konsumenta wówczas bardziej czytelna. W ten sposób konsument nie musi przeliczać procentów na złotówki oraz ustalać innych parametrów. Dlatego też jak omówiono to w części ustalającej decyzji – informacje udzielane konsumentom w ww. materiałach reklamowych nie spełniają wymogów określonych w ww. przepisach *ustawy o kredycie konsumenckim* w zakresie informacji o kwocie odsetek, jaką będzie zobowiązany ponieść konsument przy spłacie pożyczki gotówkowej, bowiem ww. informacji nie podają. Udowadnia to bezprawność praktyki, o której mowa w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, tj. spółka w stosowanych przez nią materiałach reklamowych narusza obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie kosztów kredytu konsumenckiego.

Odnosząc się do zarzutu spółki, iż Prezes Urzędu zastosował nowy kierunek interpretacyjny *ustawy o kredycie konsumenckim*, tj. przyjęcie wykładni funkcjonalnej m. in. art. 5, art. 7 ust. 1 pkt 1 oraz art. 8 ww. *ustawy*, należy zauważyć, że w doktrynie pojawiają się również poglądy, które wskazują, że dopuszczalne jest stosowanie ww. wykładni przy analizowaniu treści ww. *ustawy*. Wykładnię funkcjonalną należy m. in. zastosować przy definiowaniu terminu: *odsetki* określonego w art. 5 pkt 6 lit. a) *u.k.k.*, gdyż wykładnia gramatyczna (literalna) prowadziłaby do wniosku, że pod pojęciem ww. *odsetek* należałoby rozumieć zarówno odsetki kapitałowe, jak i odsetki za opóźnienie², a ww. *odsetki* stanowią część szerszego pojęcia, tj. całkowitego kosztu kredytu, o którym mowa m. in. w art. 7 ust. 1 pkt 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*. Dlatego też dopuszczalne jest zastosowanie przez Prezesa Urzędu wykładni funkcjonalnej w niniejszej sprawie, co zostało zaprezentowane w powyższym akapicie. Ponadto spółka w swoim piśmie z dnia 11 maja 2015 roku co do zasady zaakceptowała stanowisko Prezesa Urzędu w tej kwestii.

Dodatkowo należy podkreślić, że przepisy *ustawy o ochronie ...* nie nakładają na Prezesa Urzędu obowiązku publikowania jego stanowiska. Ponadto wcześniej wyjaśniono, że możliwość

² Czech Tomasz, *Kredyt konsumencki. Komentarz.*, LEX 2012 nr 9698.

zastosowania wykładni funkcjonalnej *ustawy o kredycie konsumenckim* wynika również ze stanowiska doktryny³, z którym to przedsiębiorca jako profesjonalista mógł się również zapoznać.

naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie ... nie definiuje „zbiorowego interesu konsumentów”, ograniczając się jedynie do sprecyzowania (art. 24 ust. 3), że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Przez godzenie w zbiorowe interesy konsumentów (które może polegać zarówno na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów, jak i na samym zagrożeniu ich naruszenia) należy rozumieć narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą i działania, i zaniechania. Oceniając działanie przedsiębiorcy przez pryzmat definicji zawartej w art. 24 ust. 2 ww. *ustawy*, należy ustalić, czy jego działania mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu potencjalnych klientów. Tego typu naruszenie wystąpi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta, czyli gdy są powszechne. W orzecznictwie ugruntował się pogląd, zgodnie z którym *naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach*⁴.

Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, że określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest ani możliwe, ani zasadne. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest powiązane z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak i prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego dokonywanych czynności, czego przejawem może być m.in. prawo do uzyskania przez konsumenta od przedsiębiorcy pełnej i rzetelnej informacji.

Zdaniem Prezesa Urzędu działania Aasa Polska S.A. naruszają interesy nieoznaczonego kręgu obecnych i potencjalnych klientów przedsiębiorcy i jest na nie narażony każdy pożyczkobiorca, który chciałby skorzystać z jej oferty. W rozpatrywanej sprawie mamy więc do czynienia z działaniem godzącym w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając powyższe na uwadze, wobec udowodnienia wszystkich przesłanek z art. 24 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie...*, uznać należy za udowodnione stosowanie przez Aasa Polska S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

zastosowanie art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w kontekście działania Aasy określonego w punkcie I. sentencji decyzji

Zgodnie z treścią art. 27 ust. 1 *ustawy o ochronie ...*: nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ww. *ustawy*. W takim przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania (art. 27 ust. 2 *ustawy o ochronie ...*), przy czym ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania zarzucanej praktyki spoczywa na przedsiębiorcy (art. 27 ust. 3 *ustawy o ochronie ...*).

³ *Ibidem*.

⁴ wyrok SOKiK z dnia 13 stycznia 2009 r. (sygn. akt XVII Ama 26/08), wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 listopada 2009 r. (sygn. akt VI ACa 539/09).

W wyniku przeprowadzonego postępowania dowodowego ustalono, iż zakwestionowane przez Prezesa Urzędu materiały reklamowe dotyczące oferowanej przez Aasę pożyczki gotówkowej były przez nią stosowane:

a) w ramach jesiennej kampanii reklamowej do 15 listopada 2014 roku, a

b) w ramach świątecznej kampanii reklamowej do 24 grudnia 2014 roku.

Dlatego też Prezes Urzędu uznał, iż nastąpiło zaniechanie stosowania przez Aasę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w zakresie określonym w punkcie I. sentencji w ww. terminach.

odmowa zastosowania art. 28 ustawy o ochronie ... w kontekście działania Aasy określonego w punkcie I. sentencji decyzji

W toku postępowania spółka złożyła wnioski o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie ...: *jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, (...), lub będących podstawą wszczęcia postępowania – że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24, 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, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Natomiast art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie... stanowi, że: W decyzji, o której mowa w ust. 1, Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań lub zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji lub do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy.*

W niniejszej sprawie Prezes UOKiK uznał, że skorzystanie z powyższego uprawnienia nie jest zasadne. W tym przypadku należy mieć na uwadze to, że Aasa zaniechała zarzucanej jej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, gdyż jesienna kampania reklamowa zakończyła się 15 listopada 2014 roku, a świąteczna kampania reklamowa dobiegła końca 24 grudnia 2014 roku.

Ponadto zaproponowany przez Aasę środek usunięcia skutków naruszenia praktyki, tj. wycofanie z obrotu kwestionowanych przez Prezesa Urzędu reklam, poprzez usunięcie z biur agentów współpracujących ze spółką wszelkich pozostałych ewentualnie ulotek reklamowych pn. *RODZINNE ŚWIĘTA Z AASA* oraz *STĄC CIĘ NA SPEŁNIANIE MARZEŃ TAK NISKI KOSZT POŻYCZKI TYLKO W AASA* w terminie 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji zobowiązującej, nie jest wystarczający dla zabezpieczenia interesów konsumentów. Dodatkowo środek usunięcia skutków naruszenia praktyki wskazany przez spółkę sprowadza się jedynie do zweryfikowania przez przedsiębiorcę, czy firmy z nim współpracujące wycofały i usunęły z obrotu ulotki przygotowane przez Aasę na potrzeby jesiennej oraz świątecznej kampanii reklamowej. Z tego względu podkreślić należy, że propozycja spółki dotyczy tylko normalnych następstw zakończenia kampanii reklamowych, przez co nie może być uznana za taką, która wiązałaby się z możliwością osiągnięcia jakiegokolwiek korzyści przez konsumenta (np. w formie informacji).

Z uwagi na powyższe nie jest możliwe również przyjęcie ogólnego zobowiązania spółki do przestrzegania przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, o którym mowa w punkcie 1. i 3. propozycji zobowiązania Aasy (treść ww. punktów można znaleźć na str. 3 niniejszej decyzji), gdyż dotyczą one jedynie przyszłych działań podejmowanych przez spółkę. Podkreślić należy, że konieczność przestrzegania prawa przez przedsiębiorcę jest niezależna od złożenia przez niego w tym zakresie zobowiązania. Nie można zapominać, że w razie ponownego naruszenia przez Aasę przepisów ustawy o kredycie konsumenckim Prezes Urzędu może wszcząć kolejne postępowanie

wobec spółki w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec powyższego Prezes UOKiK odmówił przyjęcia zobowiązania złożonego przez spółkę i wydał w niniejszej sprawie decyzję na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w której uznał praktykę Aasa Polska S.A. za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania.

Wobec tego orzeczono jak w pkt I. sentencji decyzji.

zastosowanie wobec Aasy obowiązku publikacyjnego określonego w punkcie II. sentencji decyzji

Wobec decyzji wydawanej na podstawie art. 27 ust. 2 *ustawy o ochronie ...*, przepis art. 26 ust. 2 ww. *ustawy* znajduje odpowiednie zastosowanie. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca zaniechanie jej stosowania może zatem zawierać elementy dodatkowe, tj. zobowiązanie przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji, czy też możliwe jest nakazanie publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy.

Prezes Urzędu nakazał Aasie, na podstawie art. 26 ust. 2 *ustawy o ochronie ...* w zw. z art. 27 ust. 2 i 4 ww. *ustawy*, publikację punktu I. sentencji niniejszej decyzji na stronie internetowej przedsiębiorcy: <https://www.asakredyt.pl/> w ten sposób, że odnośnik do treści punktu I. sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej przedsiębiorcy: <https://www.asakredyt.pl/> oraz być utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Jak ustalił Prezes Urzędu, Aasa zaniechała stosowania wskazanej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, celowe jest zastosowanie wobec Aasa Polska S.A. ww. obowiązku publikacyjnego, gdyż spełni on funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób należy przekazywać konsumentom informacje, a jednocześnie ostrzegać przedsiębiorców, iż w przypadku naruszenia interesów konsumentów muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Zastosowanie tego obowiązku umożliwi niezwłoczne dotarcie informacji o wydanej decyzji do większej liczby konsumentów korzystających z usług spółki.

Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu orzekł, jak w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

nałożenie na Aasę obowiązku zwrotu kosztów postępowania określonego w punkcie III. sentencji decyzji

Na podstawie art. 80 *ustawy o ochronie ...*: *Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.* W myśl art. 77 ust. 1 *ustawy o ochronie ...*, jeżeli w ramach prowadzonego postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. *ustawy*, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, obowiązany jest ponieść koszty postępowania. Podobnie w treści przepisu art. 264 § 1 *Kodeksu postępowania administracyjnego* wprowadzono wymóg, zgodnie z którym: *jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.* Natomiast stosownie do dyspozycji przepisu art. 263 § 1 *Kodeksu postępowania administracyjnego* - *do kosztów postępowania zalicza się (...) również koszty doręczenia stronom pism urzędowych.*

Przedmiotowe postępowanie zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów *ustawy o ochronie ...*. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu w tej sprawie. W związku z powyższym postanowiono obciążyć spółkę kosztami

postępowania w wysokości 28,00 zł (słownie: dwadzieścia osiem złotych). Na podstawie art. 264 § 1 *Kodeksu postępowania administracyjnego* w związku z art. 83 *ustawy o ochronie ...* Prezes Urzędu wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania w wysokości 28,00 zł.

Koszty niniejszego postępowania należy uiścić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu orzekł, jak w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji.

pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ § 2 *ustawy z dnia 17 listopada 1964 roku – Kodeks postępowania cywilnego* (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 101, ze zm.) – od niniejszej decyzji stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31 – 011 Kraków.

W przypadku zakwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, zawartego w punkcie III. niniejszej decyzji - stosownie do treści art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479³² § 1 i 2 *Kodeksu postępowania cywilnego* oraz art. 264 § 2 *Kodeksu postępowania administracyjnego* w związku z art. 83 *ustawy o ochronie ...*, stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Krakowie
Waldemar Jurasz