



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach

KRAJOWA KONFERENCJA KONSUMENCKA

Próba dookreślenia terminu „zbiorowy interes konsumentów” – definicja oraz jej wyznaczniki

dr hab. Prof. nadzw. Małgorzata Sieradzka

dr hab. Prof. nadzw. Małgorzata Sieradzka
Wydział Prawa i Administracji
Uczelnia Łazarzkiego w Warszawie
Katedra Prawa Administracyjnego

Próba dookreślenia terminu „zbiorowy interes konsumentów”- definicja oraz jej wyznaczniki

I. Zbiorowy interes konsumentów (pojęcie oraz wyznaczniki)

Zbiorowy interes konsumentów podlega ochronie przed praktykami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Otwarty katalog tych zachowań został określony w art. 24 ust.2 pkt 2-4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 184, 1618, 1634, dalej jako uokik). Postawienie przedsiębiorcy zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga ustalenia, że: 1) przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki (nazwanej lub nienazwanej), oraz 2) zachowanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowy interes konsumentów. Przedmiotem ochrony nie jest indywidualny interes konsumenta, ani suma interesów indywidualnych konsumentów, lecz interes zbiorowy.

Uruchomienie ochrony poprzedzone zostaje oceną, czy w danej sprawie występuje interes zbiorowy konsumentów. Uokik nie definiuje pojęcia zbiorowy interes konsumentów. W art. 24 ust. 3 uokik wskazuje jedynie, iż nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Brak definicji tego pojęcia w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów (występuje jedynie definicja negatywna) oznacza konieczność każdorazowego badania przez organ antymonopolowy, czy- w danej sprawie występuje ów interes, oraz czy doszło do jego naruszenia (zagrożenia). Z uwagi na cele ustawy antymonopolowej ustalenie powyższego odbywa się przez odwoływanie do interesu publicznego. W bogatym orzecznictwie w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wykształcił się już pewien sposób postępowania zmierzający do ustalenia, czy doszło do naruszenia tych interesów. Należy przecież pamiętać, że zgodnie z art. 1 uokik **reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów w interesie publicznym**. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym

funkcjonowaniu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). Sprawa o ochronę interesów konsumentów ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez przedsiębiorcę. Zbiorowy to „odnoszący się do pewnej grupy osób lub zbioru rzeczy, właściwy jakiemuś zbiorowi, złożony z wielu jednostek, składający się na jakiś zbiór; gromadny, kolektywny, wspólny” (wyrok SN z 10.04. 2008 r. III SK 27/07). Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów (decyzja z dnia 9.03.2016 r. Nr DDK 3/2016).

Warto zwrócić uwagę na te cechy konstruktywne, które mają kluczowe znaczenie przy stwierdzeniu, czy interes zbiorowy konsumentów został naruszony (zagrożony). Podstawą interpretacji tego pojęcia są pewne wyznaczniki, do których należy zaliczyć: abstrakcyjność podmiotu chronionego (konsumentów), brak indywidualizacji interesów konsumentów, oraz powszechność naruszeń. Określenie tych cech następuje w toku stosowania przepisów o ochronie konsumentów, z uwzględnieniem okoliczności konkretnej sprawy (*ad casu*).

1. Abstrakcyjność podmiotu chronionego (konsumentów)

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Precyzując zachowanie przedsiębiorcy musi zostać wymierzone w interesy szerokiego kręgu uczestników rynku. Kategorię zbiorowego interesu konsumentów trzeba odnosić do interesów nieokreślonego kręgu konsumentów, które doznały lub mogą doznać uszczerbku w wyniku praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę. Podmiotem chronionym przed praktykami przedsiębiorców jest bowiem konsument rozumiany abstrakcyjnie. Zatem to nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale ich charakter, a w związku z tym możliwość, chociażby tylko potencjalna, wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. **Abstrakcyjność podmiotu chronionego** należy wiązać z naruszeniem (zagrożeniem) praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Z realizacją zbiorowego interesu konsumentów mamy do czynienia, gdy potencjalnie wszyscy adresaci praktyki zostali dotknięci zachowaniem przedsiębiorcy. Praktyka musi być wymierzona w członków zbiorowości, czyli wszystkich rzeczywistych i potencjalnych jej adresatów.

2. Brak indywidualizacji interesów konsumentów

Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie zachowanie przedsiębiorcy, które jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Chodzi w tym przypadku o godzenie w interesy prawne konsumentów, czyli takie które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny, a nie faktyczny. Przepisy prawa określają, jakie zachowania mają charakter antykonsumencki (np. ustawa Prawo bankowe, ustawa o prawach konsumenta, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Chodzi zatem o ogólnie ujęte interesy konsumentów, a nie o sumę tych interesów. W doktrynie słusznie zauważa się, że określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszeniem interesów gospodarczych konsumentów. Naruszeniem interesów gospodarczych będzie zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również 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 warunków dokonywanych. Powyższe dotyczy etapu przedkontraktowego, jak i okresu wykonywania umowy.

3. Powszechność naruszeń (praktyk)

Powszechność praktyk to ostatni z wyznaczników kwalifikacji pojęcia „zbiorowy interes konsumentów”. Jego przyjęcie wynika z tego, że rekonstrukcja pojęcia zbiorowego interesu konsumentów w oparciu o „abstrakcyjność podmiotu chronionego” nie zawsze będzie wystarczająca. Wówczas konieczne staje się oparcie na powszechności i powtarzalności przypadków zachowań. Zachowanie przedsiębiorcy (praktyka) musi zostać podjęte w warunkach wskazujących na jego powtarzalność w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy [wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 kwietnia 2008 r., sygn. akt III SK 27/07]. Bowiem o tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów- pomimo

tego, że praktyka jest wymierzona w konkretne grupy konsumentów (np. wyrok SOKiK z dnia 19 kwietnia 2006 r., XVII Ama 126/2004, Dz.Urz. UOKiK 2006 nr 3, poz. 45). Nie chodzi bowiem o „sumę indywidualnych interesów konsumentów”, ale o zbiorowy interes konsumentów.

Zachowanie przedsiębiorcy powinno zatem być zachowaniem powtarzalnym, czyli pozbawionym incydentalnego, jednorazowego charakteru. Chociaż w zakresie pojęcia praktyk zakazanych z art. 24 ust.1 uokik będzie mieścić się też jednorazowe zachowanie przedsiębiorcy, jeśli tylko skutkiem tego zachowania będzie naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Zbiorowy interes konsumentów w rozumieniu art. 24 ust.3 uokik to interes niezindywidualizowanych co do liczby i tożsamości konsumentów, a także interes ogółu konsumentów o wspólnej cesze, który doznał lub może doznać uszczerbku w wyniku praktyki przedsiębiorcy, której stosowanie jest zakazane.

II. Punkt odniesienia przy ocenie, czy praktyka godzi w zbiorowy interes konsumentów

Rodzaj stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki (godzącej w zbiorowy interes konsumentów) będzie w wielu sytuacjach wymuszał konieczność ustalenia wzorca konsumenta (np. w przypadku praktyk rynkowych wprowadzających w błąd, reklamy). Wzorzec przeciętnego konsumenta jest stosowany w postępowaniach w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Na ogół przyjmowany jest model konsumenta rozsądnego, świadomego i krytycznego, który jest w stanie prawidłowo rozumieć kierowane do niego informacje. Należy zauważyć, że rodzaj stosowanych praktyk (praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów) może wpływać na krąg ich adresatów (stary i nowy katalog praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów).

III. Interes zbiorowy konsumentów a interes jednostkowy (indywidualny) i grupowy-delimitacja

Ochrona zbiorowych interesów konsumentów nie obejmuje interesu indywidualnego (jednostkowego) oraz interesu grupowego. Powyższe wynika z celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów określonego w art. 1 uokik. Zbiorowe interesy konsumentów są bowiem chronione w interesie publicznym. Interes publiczny musi zatem być „zaangażowany” w postępowaniu w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (podobnie jak w postępowaniach antymonopolowych).

Jak ukazuje praktyka stosowania uokik w pewnych okolicznościach faktycznych interes grupowy może być zakwalifikowany jako interes zbiorowy. Określenie, w jakich okolicznościach możliwa staje się kwalifikacja interesu grupowego jako interesu zbiorowego wymaga odniesienia do cech adresata praktyki godzącej w interes zbiorowy konsumentów (np. mieszkańcy osiedla). Jeżeli potencjalnie daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów (wyrok SOKiK z dnia 13.01.2009 r., XVII Ama 26/08, Dz. Urz. UOKiK 2009, Nr 2, poz. 13, wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 listopada 2009 r. sygn. akt VIA Ca 539/09). Zachowanie przedsiębiorcy musi dotyczyć szerokiego kręgu konsumentów, osób, których łączy wspólna cecha. Pozwala to przyjąć, że każdy konsument może być więc dotknięty praktyką stosowaną przez przedsiębiorcę.

Bibliografia

Miąsik D. w: Skoczny T.(red.) (2009), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów.Komentarz*, C.H.Beck, Warszawa.

Miąsik, D., *Publicznoprawna ochrona interesów konsumentów w Polsce – zalety i wady dotychczasowej praktyki (na przykładzie decyzji Prezesa UOKiK z 2010 roku)*, [w:] R. Stefanicki (red.), *Potencjalne i rzeczywiste standardy ochrony prawnej konsumenta*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011, s. 119–138.

Szydło M., *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, *Monitor Prawniczy* 2004, Nr 17, s.791.

Sieradzka M., *Wykładnia pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” w świetle orzecznictwa*, *Głosa* 2008, Nr 3, s. 102 i n.