



**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

RWR-61-20/04/AW/

Wrocław, 07.04.2005r.

DECYZJA nr RWR 15/2005

Na podstawie art. 23c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. 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 wszczętego na wniosek Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Świdnicy postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a ww. ustawy, działanie Kruk Sp. z o.o., ul. Ostrowskiego 7, 53-238 Wrocław, polegające na naruszeniu art. 3 ust. 1 dnia 16 kwietnia 1993 r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (t.j. Dz.U. z 2003r., nr 153, poz. 1503 ze zm.), poprzez zamieszczanie w pismach kierowanych do konsumentów w toku czynności windykacyjnych wykonywanych przez Kruk Sp. z o.o. haseł, treści, znaków graficznych oraz kolorystyki, mających na celu zastraszenie konsumentów, wywołanie w nich uczucia lęku oraz wywarcie presji psychicznej, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i narusza interesy konsumentów, **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

UZASADNIENIE

1. Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu napływały skargi od konsumentów na sposób i metody działania Kruk Sp. z o.o. we Wrocławiu (dalej: Spółka) w zakresie windykacji wierzytelności. Najczęściej wskazywane przez konsumentów zarzuty dotyczyły:

- 1) podejmowania lub kontynuowania czynności windykacyjnych wobec konsumentów, którzy nigdy nie byli dłużnikami lub przestali nimi być;
- 2) stosowania wobec konsumentów groźby wszczęcia egzekucji komorniczej, wystawienia długu do sprzedaży, ujawnienia w rejestrze dłużników niewypłacalnych w Krajowym Rejestrze Sądowym, wniesienia pozwu do sądu oraz zastosowania „własnych procedur windykacyjnych”;

- 3) zastraszania umieszczaniem na pismach haseł o treści: „jesteśmy wszędzie”, „skuteczna egzekucja długów”, „inni już to wiedzą”;
- 4) używania symboli i haseł w kolorze czerwonym na wezwaniach wysyłanych do konsumentów.

Dowód: skargi konsumenckie o sygnaturach: RWR-0360-93/03/ZR; RWR-0360-94/03/ZR; RWR-0362-20/03/AW; RWR-051-87/04/AW, zaliczone w poczet dowodów w sprawie.

2. Aby ocenić zasadność zarzutów zawartych w skargach konsumenckich, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) postanowieniem nr 100/2004 z dnia 25 czerwca 2004r. wszczął postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie przez Spółkę przepisu art. 23 a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej: *ustawa o ochronie...*).

W toku postępowania wyjaśniającego została przeprowadzona kontrola w siedzibie Spółki, której przedmiotem było uzyskanie informacji oraz dokumentów mających znaczenie dla dokładnego zbadania sprawy. Uzyskane podczas kontroli skargi, odnoszące się do faktu i sposobu windykowania opłat z tytułu umowy o abonament (z Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. w Warszawie), zawierały podobne zarzuty do tych, jakie znalazły się w pismach konsumenckich kierowanych do Prezesa Urzędu .

Dowód: karta 1-3, 210-211 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW, zaliczonej w poczet dowodów w sprawie.

3. Mając na uwadze informacje zebrane w postępowaniu wyjaśniającym, Prezes Urzędu, postanowieniem nr 168/2004 z 03.11.2004r. wszczął z urzędu postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem naruszenia przez Kruk Sp. z o.o. we Wrocławiu, art. 3 ust. 1 dnia 16 kwietnia 1993 r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, poprzez zamieszczanie w pismach kierowanych do konsumentów w toku czynności windykacyjnych wykonywanych przez Kruk Sp. z o.o. haseł, treści, znaków graficznych oraz kolorystyki, mających na celu zastraszanie konsumentów, wywołanie w nich uczucia lęku oraz wywarcie presji psychicznej, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i narusza interesy konsumentów, a tym samym może stanowić naruszenie art. 23a ustawy *o ochronie...*

Dowód: karta: 1

4. Ustosunkowując się do postawionego zarzutu, Spółka stwierdziła, że treść i forma kierowanych przez nią do dłużników pism nie naruszają prawa, a w szczególności art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, jak również art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Oświadczyła, że instrumentem jej działania jest oddziaływanie na dłużnika w celu spłaty długu, które ma prawie wyłącznie charakter intelektualny, a nie emocjonalny. Dalej wyjaśniała, że przede wszystkim dostarcza dłużnikowi informacji o możliwych konsekwencjach prawnych nieuregulowania przez niego długu, które są dla dłużnika przykre, dotkliwe i trudne do zaakceptowania i jako takie bez wątpienia mogą powodować uczucie lęku i obawy. Dłużnik, któremu je uświadomiono, może znajdować się pod psychiczną presją. Informacje te stanowią część wiedzy, którą przy założeniu powszechnej znajomości prawa, dłużnik powinien posiadać. Celem pism nie jest oddziaływanie na emocje, a oddziaływanie na intelekt i skłonienie dłużnika do podjęcia przemyślanej decyzji o zapłacie długu, po rozważeniu konsekwencji braku zapłaty.

Spółka przyznała, że zawarte w pismach informacje sformułowane są prosto, bezpośrednio, bez posługiwania się prawniczym żargonem, co ma na celu jedynie osiągnięcie maksymalnej zrozumiałości pism i skuteczności przekazu informacji. Dalej stwierdziła, że przeciętnie niezwykle niski poziom świadomości prawnej w społeczeństwie, jak również

niewysoka zdolność przeciętnego obywatela rozumienia języka pisanego, są powodem przyjęcia przez Spółkę określonej konwencji formułowania pism. Gdyby pisma te były kierowane do jakiejś wyodrębnionej i charakteryzującej się wyższym poziomem intelektualnym grupy społecznej, byłyby one z pewnością formułowane inaczej. Adresatem pism Spółki jest jednak „statystyczny” obywatel.

W przekonaniu Spółki skuteczność przekazu informacji zostaje wzmocniona, gdy łączy się z określonymi elementami graficznymi (m.in. kolorystyka) pism, dlatego forma pism ma na celu ich większą zrozumiałość.

W konsekwencji Spółka wniosła o wydanie decyzji stwierdzającej, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

Dowód: karta: 4-8.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Uczestnik postępowania: Kruk Sp. z o.o. we Wrocławiu, jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia - Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000045166. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in.: działalność dochodzeniowo-detektywistyczna i ochroniarska, pozostała działalność komercyjna, w tym windykacja należności płatniczych, pozostałe pośrednictwo finansowe, w tym obrót wierzytelnościami.

Dowód: karta 41 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

2. Spółka, w ramach prowadzonej działalności, zawiera umowy z przedsiębiorcami, którzy zlecają jej dokonywanie czynności faktycznych i prawnych, zmierzających do uzyskania od dłużników zleceniodawcy należności z tytułu niezapłaconych kwot pieniężnych, wynikających z zawieranych przez niego umów z klientami. Zleceniodawcami są m. in. banki, towarzystwa ubezpieczeniowe, przedsiębiorstwa telekomunikacyjne i telewizyjne, którzy zawierają umowy z konsumentami.

Zakres czynności, które Spółka dokonuje na podstawie zawartych umów zlecenia, zależy od postanowień poszczególnych umów. I tak np. w umowie z Polską Korporacją Telewizyjną Sp. z o.o. w Warszawie, czynności Spółki polegają na działaniach przedsądowych oraz działaniach w ramach postępowania sądowego o zapłatę oraz postępowania egzekucyjnego. Z kolei przedmiotem umowy z Generali T.U. S.A. w Warszawie jest windykacja pozasądowa. Harmonogram procesu windykacji przedsądowej i postępowanie w przypadku skarg lub reklamacji składanych przez dłużników są przedmiotem uzgodnień między Spółką a jej klientami – zleceniodawcami.

Dowód: karta 34, 46-54, 78-82, 89-97, 149-150, akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

3. Spółka oświadczyła, że metody windykacyjne przez nią stosowane zmierzają do podjęcia dialogu z dłużnikiem za pośrednictwem pism, rozmów telefonicznych i bezpośrednich w celu ugodowego załatwienia sprawy. Korespondencja wysyłana do dłużników jest za każdym razem konsultowana pod względem prawnym, jak i merytorycznym z klientem-wierzycielem. W procesie windykacji stosowana jest różnorodna kolorystyka oraz formy graficzne znaku towarowego oraz hasła reklamowe o treści „Skuteczna egzekucja długów Jesteśmy wszędzie” — podkreślające, zdaniem Spółki, jej ogólnopolską strukturę oraz skuteczność jej działania.

Spółka stwierdziła, że wysyłanie w korespondencji do dłużników wzorów pism urzędowych tj. pozwu i wniosku o ujawnienie majątku ma na celu uświadomienie im konsekwencji prawnych wynikających z braku spłaty zadłużenia, a także walor edukacyjny, przybliżający dłużnikowi kolejne kroki na drodze postępowania windykacyjnego.

Dowód: karta 34 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

4. Jak wskazano wyżej, treść i rodzaj korespondencji kierowanej do dłużników jest ustalana z wierzycielem - klientem Spółki. Dla przykładu, kolejność pism wysyłanych do dłużników Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. w Warszawie wygląda następująco:

- Na początku wysyłane jest pismo zatytułowane „Informacja”, tzw. G1, wzywające dłużnika do natychmiastowej zapłaty. W piśmie tym wskazana jest m.in. kwota długu wraz z odsetkami oraz informacja o treści: „Nieuregulowanie należnej kwoty oraz niezwrócenie sprzętu spowoduje przekazanie sprawy do dalszego bezpośredniego postępowania windykacyjnego, sądowego i egzekucyjnego.(...) Jeżeli sprzęt nie zostanie oddany w wyznaczonym terminie, upoważnieni windykatorzy Kruk Sp. z o.o. zgłoszą się po jego odbiór.”

- Kolejne pismo, tzw. G2, zatytułowane „Ostateczne wezwanie do zapłaty”, zawiera m.in. informację o treści: „z naszego doświadczenia wynika, iż sąd rozstrzygnie sprawę w okresie do trzech tygodni. Jeżeli nie zostanie dokonana wpłata w terminie do dnia..., to nie będzie można sprawy skutecznie wycofać z sądu i dług zostanie automatycznie powiększony o dodatkowe koszty”. Do pisma dołączony jest formularz pozwu.

- Trzecim pismem, tzw. G3, jest „Przedsądowe wezwanie do zapłaty”, sporządzone przez Kancelarię Radców Prawnych” .

- Jako czwarta jest wysyłana „Informacja o wystawieniu wierzytelności do sprzedaży” (tzw. G4) z hasłami: „DŁUŻNIK SKUTECZNA EGZEKUCJA DŁUGÓW INNI JUŻ TO WIEDZĄ! JESTEŚMY WSZĘDZIE”.

- Pismo piąte, tzw. G3, „Powiadomienie” informuje dłużnika m.in. o możliwości umieszczenia jego danych osobowych w Krajowym Rejestrze Długów.

Na ww. pismach (oprócz pisma Kancelarii Radców Prawnych) są umieszczone hasła: „DŁUŻNIK SKUTECZNA EGZEKUCJA DŁUGÓW INNI JUŻ TO WIEDZĄ! JESTEŚMY WSZĘDZIE” oraz element graficzny – profil kruka w kolorach niebieskim, żółtym lub czerwonym – z zależności od kolejności wysyłanych pism.

Dowód: karta 56-74, 128-138 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

5. W toku prowadzonego postępowania, Spółka przekazała dane dotyczące liczby skarg konsumenckich, pozwów skierowanych przeciwko dłużnikom oraz wszczętych egzekucji komorniczych, dotyczących konsumentów - w okresie od 1.01.2003r. do 30.06.2004r. Przekazane dane dotyczyły dwóch klientów Spółki: Telefonii Dialog S.A. we Wrocławiu oraz Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. w Warszawie. I tak, na 570 tysięcy spraw przekazanych przez Cyfrę +: Spółka odnotowała 902 skargi konsumenckie, wniosła 5477 pozwów oraz zainicjowała wszczęcie 1139 egzekucji komorniczych. Natomiast na 19 735 spraw przekazanych przez Dialog: wpłynęło 58 skarg konsumenckich, wniesiono 6107 pozwów oraz wszczęto 2742 egzekucji komorniczych.

Spółka podała, że w tym okresie nie dokonała sprzedaży długów ani ujawnienia osób fizycznych w rejestrze dłużników niewypłacalnych w KRS.

Dowód: karta 33, 35 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

6. Spółka nie jest upoważniona do rozpatrywania reklamacji od dłużników, a jedynie pośredniczy w dialogu między konsumentem a wierzycielem. Skargi konsumenckie są konsultowane i wyjaśniane na bieżąco z wierzycielem poprzez korespondencję prowadzoną drogą elektroniczną. Po złożeniu reklamacji lub skargi przez konsumenta, informacja na ten temat (wraz z kopią dokumentów otrzymanych od dłużnika) zostaje przekazana wierzycielowi do rozpatrzenia, zaś proces windykacji zostaje wstrzymany do momentu otrzymania od niego odpowiedzi. W razie ustalenia, że zarzuty dłużnika były słuszne, zamyka się w stosunku do niego postępowanie windykacyjne. Szczegółowy tryb postępowania w

przypadku skarg lub reklamacji składanych przez dłużników regulują instrukcje i procedury wewnętrzne.

Dowód: karta 33, 34, 140-147, 152-155 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

7. W skargach konsumenckich, kierowanych do Spółki w związku z prowadzoną przez niego windykacją długów pojawiają się następujące stwierdzenia:

- „nie posiadam żadnych zaległości z tytułu opłat abonamentowych”;
- „proszę sobie darować również chwytły mnemotechniczne służące zastraszeniu odbiorcy listu (krzykliwy papier firmowy, wytłuszczony druk, groźby pozwu do sądu), gdyż jest to dla mnie obraźliwe”;
- „pismo (...) odebrałem jako formę wywarcia presji i szantażu”;
- „kolejne pisma potraktuję jako nękanie mojej osoby i skieruję sprawę do prokuratury”;
- „nie życzę sobie korespondencji zastraszającej i uznającej mnie za dłużnika”;
- „nie życzę sobie, aby Państwo bez żadnej podstawy nazywali mnie mianem dłużnika (bo nie jestem), aby straszili mnie postępowaniem egzekucyjnym czy czymś podobnym”;
- „nękanie mnie od jakiegoś czasu pismami i straszycie pozwem do sądu. Pytam, jakim prawem?”;
- „firma Kruk od tego momentu zasypuje mnie wezwaniami do zapłaty jakichś wymaganych należności bez jakiegokolwiek uzasadnienia, strasząc mnie Sądem”;
- „firma Kruk rozpoczęła w stosunku do mnie kampanię nękania polegającą na wysyłaniu absurdalnych listów, a ostatnio nawet wykonywaniu telefonów z pogroźkami”;
- „działanie firmy Kruk Sp. z o.o. wobec mojej osoby jest bez podstaw prawnych, a przesyłanie pism z groźbami narusza moje dobra osobiste i wywołuje niepożądany stres”
- „proszę nie nękać mnie więcej”;
- „w przyszłości proszę o dokładną weryfikację otrzymanych zleceń, aby uniknąć bezzasadnych roszczeń”;
- „otrzymane wezwanie od firmy Kruk we Wrocławiu powoduje, iż czujemy się zagrożeni nie tylko fizycznie, lecz i psychicznie”.
- „okoliczności, w których państwa firma ujawnia swoje żądania są interpretowane w celu zastraszenia mnie tak wraz z moją rodziną się poczułem”.

Dowód: karta 4, 5, 6, 7,10,11,12,16,23 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW oraz karta 19, 25, 42, 146, 149.

8. Słowno-graficzny znak towarowy „DŁUŻNIK SKUTECZNA EGZEKUCJA DŁUGÓW INNI JUŻ TO WIEDZĄ! JESTEŚMY WSZĘDZIE” w trzech wersjach:

- z elementem graficznym kruka z rozłożonymi skrzydłami w kolorach białym i czerwonym,
 - z elementem graficznym – profil kruka w kolorach białym, czerwonym i czarnym,
 - z elementem graficznym – profil kruka w kolorach białym, żółtym i czarnym,
- został zgłoszony do rejestracji w Urzędzie Patentowym.

Dowód: karta 195- 205 akt sprawy o sygn. RWR 61-10/04/AW.

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył:

Art. 23a ust. 1 zd. 1 ustawy o ochronie... wskazuje, że „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

Z kolei ust. 2 art. 23a ustawy o ochronie... wymienia przykładowo, co uważa się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Może nią m.in. naruszanie obowiązków

udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz czyny nieuczciwej konkurencji.

Do stwierdzenia praktyki z art. 23a ustawy *o ochronie...* konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w interes konsumentów,
- 3) naruszenia tymi działaniami zbiorowego interesu konsumentów.

Ad 1). Analizując pierwszą przesłankę, należy odwołać się do aktu prawnego, którego naruszenie zarzuca się Spółce. Jest nim ustawa z dnia 16 kwietnia 1993r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (Dz. U. Nr 47, poz. 211 z późn. zm.), dalej „uznk”. Ustawa ta, w art. 3 ust. 1 wskazuje, że *czynem nieuczciwej konkurencji, jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta*. Przepis ten stanowi tzw. klauzulę generalną, odsyłającą do systemu ocen i norm pozaprawnych – „dobrych obyczajów”. Pojęcie to nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak „zasady współżycia społecznego”, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych (np. wyrok SA we Wrocławiu z 13.11.1991r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4) oraz opracowań piśmiennictwa, nie tylko prawniczego (zob. np. J. Szwaja w: *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz*, Warszawa 2000, str. 122-133, R. Stefanicki, *Dobre obyczaje w prawie polskim*, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5). Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym. Decyzja administracyjna nie jest miejscem do przeprowadzania pogłębionej analizy teoretyczno-prawnej pojęcia dobrych obyczajów. Należy się skoncentrować na wskazaniu w jaki sposób, w ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie Uczestnika postępowania uchybia dobrym obyczajom. O poszanowaniu dobrych obyczajów można mówić wtedy, gdy respektowane są przepisy, które się do nich odnoszą, np. Konstytucja, kodeks cywilny. Artykuł 30 Konstytucji stanowi, że *Przyrodzona i niezbywalna godność człowieka stanowi źródło wolności i praw człowieka i obywatela. Jest ona nienaruszalna, a jej poszanowanie i ochrona jest obowiązkiem władz publicznych*. Natomiast art. 23 kodeksu cywilnego wymienia przykładowo dobra osobiste, m.in. cześć, wskazując, że pozostają pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach.

W powszechnym odczuciu słowo „windykacja” wywołuje raczej negatywne skojarzenia, podobnie zresztą jak „egzekucja”. Z tą jednak różnicą, że egzekucja jest prawnie uregulowana i możliwe jest sprawdzenie w odpowiednich aktach prawnych, na czym polega i jaki jest jej przebieg. Natomiast windykacja nie została dotąd uregulowana, stąd brak znajomości jej zasad rodzi niepewność, stanowiąc pole do domysłów osób poddanych windykacji, a także nadużyć ze strony windykatorów. Taki stan rzeczy wykorzystuje Spółka: posługując się ogólnikowymi zwrotami „upoważnieni windykatorzy zgłoszą się po jego odbiór”, „przekazanie sprawy do dalszego bezpośredniego postępowania windykacyjnego” oddziałują na wyobraźnię osób, w stosunku do których wykonuje czynności zlecone przez swoich klientów.

Prezes Urzędu nie może jednak zaaprobować sytuacji, w której brak regulacji prawnej danego rodzaju działalności gospodarczej będzie wykorzystywany do działań sprzecznych z interesami konsumentów. W sytuacji, gdy brak przepisów prawa normujących postępowanie windykacyjne, przedsiębiorca, który podejmuje czynności zmierzające do wyegzekwowania należności od dłużnika, powinien działać z poszanowaniem dobrych obyczajów. W odniesieniu do pojęcia dobrych obyczajów, aktualne są rozważania Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu o zasadach współżycia społecznego w ww. wyroku z 13.11.1991r. Sąd wskazał, że na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Dlatego zdaniem Prezesa

Urzędu, Spółka, naruszając dobre obyczaje w relacjach z konsumentami, postępuje bezprawnie.

Działania Spółki, polegające na zamieszczaniu w pismach kierowanych do konsumentów haseł, treści, znaków graficznych oraz kolorystyki, mających na celu ich zastraszenie, wywołanie uczucia lęku oraz wywarcie presji psychicznej, narusza ich godność oraz cześć. Na początku ma to miejsce, gdy adresat pisma – konsument jest *a priori* określany mianem dłużnika. Postępowanie dowodowe wykazało, że czasem postępowanie windykacyjne jest wszczynane w stosunku do osób, których zobowiązanie nie istniało lub wygasło. Niejednokrotnie klienci Spółki, z założenia wierzyciele, przekazują jej błędne dane o osobach, które dłużnikami już nie są lub nigdy nie były, Spółka natomiast, jak sama przyznała, nie jest upoważniona do rozpatrywania reklamacji od dłużników. Tym bardziej - przed wysłaniem pierwszego pisma - nie bada zasadności roszczenia ani dokumentów z nim związanych. Upraszczając sobie pracę, rozsyła standardowe pisma do wszystkich osób, których dane, często zawierające błędy, przekazał jej klient. W ten sposób konsumenci, rzetelnie spłacający swoje zobowiązania zostają nazwani dłużnikami, co będąc niezgodne z prawdą, obraża ich uczucia i uchybia godności. Wskazuje na to treść skarg kierowanych do Spółki.

Kolejną grupą adresatów pism Spółki, są osoby, które faktycznie posiadają zadłużenie w stosunku do klientów Spółki. Nie stanowi to jednak usprawiedliwienia dla epatowania hasłami o treści: *Skuteczna egzekucja długów - inni już to wiedzą! Jesteśmy wszędzie!*, które – w zestawieniu z dużą drukowaną czcionką oraz kolorystyką - wywołują poczucie zastraszenia, nękania, naruszenia prywatności. Wywoływanie tego typu emocji potwierdza treść skarg konsumenckich, zgromadzonych w materiale dowodowym.

Spółka twierdzi jednak, że jej oddziaływanie na dłużników ma prawie wyłącznie charakter intelektualny, a nie emocjonalny. Z drugiej strony oświadczają, że przede wszystkim przekazuje informacje, dostarcza dłużnikowi wiedzy o możliwych konsekwencjach prawnych nieuregulowania przez niego długu. Gdyby - jak chce Spółka - jej celem było uświadomienie konsumentom prawnych konsekwencji niewywiązania się ze zobowiązania, to powinna w sposób obiektywny poinformować ich o zasadach postępowania sądowego i egzekucyjnego, wynikających z przepisów procedury cywilnej. Taka informacja, napisana zwykłym językiem, będzie zrozumiała dla przeciętnego konsumenta bez konieczności „wzmacniania” przekazu elementami graficznymi w postaci czerwonego ptaka z rozpostartymi skrzydłami w otoczeniu cytowanych haseł. Jak wskazała Spółka, „przeciętnie niezwykle niski poziom świadomości prawnej w społeczeństwie, jak również niewysoka zdolność przeciętnego obywatela rozumienia języka pisanego, są powodem przyjęcia przez spółkę określonej konwencji formułowania pism”. Tego typu stosunek do klienta sam w sobie jest już obraźliwy; Spółka przyjmuje z góry, że konsumenci nie rozumieją treści pism, dlatego posługuje się krzykliwymi hasłami, znakami i kolorystyką. Należy zwrócić uwagę, że adresatami jej korespondencji są konsumenci bardzo zróżnicowani pod względem wykształcenia, wieku, dochodów - wynika to wprost z treści i formy pism do Spółki. W takiej sytuacji należałoby opracować zestandaryzowany wzór pisma, nienaruszający odczuć żadnej z grup konsumentów. Zamiast tego Spółka stosuje pisma, o których mówi, że są dostosowane do osób o niskiej świadomości prawnej. Takie zachowanie musi być uznane za naruszające godność konsumentów, ponieważ nawet znikomy poziom świadomości prawnej adresata nie usprawiedliwia używania czerwonych barw, pisania haseł mających wydźwięk groźby: wielkimi, drukowanymi literami, kojarzącymi się z krzykiem, używania wykrzykników czy pogrubionej czcionki. Tego typu forma pisma jest obraźliwa dla każdego odbiorcy, bez względu na jego status społeczny.

Mimo tego Spółka twierdzi, że jej oddziaływanie na dłużników ma prawie wyłącznie charakter intelektualny, a nie emocjonalny. O charakterze intelektualnym, zdaniem Prezesa

Urzędu, można byłoby mówić wówczas, gdyby konsument otrzymywał rzetelną informację o źródle jego zadłużenia, wysokości zobowiązania oraz kolejnych czynnościach wierzyciela - przewidzianych w kodeksie postępowania cywilnego - zmierzających do jego zaspokojenia.

Zdaniem Spółki, dostarcza ona dłużnikowi wiedzy o możliwych konsekwencjach prawnych nieuregulowania długu. Analiza pism Spółki kierowanych do konsumentów wskazuje co innego. Jest w nich mowa o „bezpośrednim postępowaniu windykacyjnym”, wizycie windykatorów, o tym, że jeżeli nie zostanie dokonana wpłata, to „nie będzie można sprawy skutecznie wycofać z sądu i dług zostanie automatycznie powiększony”.

Wśród skarg-reklamacji konsumenckich wysyłanych do Spółki są takie, których autorzy mają świadomość, że tego typu informacje są nieprawdziwe i nie mają szans na realizację na gruncie przepisów prawa. Ci jednak – mimo niewątpliwej świadomości prawnej – również wskazują, że działanie Spółki ma charakter gróźb karalnych oraz wprowadza w błąd.

Opisane metody działania Spółki jasno wskazują, że jej pisma mają określoną formę i treść nie po to, aby były zrozumiałe dla przeciętnego odbiorcy, ale przeciwnie: wykorzystują jego nieświadomość po to, aby go zastraszyć, a nawet wywołać uczucie poniżenia.

Z powyższych względów stwierdzenia Spółki są logicznie niespójne. Z jednej strony twierdzi, że celem jej pism nie jest oddziaływanie na emocje, tylko przekaz informacyjny, tymczasem, jak wskazano wyżej, jest odwrotnie. Pisma te mają znikomy walor informacyjny, zaś informacje, które są w nich zawarte są tendencyjne i niepełne, i w żaden sposób nie wyjaśniają faktycznych konsekwencji braku zapłaty długu. Z drugiej strony grafika i treść haseł na wezwaniach wysyłanych do konsumentów wywołuje u nich negatywne emocje: lęk, strach, presję, poczucie zagrożenia, poniżenia, szantażu oraz dodatkowo wprowadza w błąd.

Powyższe wywody wskazują, że działanie Spółki narusza dobre obyczaje, a jako takie musi być uznane za czyn nieuczciwej konkurencji w stosunku do konsumentów – w myśl art. 3 ust. 1 uznk. Ponadto opisana wyżej praktyka Spółki w zakresie formułowania treści pism ma charakter nierzetelnej, nieprawdziwej i niepełnej informacji o ich prawach i obowiązkach oraz o potencjalnych konsekwencjach wynikających z niezastosowania się do wezwania Spółki. Tego typu działanie, dodatkowo towarzyszące czynowi nieuczciwej konkurencji, musi być uznane za bezprawne i stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Z powyższego wynika więc, że została spełniona pierwsza z trzech ww. przesłanek, tj. bezprawność działania przedsiębiorcy, polegająca na naruszeniu art. 3 ust. 1 uznk, poprzez zamieszczanie w pismach kierowanych do konsumentów w toku czynności windykacyjnych haseł, treści, znaków graficznych oraz kolorystyki, mających na celu ich zastraszenie, wywołanie uczucia lęku oraz wywarcie presji psychicznej, co jest sprzeczne z dobrymi obyczajami.

Ad 2). Przechodząc do analizowania kolejnej przesłanki należy wyjaśnić, w jaki sposób bezprawne działanie Spółki godzi w interesy konsumentów.

Z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów, a także przepisów prawa wynika zwiększony obowiązek informacyjny przedsiębiorcy wobec konsumentów. Nałożenie tego obowiązku na profesjonalistów spowodowane jest tym, że *„jedną z przyczyn strukturalnej słabości konsumenta w jego stosunkach z profesjonalistami jest zachodzący po stronie konsumenta deficyt informacyjny. Europejskie prawo konsumenckie, przyjmując ten aksjomat, opiera ochronę konsumenta na rozbudowanym obowiązku informacyjnym ciążącym na profesjonalście. W poszczególnych dyrektywach konsumenckich obowiązek ten przybiera bardzo szczegółowe wskazówki co do przedmiotu i zakresu informacji, a także szczegółowego określenia stadium wzajemnych stosunków, kiedy taka informacja powinna być udzielona”* (E.

Łętowska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów – komentarz*, Warszawa 2000, str. 37).

Jak już wcześniej wskazano, Spółka nie informuje konsumentów w sposób rzeczowy. Odwołując się do ich odczuć wpływa na emocje, zastrasza i zmusza do określonego zachowania. Gdyby konsument nie był poddawany presji, mógłby podjąć samodzielną decyzję, co do sposobu swojego zachowania. Natomiast metody Spółki powodują, że konsument, działając w poczuciu zagrożenia, decyduje się zachować zgodnie z jej oczekiwaniem. Materiał dowodowy sprawy wskazuje jednak wyraźnie, że niejednokrotnie zdarzają się pomyłki co do osoby dłużnika i faktu istnienia jego zobowiązania oraz wysokości długu. Część osób, decyduje się na złożenie reklamacji, jednak są też tacy, którzy godzą się zapłacić dla tzw. świętego spokoju i aby uniknąć dalszego nękania przez Spółkę.

Nie można przyjąć, że godzenie w interesy konsumentów obejmuje wyłącznie sferę materialną czy ekonomiczną. Z treści przepisów chroniących prawa konsumentów (np. art. 16 uznk) wynika wyraźnie, że za bezprawne uważa się działania godzące w sferę dóbr osobistych, w prywatność, np. rozmaite formy perswazji, uciążliwe nagabywanie, niepokojenie, zaskakiwanie, powodowanie dyskomfortu psychicznego (por. R Stefanicki, *Prawo reklamy w świetle przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji na tle prawnoporównawczym*, Poznań 2003, str. 203).

Z tych też względów w ocenie Prezesa Urzędu, wysyłając do konsumentów obraźliwą w ich odczuciu korespondencję, w której - nierzadko bezpodstawnie – określa się ich mianem dłużnika, pisma zawierające groźby, z czerwonymi symbolami i hasłami wywołującymi poczucie zagrożenia, Spółka godzi w ich interesy osobiste, godność, prywatność. Oprócz tego, w stosunku do tych osób, których zobowiązania nie istnieją lub są sporne, działanie Spółki godzi w ich interesy ekonomiczne. Zmusza bowiem konsumentów do zapłaty należności w warunkach presji, podczas gdy działając w warunkach swobodnego powzięcia decyzji, postąpiliby racjonalnie, np. zakwestionowaliby zasadność lub wysokość roszczenia, złożyli reklamację.

Powyższe wskazuje, że naruszając dobre obyczaje w prowadzonej przez siebie działalności, Spółka godzi w interesy, dobra konsumentów, zarówno te o charakterze materialnym jak i niematerialnym. Tymczasem skuteczność działania można osiągnąć metodami neutralnymi, powszechnie uznanymi za dopuszczalne, akceptowanymi przez osoby posiadające świadomość prawną, jak i te, które takiej wiedzy nie mają. Innymi słowy zastosowane przez Spółkę środki windykacji są nieodpowiednie i wcale nie niezbędne dla osiągnięcia zakładanego celu.

W tym stanie rzeczy została spełniona druga z trzech ww. przesłanek - godzenie zachowaniem Spółki w interesy konsumentów.

Ad 3). Ustawa o ochronie... nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 23a ust. 1 zd. 2, że nie jest nim 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 często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej liczby konsumentów – usługobiorców klientów Spółki. Potencjalny klient banku, abonent, ubezpieczony, pasażer, może zostać adresatem zakwestionowanych w przedmiotowej decyzji pism Spółki. Czynności Spółki są podejmowane w stosunku do nieoznaczonego z góry i bardzo liczego kręgu podmiotów. Łączy ich to, że stanowią wielotysięczną zbiorowość, która jest poddawana czynnościom windykacyjnym podejmowanym przez Spółkę. Zważyć należy, że treść pism jest zestandaryzowana i

niedostosowana do poszczególnych adresatów. Jest identyczna bez względu na fakt istnienia lub nieistnienia długu oraz jego wysokość.

Zdaniem Spółki „adresatów tych łączy to, że nie wywiązują się ze zobowiązań pieniężnych”, co jak wyżej wykazano i co wynika ze skarg konsumenckich zebranych w materiale dowodowym, nie jest stwierdzeniem prawdziwym. Fakt, że pisma Spółki kierowane są zawsze do oznaczonych adresatów wcale nie powoduje, że mamy do czynienia z sumą interesów indywidualnych.

O naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów w przedmiotowej sprawie świadczy także kryterium ilościowe – ilość spraw przekazanych Spółce przez jej klientów. Dla przykładu, w odniesieniu do abonentów Canal+Cyfrowy Sp. z o.o. w Warszawie było to 570 tysięcy spraw. To wskazuje na szeroki zasięg działania i masowy charakter działań. O sumie interesów indywidualnych w żadnym razie nie można mówić przy prowadzeniu działalności gospodarczej na tak dużą skalę.

To zdaniem Prezesa Urzędu powoduje, że został naruszony zbiorowy interes konsumentów, a jednocześnie spełniona trzecia z trzech ww. przesłanek.

Wobec jednoczesnego spełnienia wszystkich trzech przesłanek, należało zachowanie Spółki uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie... i nakazać zaniechania jej stosowania.

Należy jeszcze dodać, że podstawą do rozstrzygnięcia danej sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie... jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło, pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

Należy zgodzić się ze zdaniem Spółki, że system prawny nie powinien udzielać ochrony niesolidnemu dłużnikowi, kosztem wierzyciela i kosztem uczciwych konsumentów. Jednak brak przyzwolenia, aby przedsiębiorca wykorzystywał braki w regulacji prawnej, kosztem uczciwych konsumentów, nie może być traktowane jako udzielanie ochrony dłużnikom.

W ocenie Prezesa Urzędu, nawet fakt bycia dłużnikiem nie usprawiedliwia działania sprzecznego z dobrymi obyczajami. Warto odwołać się w tym miejscu do wyroku Sądu Antymonopolowego z dnia 27 marca 1996 r. (sygn. akt XVII Amr 5/96 (opubl. Wokanda 1997/6 str. 53), który stwierdził: „Tak przepisy wyżej wymienionej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jak i ustawy antymonopolowej przyjmują kryterium ekonomiczno-funkcjonalne „dobrych obyczajów”. Oznacza to, że rozstrzygając spór na tym tle należy uwzględniać wszystkie okoliczności faktyczne konkretnego przypadku, przede wszystkim gospodarcze oraz prawne. Nieodzowne jest zatem rozważenie i wyważenie interesów stron wiodących spór, a także interesu publicznego. W tym kontekście, nie bez znaczenia jest ocena, jakie skutki przyniesie w przyszłości potraktowanie pewnego obyczaju, który znalazł odbicie w zachowaniu jednej strony (stron), jako zgodnego z dobrymi obyczajami albo z nimi sprzecznego, co w konsekwencji przyczyni się do jego upowszechnienia, bądź też odwrotnie, do jego zwalczania”.

Mając na względzie wytyczną zawartą w tym orzeczeniu, Prezes Urzędu postanowił w niniejszej decyzji przedstawić swoje stanowisko odnośnie metod działania Spółki w zakresie objętym zarzutem. W ocenie Prezesa Urzędu zmiana zakwestionowanych metod działania Spółki spowodowałaby, że pojawiłaby się szansa na stworzenie wzorca postępowania windykacyjnego, równoważąca interesy obu stron – zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę działania Spółki, zmierzające do uzyskiwania

certyfiatów oraz uzyskane przez nią nagrody i wyróżnienia, jest ona potencjalnym przedsiębiorcą, który mógłby wyznaczyć standard usług windykacyjnych. Jednakże zakwestionowane w decyzji metody działania, w obecnej postaci są nie do zaakceptowania przez Prezesa Urzędu i przyczyniają się do utrwalania negatywnych odczuć społecznych co do działalności windykacyjnej. Zamiast porządkować, „cywilizować” ten obszar działalności gospodarczej, Spółka ucieka się do praktyk nielicujących z wizerunkiem przedsiębiorcy szanującego prawa konsumentów. Istotne jest także, że tego typu praktyki naruszają prawa i zasady wyrażone w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej. Taki stan rzeczy bez wątplenia pozostaje w sprzeczności z interesem publicznoprawnym, stąd uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu przewidzianych w ustawie działań w celu jego ochrony.

Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust 1 ustawy *o ochronie...* w związku z art. 479²⁸ k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronom 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 - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

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

Otrzymuje:

Kruk Sp. z o.o.
ul. Ostrowskiego 7
53-238 Wrocław