



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

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (61) 851-86-44
e-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 13 listopada 2013r.

RPZ-61/16/13/JM

DECYZJA nr RPZ 38/2013

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. nr 50 poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, stosowanie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie we wzorcu umowy o nazwie: Ogólne warunki umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna postanowień, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, o treści:

1. „Pożyczkobiorca zobowiązuje się do poinformowania pożyczkodawcy o wszystkich okolicznościach mających znaczenie dla ustalenia jego sytuacji ekonomicznej i finansowej mającej znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania umowy pożyczki” (§ 5. Obowiązki pożyczkobiorcy, pkt 4)
2. „W przypadku niedopełnienia wskazanego w pkt 5 niniejszego paragrafu obowiązku (m.in. powiadomienia o zmianie adresu zamieszkania i adresu do doręczeń korespondencji- przyp. Urzędu) korespondencja kierowana będzie pod wskazany w umowie adres i uznana za skutecznie doręczoną” (§ 5. Obowiązki pożyczkobiorcy, pkt 6)
3. „Pożyczkodawca na wypadek braku kontaktu z pożyczkobiorcą (...) celem uniknięcia sytuacji związanej z brakiem możliwości ustalenia miejsca pobytu dłużnika i konsekwencji z tym związanych zgodnie z art. 802 Kpc, zleci czynności informacyjno- rozpoznawcze do ogólnopolskiego biura detektywistycznego gajc & partnerzy sp. z o.o. Pożyczkodawca w związku z powyższym obciąży pożyczkobiorcę poniesionymi kosztami związanymi z wykonaniem czynności detektywistycznych w postaci:
 - ustalenie miejsca zamieszkania (w miejscowości gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 500 zł
 - ustalenie miejsca zamieszkania (poza miejscowością gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 1000 zł
 - ustalenie miejsca pracy (w miejscowości gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 500 zł

- ustalenie miejsca pracy (poza miejscowością gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 1000 zł” (§ 6. Niewykonanie zobowiązań wynikających z umowy, pkt 9)
4. „Koszty prewencyjne obejmują:
- a) dojazd prewenta osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
 - b) działania prewencyjne pośrednie w postaci: monit wysłany 3 dni po upływie terminu płatności, koszt 15,00 zł
- Koszty windykacyjne obejmują:
- a) dojazd windykatora osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
 - b) ustalenie miejsca pracy, koszt 150,00 zł
 - c) ustalenie miejsca pobytu, koszt 150,00 zł
 - d) działania windykacyjne pośrednie w postaci:
 - pierwsze wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 3 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 30,00 zł
 - drugie wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 18 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 50,00 zł
 - ostateczne wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 30 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 50,00 zł
 - e) wezwanie do wydania przedmiotu przewłaszczenia wysłane po upływie 18 dni po terminie płatności 50,00 zł
 - f) wezwanie pracodawcy do dokonywania potrąceń z art. 91 kp wysłane po upływie 18 dni po terminie płatności koszt 50,00 zł” (§ 7. Koszty w okresie wymagalności pożyczki, pkt 4 i 6)
5. „Strony zgodnie postanawiają, iż wszelkie spory wynikające z umów rozstrzygane będą przez sąd właściwy ze względu na miejsce siedziby pożyczkodawcy” (§ 10. Postanowienia końcowe, pkt 4)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, naruszenie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieinformowanie w umowach pożyczki o: warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co jest sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 11, 15 i 21 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126, poz. 715 ze zm.)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

III. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, naruszenie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nierzetelne informowanie w Ogólnych warunkach umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych z konsumentami, że odstąpienie konsumenta od umowy bez podania przyczyny w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczki zostanie zwrócona łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy, co jest sprzeczne z art. 53 ust. 1, 4 i 5 w zw. z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

IV. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, naruszenie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nierzetelne informowanie we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki, że konsument ma obowiązek zwrócić kwotę pożyczki przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy i na potwierdzenie tego faktu do składanego oświadczenia powinien załączyć dowód zwrotu kwoty pożyczki, co jest sprzeczne z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

V. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy zamieszczenie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie nieprawdziwych twierdzeń w:

1. Ogólnych warunkach umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych z konsumentami, wskazujących, że oznaczone postanowienia tego wzorca są zgodne z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim, dyrektywą 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. *dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady oraz dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającą dyrektywę Rady 87/102/EWG*
2. formularzach oświadczeń składanych przez konsumenta w związku z zawarciem umowy pożyczki, dotyczących wystąpienia z prośbą do ww. Przedsiębiorcy o odwiedzinę w miejscu zamieszkania i wyrażenia zgody na przebywanie przedstawiciela Przedsiębiorcy w chwili przekazania oferty i podpisania umowy, zawarcia umowy na podstawie przedstawionej przez Przedsiębiorcę oferty i możliwości zapoznania się z ofertą pod nieobecność przedstawiciela Przedsiębiorcy oraz zamiaru dalszego utrzymywania kontaktów z Przedsiębiorcą w związku z tą lub ewentualną inną transakcją, wskazujących, że złożenie ww. oświadczeń jest zgodne z dyrektywą Rady z dnia 20 grudnia 1985r. *w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (85/577/EWG)*,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 9 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

VI. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, zamieszczanie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie w reklamach prasowych haseł: „30- STKA pożyczka niebankowa, bez Bik- u” oraz „bez BIK- u”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

VII. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy zamieszczanie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie w reklamach prasowych oznaczenia „rep. A”, które może wprowadzać konsumenta w błąd co do urzędowego zatwierdzenia działań ww. Przedsiębiorcy bądź podlegania jego działań państwowemu nadzorowi, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

VIII. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy zamieszczanie przez „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie w reklamach prasowych nieprawdziwych informacji wskazujących, że oferowane przez ww. Przedsiębiorcę pożyczki są pożyczkami o najniższych kosztach bądź o najniższych kosztach w Polsce, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

IX. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **nakłada się** na „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 9.654 zł (słownie: dziewięć tysięcy sześćset pięćdziesiąt cztery zł), płatną do budżetu państwa
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 4.827 zł (słownie: cztery tysiące osiemset dwadzieścia siedem zł), płatną do budżetu państwa
3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt III i IV sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 9.654 zł (słownie: dziewięć tysięcy sześćset pięćdziesiąt cztery zł), płatną do budżetu państwa
4. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt V sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 4.827 zł (słownie: cztery tysiące osiemset dwadzieścia siedem zł), płatną do budżetu państwa
5. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt VI sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 4.827 zł (słownie: cztery tysiące osiemset dwadzieścia siedem zł), płatną do budżetu państwa
6. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt VII sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 4.827 zł (słownie: cztery tysiące osiemset dwadzieścia siedem zł), płatną do budżetu państwa
7. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt VIII sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną**

w wysokości 4.827 zł (słownie: cztery tysiące osiemset dwadzieścia siedem zł), płatną do budżetu państwa.

Uzasadnienie

W związku z otrzymaną skargą konsumentką postanowieniem z dnia 22 stycznia 2013r. sygn. akt RPZ-403/4/13/JM Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów-Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy działania „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie (dalej: Przedsiębiorca) związane z udzielaniem pożyczek gotówkowych konsumentom, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Działania Przedsiębiorcy były ponadto przedmiotem badania Prezesa Urzędu w ramach postępowania wyjaśniającego wszczętego postanowieniem z dnia 17 stycznia 2013r. sygn. akt RPZ-403/2/12/AC. Celem tego postępowania była kontrola działań reklamowych pozabankowych instytucji finansowych oferujących pożyczki konsumentom.

W wyniku podjętych czynności Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca udziela konsumentom pożyczek w wysokości: 300 zł, 400 zł, 500 zł, 750 zł i 1000 zł, na okres 30 dni. Umowy z konsumentami Przedsiębiorca zawiera zgodnie z postanowieniami wzorca ramowej umowy o pożyczkę (chwilówkę), której integralną część stanowią Ogólne warunki umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna. Załącznikami do umowy są także m.in.: wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy i formularze oświadczeń, które złożyć musi pożyczkobiorca w związku z zawarciem umowy z Przedsiębiorcą (np. formularz oświadczenia o wystąpieniu z prośbą do Przedsiębiorcy o odwiedzin w miejscu zamieszkania i wyrażeniu zgody na przebywanie przedstawiciela Przedsiębiorcy w chwili przekazania oferty i podpisania umowy). Prezes Urzędu ustalił ponadto, że Przedsiębiorca reklamuje swoje usługi publikując ogłoszenia w prasie na terenie całego kraju.

Ocena materiału dowodowego zgromadzonego w ww. postępowaniach dała podstawę do wszczęcia przeciwko Przedsiębiorcy, postanowieniem z dnia 30 kwietnia 2013r., postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

I. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na stosowaniu we wzorcu umowy o nazwie: Ogólne warunki umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna postanowień, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, o treści:

1. „Pożyczkobiorca zobowiązuje się do poinformowania pożyczkodawcy o wszystkich okolicznościach mających znaczenie dla ustalenia jego sytuacji ekonomicznej i finansowej mającej znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania umowy pożyczki” (§ 5. Obowiązki pożyczkobiorcy, pkt 4)
2. „W przypadku niedopełnienia wskazanego w pkt 5 niniejszego paragrafu obowiązku (m.in. powiadomienia o zmianie adresu zamieszkania i adresu do doręczeń korespondencji- przyp. Urzędu) korespondencja kierowana będzie pod wskazany w umowie adres i uznana za skutecznie doręczoną” (§ 5. Obowiązki pożyczkobiorcy, pkt 6)
3. „Pożyczkodawca na wypadek braku kontaktu z pożyczkobiorcą (...) celem uniknięcia sytuacji związanej z brakiem możliwości ustalenia miejsca pobytu dłużnika i konsekwencji z tym związanych zgodnie z art. 802 Kpc, zleci czynności

informacyjno- rozpoznawcze do ogólnopolskiego biura detektywistycznego gajc & partnerzy sp. z o.o. Pożyczkodawca w związku z powyższym obciąży pożyczkobiorcę poniesionymi kosztami związanymi z wykonaniem czynności detektywistycznych w postaci:

- ustalenie miejsca zamieszkania (w miejscowości gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 500 zł
- ustalenie miejsca zamieszkania (poza miejscowością gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 1000 zł
- ustalenie miejsca pracy (w miejscowości gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 500 zł
- ustalenie miejsca pracy (poza miejscowością gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 1000 zł” (§ 6. Niewykonanie zobowiązań wynikających z umowy, pkt 9)

4. „Koszty prewencyjne obejmują:

- a) dojazd prewenta osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
- b) działania prewencyjne pośrednie w postaci: monit wysłany 3 dni po upływie terminu płatności, koszt 15,00 zł

Koszty windykacyjne obejmują:

- a) dojazd windykatora osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
- b) ustalenie miejsca pracy, koszt 150,00 zł
- c) ustalenie miejsca pobytu, koszt 150,00 zł
- d) działania windykacyjne pośrednie w postaci:
 - pierwsze wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 3 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 30,00 zł
 - drugie wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 18 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 50,00 zł
 - ostateczne wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 30 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 50,00 zł
- e) wezwanie do wydania przedmiotu przewłaszczenia wysłane po upływie 18 dni po terminie płatności 50,00 zł
- f) wezwanie pracodawcy do dokonywania potrąceń z art. 91 kp wysłane po upływie 18 dni po terminie płatności koszt 50,00 zł” (§ 7. Koszty w okresie wymagalności pożyczki, pkt 4 i 6)

5. „Strony zgodnie postanawiają, iż wszelkie spory wynikające z umów rozstrzygane będą przez sąd właściwy ze względu na miejsce siedziby pożyczkodawcy” (§ 10. Postanowienia końcowe, pkt 4)

II. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieinformowanie w umowach pożyczki o: warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co może być sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 11, 15 i 21 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2011r. nr 126, poz. 715 ze zm.)

III. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nierzetelne informowanie w Ogólnych warunkach umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych z konsumentami, że odstąpienie konsumenta od umowy bez podania przyczyny w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczki zostanie

zwrócona łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy, co może być sprzeczne z art. 53 ust. 1, 4 i 5 w zw. z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

IV. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nierzetelne informowanie we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki, że konsument ma obowiązek zwrócić kwotę pożyczki przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy i na potwierdzenie tego faktu do składanego oświadczenia powinien załączyć dowód zwrotu kwoty pożyczki, co może być sprzeczne z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

V. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na:

1. zamieszczeniu w Ogólnych warunkach umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych z konsumentami, nieprawdziwych twierdzeń wskazujących, że oznaczone postanowienia tego wzorca są zgodne z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim oraz dyrektywą 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. *dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady oraz dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającą dyrektywę Rady 87/102/EWG*
2. zamieszczeniu w formularzach oświadczeń składanych przez konsumenta w związku z zawarciem umowy pożyczki, dotyczących wystąpienia z prośbą do ww. Przedsiębiorcy o odwiedzinę w miejscu zamieszkania i wyrażenia zgody na przebywanie przedstawiciela Przedsiębiorcy w chwili przekazania oferty i podpisania umowy, zawarcia umowy na podstawie przedstawionej przez Przedsiębiorcę oferty i możliwości zapoznania się z ofertą pod nieobecność przedstawiciela Przedsiębiorcy oraz o zamiarze dalszego utrzymywania kontaktów ze Przedsiębiorcą w związku z tą lub ewentualną inną transakcją, nieprawdziwych twierdzeń wskazujących, że złożenie ww. oświadczeń jest zgodne z dyrektywą Rady z dnia 20 grudnia 1985r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (85/577/EWG),

co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 9 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206)

VI. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w reklamach prasowych haseł: „30-STKA pożyczka niebankowa, bez Bik-u” oraz „bez BIK-u”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

VII. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w reklamach prasowych oznaczenia: „rep. A”, które może wprowadzać konsumenta w błąd co do urzędowego zatwierdzenia działań ww. Przedsiębiorcy bądź podlegania działań Przedsiębiorcy państwowemu nadzorowi, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

VIII. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w reklamach prasowych nieprawdziwych informacji wskazujących, że oferowane przez ww. Przedsiębiorcę pożyczki są pożyczkami o najniższych kosztach bądź o najniższych kosztach w Polsce, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Przedsiębiorca, zawiadomiony o wszczęciu postępowania administracyjnego, pismem z dnia 17 maja 2013r. zadeklarował niezwłoczne złożenie wniosku zawierającego zobowiązanie do podjęcia określonych działań zmierzających do zapobieżenia zarzucenym mu naruszeniom.

Pismem z dnia 30 maja 2013r. Przedsiębiorca określił zakres tych działań i szczegółowo ustosunkował się do postawionych zarzutów. W przypadku zarzutu z pkt I.1 Przedsiębiorca zobowiązał się do zmiany § 5 pkt 4 Ogólnych warunków umów pożyczek poprzez odwołanie się do treści scoringu finansowego przeprowadzonego na potrzeby analizy finansowej, której pozytywny wynik pozwala na udzielenie konsumentowi pożyczki. Przedsiębiorca wskazał, że w związku z 30- dniowym okresem umowy pożyczki, obowiązek poinformowania dotyczy przekazania danych zawartych w scoringu finansowym jednorazowo przy zawieraniu umowy. Zdaniem Przedsiębiorcy, postanowienie to miało stanowić ogólny tylko zarys informacji, które bardziej szczegółowo zostały określone w scoringu finansowym, do przekazania których pożyczkobiorca zobowiązany jest przy zawieraniu umowy.

Przedsiębiorca wyjaśnił, że drugie z zakwestionowanych postanowień dotyczące obowiązku informowania przez pożyczkobiorcę o każdej zmianie adresu ma na celu umożliwienie stronom stałego kontaktu, w celu wykonania postanowień umowy pożyczki. Jak podkreślił, w swojej działalności nie kieruje pod adresem pożyczkobiorców oświadczeń woli kształtujących ich prawa lub obowiązki. Jego korespondencja ma charakter informacyjny i brak jej skutecznego podjęcia naraża pożyczkobiorców na niepotrzebne koszty, np. koszty postępowania sądowego, do którego niejednokrotnie przy założeniu skutecznej wymiany korespondencji by nie doszło. Wskazując na powyższe, Przedsiębiorca zobowiązał się jednak do usunięcia z ww. postanowienia zwrotu „ze skutkiem doręczenia”.

Przedsiębiorca zobowiązał się także do zmiany postanowień dotyczących opłat za czynności prewencyjne i windykacyjne. Złożone zobowiązanie dotyczyło usunięcia w całości postanowień dotyczących zlecenia zewnętrznej firmie detektywistycznej działań związanych z ustaleniem miejsca zamieszkania i pracy konsumenta w razie braku możliwości kierowania korespondencji na adres wskazany w umowie pożyczki. Przedsiębiorca wyjaśnił, że postanowienie to miało na celu podkreślenie istoty obowiązku spoczywającego na pożyczkobiorcy na podstawie umowy do informowania o zmianie miejsca zamieszkania bądź adresu korespondencyjnego. Zaznaczył przy tym, że faktycznie żaden z pożyczkobiorców nie został nigdy obciążony tymi kosztami.

Przedsiębiorca zobowiązał się również do ustalenia kosztów prewencyjnych i windykacyjnych na niższym poziomie. Wyraził jednocześnie opinię, że w zakresie dojazdów do miejsca zamieszkania konsumenta koszty te nie są oderwane od ponoszonych rzeczywistych nakładów. Jego zdaniem, ryczałtowe rozliczanie dojazdów do miejsca zamieszkania konsumentów sprawia, że w niektórych sytuacjach nie zostaje zwrócony nawet sam koszt paliwa, nie wspominając o wykonanej pracy przedstawicieli firmy. Przedsiębiorca zadeklarował także, że schematycznie ujęta zostanie procedura podejmowania działań prewencyjnych i windykacyjnych.

Przedsiębiorca zobowiązał się ponadto do zmiany postanowienia dotyczącego właściwości sądu poprzez wskazanie, iż w razie ewentualnego sporu sądowego zastrzeżę sobie prawo do skorzystania z przepisów o właściwości przemiennej. Wskazał przy tym, że

w toku prowadzonej działalności żaden konsument nie wystąpił przeciwko niemu z powództwem, w związku z tym kwestionowane postanowienie nigdy nie znalazło zastosowania.

W zakresie praktyki zarzuconej w pkt II, Przedsiębiorca zobowiązał się do zamieszczania w umowach informacji o: warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów. Podkreślił zarazem, że odsetki w obowiązującym wzorcu umowy zostały ujęte całościowo w rozliczeniu 30- dniowym (3,30 zł), na który to okres zawierane są umowy o pożyczkę. Pkt 6 umowy wskazuje z kolei, że oprocentowanie pożyczki wynosi 4% w skali roku. W ocenie Przedsiębiorcy, tak podane informacje miały na celu jasne zaprezentowanie kosztów w zakresie oprocentowania pożyczki i nie wprowadzały w błąd. Miały bowiem ukazać ich pełny koszt, z uwagi na stosunkowo krótki czas obowiązywania umowy pożyczki. Przedsiębiorca zauważył ponadto, że organ nadzoru w sprawach ochrony konsumentów został podany w przekazywanym pożyczkobiorcy formularzu informacyjnym, który stanowi integralną część umowy. Oprocentowanie zadłużenia przeterminowanego jest natomiast wskazane w § 3 pkt 4 i 5 Ogólnych warunków umów na poziomie 24% w skali roku. Jego zmiana została podana przy uwzględnieniu wartości odsetek maksymalnych, które nie mogą przekraczać czterokrotności wysokości zmiennej stopy lombardowej podawanej przez NBP. Przedsiębiorca podniósł, że utożsamianie odsetek karnych z odsetkami maksymalnymi jest z założenia niesłuszne, jednak w związku z licznymi rozbieżnościami w doktrynie, postanowił o takiej wysokości odsetek karnych z tytułu zadłużenia przeterminowanego.

Odnosząc się do praktyk zarzuconych w pkt III i IV postanowienia o wszczęciu postępowania, Przedsiębiorca zaznaczył, że określenie „niezwłocznie” z art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim odnośnie zwrotu kwoty udostępnianych środków należy interpretować przy uwzględnieniu wszystkich okoliczności udzielonej pożyczki. W ocenie Przedsiębiorcy, ustawodawca nie zaznaczył, że termin ten nie może być przez strony ustalony w inny sposób. Ustawa o kredycie konsumenckim przewiduje 30- dniowy termin do zwrotu kapitału pożyczki, a udzielane przez niego pożyczki nie przekraczają zwykle tego okresu. Przepisy te z przyczyn obiektywnych nie powinny mieć zastosowania do tego typu umów pożyczek. Przedsiębiorca zauważył, że ustawodawca wprowadził jedno uregulowanie na potrzeby wszystkich umów o kredyt konsumencki, nie dokonując w tym zakresie żadnego rozróżnienia, które wydaje się konieczne ze względu na różne okresy, na jakie umowy są zawierane. Jego zdaniem, w przedmiotowym przypadku przepisy ustawy, ze względu na treść i specyfikę zawieranej umowy, przekreślają cel umowy i mogą stanowić podstawę do licznych nadużyć ze strony pożyczkobiorców. W opinii Przedsiębiorcy, ustawa nie zakazuje kreowania postanowień umownych z uwzględnieniem innych terminów, ustalonych przez strony umowy na zasadzie swobody umów, z dostosowaniem ich do treści umowy i przy uwzględnieniu jej poszczególnych postanowień. Przedsiębiorca wyraził wątpliwość co do możliwości zastosowania ww. przepisu i skorzystania przez konsumenta z kapitału pożyczki przez okres dłuższy, aniżeli ten ustalony w umowie (prawie 45 dni, zamiast 30 dni), podczas gdy faktycznie od umowy odstąpił, ze wszystkimi wynikającymi z tego faktu konsekwencjami, w tym poniesieniem kosztów tylko na poziomie odsetek od uzyskanego kapitału. Pomimo uznania kwestionowanych sformułowań za dyskusyjne, Przedsiębiorca zobowiązał się do ich usunięcia.

Przedsiębiorca zadeklarował także zmianę praktyki zakwestionowanej w pkt V poprzez usunięcie z umów odnośników do stosownych dyrektyw europejskich. Przedsiębiorca uznał, że cel wskazany w ww. dyrektywach w zakresie, o którym mowa w umowie, nie został osiągnięty zwłaszcza w nawiązaniu do odstąpienia od umowy. Zdaniem

Przedsiębiorcy, rekompensata, o której mowa w dyrektywie 2008/48/WE, z punktu widzenia ekonomicznego rezultatu jest kwestią nieuregulowaną należycie w polskim porządku prawnym i nie odnosi rzeczywistego skutku prawnego. Jak wskazał, *sposób skonstruowania ustawy o kredycie konsumenckim nie reguluje kwestii rekompensaty, co nie oznacza, że pożyczkodawca nie może wprowadzić takiego uregulowania do postanowień umownych. Odwołanie się w tym zakresie do Dyrektywy, która została co prawda inkorporowana, ale nie wprowadziła wystarczająco skutecznych instrumentów, aby osiągnąć cel w niej zawarty zwłaszcza, że kredyt konsumencki nie jest finansowany przy użyciu długoterminowych mechanizmów finansowania z uwagi na czas jego trwania i wysokość, nie może być uznane za niedozwolone (...).*

Podobne stanowisko Przedsiębiorca zajął w kwestii wdrożenia do polskiego porządku prawnego dyrektywy nr 85/577/EWG w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, która- w jego ocenie- nie wprowadziła środków wystarczających dla pełnego uregulowania umów zawieranych poza siedzibą przedsiębiorcy i osiągnięcia celu dyrektywy. Przedsiębiorca stwierdził, że powoływanie się na przepisy dyrektywy wynika z faktu, iż odwiedziny w miejscu zamieszkania klienta są pewną specyfiką w świadczonych przez niego usługach. Uzasadniając swoje działania wyjaśnił, że *wskazanie w odnośniku art. 3 ust. 2 pkt c dyrektywy katalogu działań, do których przepisy te nie odnoszą się i których nie mają dotyczyć postanowienia umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, wynikało z faktu, iż w gronie pracowników funkcjonowały osoby, które potencjalnie mogły wykorzystywać kontakty z klientami dla innych handlowych celów, aniżeli tylko te, które służyły zawarciu umowy pożyczki.* Przedsiębiorca poinformował, że miał problemy kadrowe związane z działalnością konkurencyjną oraz inną działalnością prowadzoną przez jego pracowników. Zazaczył ponadto, że powołanie się na dyrektywę miało również stanowić gwarancję dla potencjalnego pożyczkobiorcy, że podczas wizyty w miejscu zamieszkania nie zostanie mu przedstawiona żadna inna oferta, aniżeli umowy pożyczki, w celu zawarcia której przedstawiciel się stawił. Przedsiębiorca uznał przy tym, że postanowienia umowne wraz z zastosowanymi odnośnikami, nie wpływają w żaden sposób na ocenę jego oferty przez potencjalnego klienta i nie stanowią nieuczciwej praktyki rynkowej. Przedsiębiorca zobowiązał się jednak do usunięcia ww. odnośników z wzorca umowy.

W odniesieniu do zarzutu z pkt VI Przedsiębiorca wskazał, że zamieszczane w materiałach reklamowych hasło „30- STKA pożyczka niebankowa, bez BIK- u” jest sformułowaniem prawdziwym. Przedsiębiorca zwrócił uwagę, że jako podmiot prowadzący działalność parabankową nie ma dostępu do Bankowej Informacji Kredytowej. Poinformował jednocześnie, że korzysta z innych baz danych i we własnym zakresie bada zdolność kredytową pożyczkobiorcy, ale użyte w materiałach reklamowych sformułowania nie stanowią przesłanek nieuczciwej praktyki rynkowej. Nie może być bowiem za takie uznane podkreślenie w haśle reklamowym odrębności pomiędzy podmiotami funkcjonującymi na rynku finansowym, które powstały na gruncie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca poinformował, że wielu jego pożyczkobiorców już po otrzymaniu pożyczki informuje, że są umieszczeni w BIK- u, a na podstawie baz danych, z których korzysta Przedsiębiorca mają zdolność kredytową. Uznał też m.in., że taki stan rzeczy wynika z niepełnego realizowania celów dyrektywy 2008/48/WE przez ustawę o kredycie konsumenckim, w zakresie dostępu do odpowiednich baz danych. Przedsiębiorca stwierdził, *wnioskując z większego na mniejsze na podstawie art. 9 dyrektywy, że aby uniknąć dyskryminacji w tym zakresie parabanki powinny mieć taki sam dostęp do baz danych jak banki.* Ostatecznie Przedsiębiorca zobowiązał się jednak do zaprzestania stosowania tego typu haseł w materiałach reklamowych.

Przedsiębiorca zobowiązał się także do niezamieszczania w reklamach znaku „rep. nr....”, stanowiącego oznaczenie pełnomocnictwa, na podstawie którego określone podmioty wykonują czynności w imieniu i rzecz pożyczkodawcy. Wyjaśnił przy tym, że o

sformułowaniu ww. ogłoszeń prasowych zdecydowała wysokość wynagrodzenia za reklamę, które ustalane jest na podstawie liczby słów użytych w haśle, a liczba i skrót traktowane są jako jedno słowo, za które obliczana jest łączna kwota do zapłaty.

W przypadku ostatniej z zarzuconych praktyk, Przedsiębiorca wskazał, że w jego opinii koszty udzielenia przez niego pożyczki należą do najniższych w Polsce. Podkreślił, że przekonanie to zostało ugruntowane analizami porównawczymi prowadzonymi na rynku usług finansowych pośród podmiotów o takim samym lub podobnym profilu działalności. Przedsiębiorca stwierdził także, że przeciętny konsument dokładnie sprawdza oferty funkcjonujące na rynku, a z konsultacji z jego przedstawicielami wynika, że konsumenci są doskonale zorientowani w kosztach związanych z udzieleniem pożyczki. Przedsiębiorca zaznaczył ponadto, że w miarę własnych możliwości i wiedzy regularnie bada działalność innych podmiotów o takim samym profilu działalności i w jego opinii nie stosuje haseł reklamowych niezgodnych z prawdą. Niemniej jednak w związku z postawionym zarzutem, Przedsiębiorca zobowiązał się do zmiany stosowanych sformułowań i wprowadzenia określenia „niskie koszty”.

W kolejnym piśmie z dnia 4 lipca 2013r., Przedsiębiorca przedstawił nową treść zakwestionowanych postanowień i przedłożył projekty nowych wzorców.

Przedsiębiorca zobowiązał się do zmiany klauzuli zakwestionowanej w pkt I.1 postanowienia o wszczęciu postępowania i nadanie jej treści: „Pożyczkobiorca zobowiązuje się do poinformowania pożyczkodawcy o wszystkich okolicznościach mających znaczenie dla ustalenia jego sytuacji ekonomicznej i finansowej mającej znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania umowy pożyczki takich jak: wysokość dochodów netto w rodzinie ze źródeł podstawowych, wysokość miesięcznych zobowiązań, inne źródła dochodu, liczb osób na utrzymaniu, dochód w rodzinie na jedną osobę, szacunkowa wartość majątku wnioskodawcy, rodzaje zabezpieczenia, miejsce pracy, rodzaj stosunku pracy, wskazanie sposobu zatrudnienia, stan cywilny, wykształcenie, wiek, zajęcia komornicze, częstotliwość otrzymywania dochodu, wykonywany zawód, obywatelstwo, informacja o pobytach za granicą”.

Przedsiębiorca zaproponował, aby klauzula z pkt I.2 otrzymała treść: „Korespondencja pomiędzy stronami kierowana będzie pod wskazany przez pożyczkobiorcę w umowie adres”.

Przedsiębiorca zaproponował także zmodyfikowanie klauzuli z pkt I.4 w następujący sposób: „Koszty prewencyjne obejmują działania podejmowane w okresie prewencyjnym tj. w pierwszym miesiącu po upływie terminu zapadłości pożyczki:

- a) dojazd prewenta osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
- b) działania prewencyjne pośrednie w postaci: jednorazowy monit wysłany 3 dni po upływie terminu płatności, koszt 15,00 zł

Koszty windykacyjne obejmują działania podejmowane w okresie windykacyjnym tj. w 30 dni po upływie terminu zapadłości pożyczki:

- a) dojazd windykatora osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
- b) działania windykacyjne pośrednie w postaci:
 - pierwsze wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 3 dni od rozpoczęcia okresu windykacyjnego koszt 15,00 zł
 - drugie wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 18 dni od rozpoczęcia okresu windykacyjnego koszt 15,00 zł
 - trzecie i ostateczne wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 30 dni od rozpoczęcia okresu windykacyjnego koszt 15,00 zł

- c) wezwanie do wydania przedmiotu przewłaszczenia wysłane po bezskutecznym upływie okresu windykacyjnego tj. w 60 dni od terminu zapadłości koszt 15,00 zł
- d) wezwanie pracodawcy do dokonywania potrąceń z art. 91 kp po upływie okresu windykacyjnego tj. w 60 dni od terminu zapadłości koszt 15 zł”.

Przedsiębiorca oświadczył, że dokonał szczegółowej analizy księgowej nakładów ponoszonych w związku z czynnościami prewencyjnymi i windykacyjnymi. Stwierdził, że koszty dojazdów do miejsca zamieszkania na podstawie Ordynacji podatkowej, które musiałyby uwzględnić wykonywanie tych czynności na podstawie prowadzonej książki drogowej i kilometrówki, wyniosłyby 0,83 zł za każdy wykonany kilometr i wynagrodzenie pracownika, obejmujące- poza dotychczasowym zakresem obowiązków- prowadzenie dokumentacji rachunkowej tych czynności na potrzeby księgowe. Biorąc pod uwagę dotychczasowe doświadczenie Przedsiębiorca uznał, że ryczałtowe ustalenie tych kosztów na aktualnym poziomie jest znacznie korzystniejsze dla pożyczkobiorcy. Przedsiębiorca zaznaczył też, że koszty wycenionych działań prewencyjnych i windykacyjnych nie były przez dłużników regulowane, zwykle były bezskuteczne bądź kończyły się negocjacjami prowadzającymi do ugody.

W przedłożonym przez Przedsiębiorcę projekcie OWU nie figuruje postanowienie o treści zakwestionowanej w pkt I.3.

Zgodnie z zaproponowaną przez Przedsiębiorcę nową treścią klauzuli z pkt I.5 postanowienia o wszczęciu postępowania: „Wszelkie spory mogące powstać na tle wykonywania umowy rozstrzygane będą przez właściwe miejscowo i rzeczowo sądy”.

Przedstawiając zobowiązanie odnoszące się do praktyki z pkt II, Przedsiębiorca wskazał w pierwszej kolejności, że w umowie pożyczki podana zostanie kwota odsetek należnych w stosunku dziennym, która zastąpi dane o wysokości odsetek w skali 30 dni, tj. należnych za okres udzielenia pożyczki. Przedsiębiorca zobowiązał się także do określenia w umowie warunków zmiany rocznej stopy zadłużenia przeterminowanego poprzez zamieszczenie w umowie postanowienia o treści: „Oprocentowanie pożyczki wynosi 4% w skali roku. Oprocentowanie zadłużenia przeterminowanego wynosi na dzień zawarcia umowy 16% w skali roku i stanowi równowartość czterokrotności wysokości zmiennej stopy lombardowej podawanej przez NBP na dzień zawarcia umowy”. Przedsiębiorca zadeklarował także dodanie do umowy pkt 16 o treści: „Organem nadzoru w sprawach ochrony konsumentów jest Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów”.

Zobowiązanie Przedsiębiorcy dotyczące praktyki z pkt IV polega na zamieszczeniu w nowym wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy stwierdzenia: *Jednocześnie informuję, że kwota udzielonej mi i wykorzystanej pożyczki zostanie przeze mnie zwrócona w ustawowym terminie zgodnie z art. 54 pkt 2 ustawy o kredycie konsumenckim z dnia 12 maja 2011 roku (...).*

W zakresie praktyki z pkt V Przedsiębiorca podtrzymał zobowiązanie dotyczące usunięcia odnośników do dyrektyw europejskich informując dodatkowo o usunięciu z Ogólnych warunków umów § 2 pkt 6 i 7. Przedsiębiorca wskazał, że we wzorcu tym zamierza zamieścić oświadczenie dotyczące możliwości skierowania ewentualnych sporów w zakresie ewentualnej rekompensaty za poniesione straty do właściwych sądów powszechnych, z powołaniem się na dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r., jako podstawy swych roszczeń i ustawy o kredycie konsumenckim jako nie osiągnącej pełnego jej celu w implementacji. Przedsiębiorca zwrócił też uwagę, że *w sytuacji spłaty przed terminem wszystkie usługi wynikające z umowy są wykonywane, a Spółka może dochodzić stosunkowego zwrotu tych kosztów proporcjonalnie do całościowego ich ujęcia. Podczas gdy koszty te w pełnej wysokości zostały przez pożyczkodawcę poniesione ze wszystkimi konsekwencjami w zakresie obowiązku podatkowego.*

Przedsiębiorca zobowiązał się ponownie do zaprzestania używania w materiałach reklamowych sformułowania „bez BIK- u” oraz skrótu „rep.”. Poinformował zarazem, że nie dysponuje jeszcze nowymi materiałami reklamowymi, ponieważ złożył zlecenie ich wykonania. Zobowiązał się jednak do ich przedstawienia niezwłocznie jak tylko będzie to możliwe.

Przedsiębiorca podtrzymał także zobowiązanie dotyczące niestosowania sformułowania „najniższe” dla określenia w materiałach reklamowych kosztów udzielanej pożyczki.

Przedsiębiorca oświadczył ponadto, że nie rozpowszechnia już materiałów reklamowych o kwestionowanej treści.

W załączeniu do pisma z dnia 14 października 2013r. Przedsiębiorca przedłożył wzór nowej reklamy informując, że rozpowszechnia go od października 2013r.

W poczet dowodów w niniejszym postępowaniu Prezes Urzędu zaliczył wzorce ramowej umowy pożyczki [usunięto] uzyskane w ramach wskazanego powyżej postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RPZ-403/2/13/AC oraz umowę udzielenia pożyczki gotówkowej zawartą przez [usunięto] z dnia 1 grudnia 2012r.- wersja z usuniętymi danymi osobowymi pożyczkobiorcy uzyskaną w ramach postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o sygn. akt [usunięto].

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

„DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000392684 (dowód: odpis z KRS – k. 219- 223 akt).

Przedmiotem działalności gospodarczej Przedsiębiorcy jest m.in. udzielanie pożyczek konsumentom. W ramach tej działalności Przedsiębiorca udziela pożyczek w wysokości: 300 zł, 400 zł, 500 zł, 750 zł i 1000 zł, na okres 30 dni. Przedsiębiorca zawiera umowy w swojej siedzibie, w oddziałach, w miejscu zamieszkania klienta bądź w miejscu wskazanym przez klienta. Zawierając umowy Przedsiębiorca wykorzystuje wzorzec o nazwie: ramowa umowa o pożyczkę (chwilówkę), którego integralną część stanowią Ogólne warunki umów pożyczek Daiglob Piechocka Spółka Jawna (dalej: OWU). Załącznikami do ww. umowy są także m.in. wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy i formularz oświadczeń, które składa pożyczkobiorca w związku z zawarciem umowy z Przedsiębiorcą (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 4 lutego 2013r.- k. 6- 10 akt, wzorce ramowej umowy o pożyczkę [chwilówkę] dotyczące pożyczek w wysokości: 500 zł, 750 zł i 1.000 zł- k. 13- 14, 35- 36 i 57- 58 akt, OWU załączone do ww. wzorców- k. 16- 19, 38- 41, 60-63 akt, wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy- k. 19, 41 i 63 akt, formularz oświadczeń stanowiący załącznik nr 4 do umowy pożyczki- k. 24, 46 i 68 akt).

Wzorce te Przedsiębiorca wykorzystuje od października 2012r. (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 4 lutego 2013r.- k. 6- 10 akt).

Prezes Urzędu ustalił, że w stosowanym przez Przedsiębiorcę wzorcu OWU zamieszczono postanowienia, o treści przytoczonej powyżej w pkt I sentencji decyzji, które są tożsame z klauzulami uznanymi za niedozwolone przez Sąd Okręgowy w Warszawie- Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK) i wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych (dowód: OWU- k. 16- 19, 38- 41, 60-63 akt).

Jak ustalono, w umowach pożyczki zawieranych z konsumentami Przedsiębiorca nie zamieszcza informacji o: warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów (dowód: umowy załączone do pisma

Przedsiębiorcy z dnia 4 lutego 2012r.- k. 80- 81, 106- 107, 132- 133, 158- 159, 186- 187, 267- 268, 271- 272, 275- 276, 280-281, 284- 285, 287- 288, 291- 292, 295- 296, 298- 299, 315- 316, 332- 333, 349- 350 akt).

Analizując zgromadzony materiał dowodowy Prezes Urzędu ustalił także, że Przedsiębiorca nierzetelnie informuje konsumentów o warunkach zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki i odsetek, w razie odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia.

W pkt 3 § 9 OWU wskazano, że odstąpienie staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczkobiorcy pożyczki zostanie zwrócona pożyczkodawcy łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. W doręczanym konsumentom przy zawarciu umowy pożyczki wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy, częścią oświadczenia pożyczkobiorcy jest stwierdzenie: *Jednocześnie informuję, że kwota udzielonej mi i wykorzystanej pożyczki została przeze mnie zwrócona na potwierdzenie czego załączam dowód zwrotu wykorzystanej kwoty (z adnotacją „odstąpienie od umowy pożyczki gotówkowej nr”) w wysokości zł (słownie zł)* (dowód: OWU- k. 16- 19, 38- 41, 60-63 akt, wzór oświadczenia o odstąpieniu konsumenta od umowy- k. 19, 41 i 63 akt, OWU i wzory oświadczenia załączone do zawartych umów- k. 83- 86, 109- 112, 135- 138, 161- 164, 189- 192, 301- 304, 318- 321, 335- 338, 352- 355 akt).

Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika ponadto, że niektóre z postanowień OWU zostały oznaczone znakiem *. Znak ten odsyła do określonych przepisów obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim oraz dyrektyw Parlamentu Europejskiego i Rady, w których zastrzeżono, że tak oznaczone postanowienia są z nimi zgodne. § 1 pkt 1 przewiduje, że pożyczkodawca udziela pożyczki pożyczkobiorcy na okres nie dłuższy niż 30 dni i tylko w miejscu zameldowania pożyczkobiorcy. Pod oznaczeniem *3, który odnosi się do tego postanowienia, wskazano: *zgodnie z treścią pkt 25 załącznika „Praktyki handlowe uznawane za nieuczciwe w każdych okolicznościach” stanowiącym o składaniu wizyt osobiście w domu konsumenta w związku z egzekwowaniem zobowiązań umownych w świetle prawa krajowego do Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”).*

Stosownie do § 2 pkt 6 OWU, pożyczkobiorca ma prawo do wcześniejszej spłaty pożyczki przed upływem terminu, o którym mowa w § 1 pkt 1. Dokonanie wcześniejszej spłaty pożyczki możliwe jest po uiszczeniu rekompensaty z tego tytułu na rzecz pożyczkodawcy w wysokości 0,5% spłaconej przed upływem terminu kwoty udzielonej pożyczki. Oznaczenie *1 do tego postanowienia wskazuje: *zgodnie z treścią art. 48 ustawy o kredycie konsumenckim z dnia 12 maja 2011 roku.*

§ 2 pkt 7 OWU przewiduje, że pożyczkodawca jest uprawniony do domagania się wyższej rekompensaty aniżeli wskazana w pkt 6 tego paragrafu, jeżeli udowodni, że strata jaką poniósł w wyniku wcześniejszej spłaty przekracza kwotę tak obliczonej rekompensaty. W zamieszczonym przy tym postanowieniu oznaczeniu *2 stwierdzono: *zgodnie z treścią art. 16 pkt 4 b Dyrektywy Parlamentu i Rady z dnia 23 kwietnia 2008 roku 2008/48/WE (Dz.U.U.E.L.08.133.66).*

§ 5 pkt 9 OWU, zgodnie z którym, zawierając umowę pożyczki pożyczkobiorca wyraża zgodę na stosowanie we wzajemnych kontaktach środków komunikowania się na odległość w celach handlowych takich jak telefon, poczta elektroniczna, wizjo fon itd., został oznaczony *5. Pod tym odnośnikiem wskazano: *zgodnie z treścią Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 roku o nieuczciwych praktykach rynkowych (Dz.U. UE.L.05.149.22).*

Do § 5 pkt 10 OWU, wskazującego, że pożyczkobiorca złoży oświadczenie, którego wzór stanowi załącznik nr 4 do umowy i stanowi konieczny warunek zawarcia umowy dodano znak *6. Pod ww. oznaczeniem wyjaśniono: zgodnie z treścią art. 2 pkt j Dz.U.U.E.L05.149.22 Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”).

Tekst zamieszczony po wszystkich ww. oznaczeniach został wyróżniony pogrubioną czcionką (dowód: OWU- k. 16- 19, 38- 41, 60-63 akt, OWU załączone do zawartych umów- k. 83- 86, 109- 112, 135- 138, 161- 164, 189- 192, 301- 304, 318- 321, 335- 338 i 352- 355 akt).

Informacje, że działania Przedsiębiorcy są zgodne z prawem zawarte zostały także w formularzu oświadczeń, które złożyć musi konsument zawierający umowę pożyczki z Przedsiębiorcą. Podpisanie oświadczeń jest jednym z warunków udzielenia pożyczki. W pierwszym z oświadczeń wskazano: *oświadczam, iż wystąpiłem z prośbą o odwiedzinę w moim miejscu zamieszkania do Pożyczkodawcy i wyrażam zgodę na przebywanie przedstawiciela Daiglob Piechocka Spółka Jawna w chwili przekazania mi oferty i podpisania umowy.* W nawiasie obok ww. oświadczenia pogrubioną czcionką podano: *stosownie do art. 1 dyrektywa rady z dnia 20.12.1985 85/577/EWG (Dz.U.U.E.L z dnia 31.12.1985 Dz.U.U.E.L 85.372.31, Dz.U.U.E- sp 15-1-262).*

Obok drugiego oświadczenia o treści: *oświadczam, iż niniejszą umowę zawarłem na podstawie przedstawionej mi przez Daiglob Piechocka Spółka Jawna oferty firmy i miałem możliwość zapoznania się z ofertą pod nieobecność przedstawiciela pożyczkodawcy* pogrubioną czcionką podano: *(stosownie do art. 3 pkt 2 C ppkt 1) dyrektywa rady z dnia 20.12.1985 85/577/EWG (Dz.U.U.E.L z dnia 31.12.1985 Dz.U.U.E.L 85.372.31, Dz.U.U.E- sp 15-1-262).*

Dla uzasadnienia ostatniego z oświadczeń o treści: *oświadczam, iż mam zamiar dalszego utrzymywania kontaktów z pożyczkodawcą w związku z tą lub ewentualną inną transakcją* pogrubioną czcionką podano: *(art. 3 pkt 2 C ppkt II) Dyrektywa Rady z dnia 20.12.1985 85/577/EWG (Dz.U.U.E.L z dnia 31.12.1985) Dz.U.U.E.L 85.37231, Dz.U.U.E- sp 15-1-262)*

(dowód: formularz oświadczeń stanowiący załącznik nr 4 do umowy pożyczki- k. 24, 46, 68 akt, formularze podpisane przez pożyczkobiorców załączone do zawartych umów- k. 93, 119, 145, 171, 199, 310, 327, 344 i 360 akt).

Prezes Urzędu ustalił ponadto, że Przedsiębiorca reklamuje swoje usługi polegające na udzielaniu pożyczek konsumentom w prasie lokalnej i regionalnej, na terenie całego kraju. W reklamach tych Przedsiębiorca posługiwał się hasłami: „30-STKA pożyczka niebankowa, bez Bik-u” oraz „bez BIK-u” (dowód: wydruki reklam załączone do pisma Przedsiębiorcy z dnia 4 lutego 2013r.- k. 214- 218 akt, reklamy opublikowane w: „Polska Gazeta Wrocławska” w dniach: 22, 24, 25, 26- 27 i 28 stycznia 2013r.- k. 230- 324 akt, „Polska Dziennik Zachodni” w dniach: 28 i 31 stycznia 2013r.- k. 239 i 241 akt, 1 i 2- 3 lutego 2013r.- k. 242 i 243 akt, „Nowa Trybuna Opolska” w dniach: 21, 22, 23, 25, 28, 29, 30 i 31 stycznia 2013r.- k. 244- 251 akt, 1 i 4 lutego 2013r.- k. 252- 253 akt).

Przedsiębiorca poinformował, że w celu oceny zdolności kredytowej pożyczkobiorcy, w ramach procedury tzw. scoringu finansowego, tj. punktowej metody oceny wiarygodności osoby ubiegającej się o kredyt konsumencki, korzysta z baz Biura Informacji Gospodarczej InfoMonitor oraz Krajowego Rejestru Długów. Wskazał także, że informacje uzyskane w ramach procedury scoringu finansowego są weryfikowane również w czasie obowiązywania umowy pożyczki (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 25 lutego 2013r.- k. 255- 259 akt).

W reklamach publikowanych w prasie Przedsiębiorca zamieszczał ponadto zwrot „rep. A” lub „repertorium A”, obok którego podany był określony numer. Zwrot ten zamieszczono w pierwszej lub ostatniej części ogłoszenia, bezpośrednio po wskazaniu firmy

Przedsiębiorcy, np. DAIGLOB PIECHOCKA S.J. REPERTORIUM A 3888/2011 (dowód: wydruki reklam załączone do pisma Przedsiębiorcy z dnia 4 lutego 2013r.- k. 214 i 217- 218 akt, reklamy opublikowane w: „Polska Dziennik Zachodni” w dniach: 21, 23, 25, 26- 27, 28, 30 i 31 stycznia 2013r.- k. 235- 241 akt, 1, 2- 3 lutego 2013r.- k. 342-243 akt, „Nowa Trybuna Opolska” w dniach: 21, 22, 23, 24, 28, 29 i 30 stycznia 2013r.- k. 244- 251 akt, 1 i 4 lutego 2013r.- k. 252- 253 akt).

Przedsiębiorca wyjaśnił, że jest to oznaczenie aktu notarialnego, w formie którego zostało udzielone pełnomocnictwo do podejmowania wszelkich działań w ramach zakresu przedmiotowego wynikającego z umowy o współpracę zawartej z Magdaleną Piechocką prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą: Biuro Obrotu Wierzytelnościami DAIGLOB FINANCE w Bydgoszczy, na jego rzecz. Wskazał jednocześnie, że prowadzi działalność finansową w imieniu własnym oraz w ramach pośrednictwa kredytowego, a oznaczenie repertorium ma na celu ułatwienie identyfikacji kredytodawcy, na rzecz którego podejmuje czynności faktyczne związane z przygotowaniem, oferowaniem i zawieraniem umowy o pożyczkę (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 25 lutego 2013r.- k. 255- 259 akt).

Reklamując swoje usługi w prasie Przedsiębiorca wykorzystywał również hasło „najniższe koszty pożyczek w Polsce” oraz „najniższe koszty” (dowód: wydruki reklam załączone do pisma Przedsiębiorcy z dnia 4 lutego 2013r.- k. 214 akt, reklamy opublikowane w: „Polska Dziennik Zachodni” w dniach: 21, 25, 26- 27, 28, 30 i 31 stycznia 2013r.- k. 235, 237- 241 akt, 1, 2- 3 lutego 2013r.- k. 242- 243 akt, „Nowa Trybuna Opolska” w dniach: 21, 22, 23, 24, 28, 29 i 30 stycznia 2013r.- k. 244- 251 akt, 1 i 4 lutego 2013r.- k. 252- 253 akt).

Przedsiębiorca przedstawił zestawienie tabelaryczne porównujące koszty pożyczki w wysokości 1.000 zł udzielonej na okres 30 dni, które oferuje konsumentom z kosztami pożyczek udzielanych przez wybranych 6 innych przedsiębiorców. W poszczególnych kolumnach tabeli obok nazwy pożyczkodawców Przedsiębiorca wskazał: kapitał pożyczki, okres udzielenia pożyczki, koszty po okresie udzielenia pożyczki, adresy stron internetowych pożyczkodawców oraz okres prolongaty spłaty pożyczki wraz z należnymi kosztami. Oferty 4 spośród wybranych pożyczkodawców dotyczą pożyczek w kwocie 1.000 zł udzielanych na okres 30 dni, a oferty 2 pozostałych pożyczkodawców- pożyczek udzielonych na okres 30 dni w wysokości: 900 zł i 1.200 zł oraz 930 zł i 1.250 zł (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 25 lutego 2013r.- k. 255- 259 akt).

W trakcie postępowania Przedsiębiorca złożył wniosek o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przedstawiając zakres działań, do podjęcia których zobowiązał się w celu zapobieżenia zarzuconym mu naruszeniom (dowód: pisma Przedsiębiorcy z dnia: 30 maja i 4 lipca 2013r.- k. 388- 392 i 396- 399 akt; projekty nowych wzorców umów, załączone do pisma Przedsiębiorcy z dnia 4 lipca 2013r.- k. 400- 417 akt).

Składając ww. wniosek Przedsiębiorca poinformował jednocześnie, w odniesieniu do praktyk z pkt VI, VII i VIII, że nie rozpowszechnia już materiałów reklamowych o zakwestionowanej treści (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 4 lipca 2013r.- k. 396- 399 akt).

W załączeniu do pisma z dnia 14 października 2013r. Przedsiębiorca przedłożył wzór nowej reklamy oraz poinformował, że stosuje go od października 2013r. (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 14 października 2013r. wraz z załączonym wzorem nowej reklamy- k. 445- 447 akt).

Prezes Urzędu ustalił, że przedłożony wzór reklamy nie dotyczy pożyczek Przedsiębiorcy, ale pożyczek innego pożyczkodawcy, który jest z nim powiązany osobowo-**[usunięto]** (dowód: wzór reklamy załączony do pisma Przedsiębiorcy z dnia 14 października 2013r.- k. 447 akt, zeznania o wysokości osiągniętego dochodu w 2012r. PIT- 36 L wraz z załącznikami PIT/B wspólników „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie- k. 377- 383).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

Zdaniem Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Przedsiębiorcy, tj. zawrzeć z nim umowę pożyczki bądź zapoznali się lub mogli zapoznać się z jego reklamami. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Skutkuje to uznaniem, że w niniejszej sprawie istnieje możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. z siedzibą w Szczecinie jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten za przedsiębiorcę uznaje m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz.U. z 2013r. poz. 672 ze zm.). „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na udzielaniu pożyczek gotówkowych konsumentom. Posiadając status przedsiębiorcy w świetle ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, „DAIGLOB” PIECHOCKA Sp.j. jest zarazem przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji jej działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego (pkt 1), naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2) oraz nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3).

Stwierdzenie ww. praktyk wymaga spełnienia dwóch przesłanek: **bezprawności działania przedsiębiorcy i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.**

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwai, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., str. 117-118). Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Przesłanka bezprawności wykazana zostanie odrębnie dla każdej z przypisanych Przedsiębiorcy praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostanie

natomiast łącznie, z uwagi na tożsamy charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych niniejszym postępowaniem.

W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia **zbiorowy interes konsumentów** prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania 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.*

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

Praktyki Przedsiębiorcy mogą godzić w interesy nieograniczonej liczby osób, których nie da się zidentyfikować- potencjalnie wszystkich jego dotychczasowych i przyszłych kontrahentów oraz wszystkich konsumentów, którzy zapoznali się lub mogli zapoznać się z jego reklamami. Praktyki te mają więc charakter powtarzalny i skierowane są do osób, które nie zostały zindywidualizowane.

Zakwestionowane praktyki naruszają interesy ekonomiczne i pozaekonomiczne konsumentów. Negatywne skutki ekonomiczne związane są przede wszystkim ze stosowaniem postanowień wzorców umów, które umożliwiają Przedsiębiorcy obciążenie konsumenta, w ramach nieuregulowanej bliżej procedury, nadmiernie wygórowanymi opłatami za czynności prewencyjne i windykacyjne. Pozostałe postanowienia niedozwolone nie mają bezpośredniego wpływu na sytuację ekonomiczną konsumenta, niemniej naruszają jego interesy pozaekonomiczne. Np. postanowienie zobowiązujące konsumenta do powiadomienia Przedsiębiorcy o wszystkich okolicznościach dotyczących jego sytuacji finansowej, mających znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania umowy pożyczki, może prowadzić do nałożenia na konsumenta nadmiernie uciążliwych formalności, które są zbędne dla prawidłowego wykonania umowy. Praktyki zakwestionowane w pkt II- VIII sentencji niniejszej decyzji naruszają głównie pozaekonomiczne interesy konsumentów- prawo do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji na etapie zawierania umowy pożyczki (o obligatoryjnych postanowieniach umowy, warunkach odstąpienia od umowy i terminie rozliczenia pożyczki w takim przypadku) oraz prawo do uzyskania informacji, które nie wprowadzają w błąd- na etapie kontraktowym i przedkontraktowym, związanym z działaniami reklamowymi. Należy zarazem wskazać, że pośrednio negatywny wpływ na sferę interesów majątkowych konsumenta wywierać mogą praktyki polegające na nierzetelnym informowaniu o warunkach i terminie zwrotu kwoty pożyczki i odsetek, w

razie odstąpienia konsumenta od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Nierzetelne informacje w tym zakresie mogą prowadzić do faktycznego zwrotu przez konsumenta kwoty pożyczki i odsetek w terminie wcześniejszym niż określony w ustawie o kredycie konsumenckim.

Warto ponadto zauważyć, że dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nie jest konieczne wystąpienie na rynku skutków danej praktyki. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanej przez Przedsiębiorcę praktyki. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

I.

W pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu przypisał Przedsiębiorcy stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. **Bezprawność** tej praktyki wynika z tożsamości stosowanych przez Przedsiębiorcę postanowień wzorców umów z postanowieniami wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

W świetle utrwalonego orzecznictwa sądowego, Prezes Urzędu może stwierdzić stosowanie ww. praktyki również w odniesieniu do przedsiębiorcy, który nie był stroną postępowania sądowego zakończonego wpisaniem danej klauzuli do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 grudnia 2005r. sygn. akt VI ACa 760/05 podkreślił, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest posługiwanie się postanowieniem wpisanym do rejestru w oderwaniu od zagadnienia, czy wpis do rejestru powstał w związku ze stosowaniem wzorca umowy przez podmiot, co do którego bada się stosowanie praktyki. Jak wskazał Sąd Apelacyjny, naruszenie interesów konsumentów może nastąpić w wyniku działań podmiotów, które stosują klauzule abuzywne już wpisane do rejestru, przy czym wpis taki związany był z działaniami innych przedsiębiorców.

Z kolei w wyroku z dnia 25 maja 2005r. sygn. akt XVII Ama 46/04 SOKiK wyraził pogląd, że dla uznania określonej klauzuli za niedozwolone postanowienie umowne wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie klauzul powinien być bowiem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane postanowienie. Jeśli cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną oba zapisy można uznać za tożsame.

Przedstawione powyżej orzecznictwo potwierdza uchwała 7 sędziów Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006r. sygn. akt III SZP 3/2006, w której uznano, że *stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a (w obowiązującej obecnie ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów uregulowana została w art. 24). Odwołując się do argumentów o charakterze celowościowym oraz kierując się potrzebą zapewnienia skuteczności tego przepisu, Sąd Najwyższy podkreślił, że *praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów obejmuje również przypadki wprowadzenia jedynie zmian kosmetycznych, polegających na przedstawieniu szyku wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru,**

która wywołuje takie same skutki godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej co wpisana do rejestru. (...) Możliwość uznania zachowania przedsiębiorcy, polegającego na stosowaniu postanowień wzorców umownych, które nie mają identycznego brzmienia jak postanowienia wpisane do rejestru, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, w sposób istotny zwiększa skuteczność obu instytucji (tj. niedozwolonych postanowień umownych oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumenta), zniechęcając przedsiębiorców do obchodzenia wpisów dokonanych w rejestrze niedozwolonych postanowień.

Nie jest więc konieczna dokładna, literalna zbieżność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej. Niedozwolone będą również takie postanowienia wzorców umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, których treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną wykładnię.

1. W niniejszym postępowaniu Prezes Urzędu zakwestionował postanowienie wzorca Przedsiębiorcy, zgodnie z którym: „Pożyczkobiorca zobowiązuje się do poinformowania pożyczkodawcy o wszystkich okolicznościach mających znaczenie dla ustalenia jego sytuacji ekonomicznej i finansowej mającej znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania umowy pożyczki” (§ 5 pkt 4 OWU).

Wyrokiem z dnia 15 lutego 2006r. sygn. akt XVII Amc 30/05 SOKiK uznał za niedozwolone postanowienie o treści: *Pożyczkobiorca zobowiązuje się do informowania FF o zamiarze zaciągnięcia pożyczek, kredytów bądź udzielenia poręczenia oraz o podjęciu innych decyzji mających istotny wpływ na jego sytuację ekonomiczno- finansową* (pozycja 1172 rejestru niedozwolonych postanowień umownych). Uzasadniając wydane orzeczenie SOKiK stwierdził, że postanowienie to spełnia przesłanki klauzuli niedozwolonej z art. 385¹§ 1 i art. 385³ pkt 9 i 21 Kodeksu cywilnego. Przyznaje bowiem przedsiębiorcy pełną dowolność co do oceny, jakie konkretnie decyzje mają wpływ na sytuację ekonomiczno- finansową konsumenta oraz czy wpływ ten jest istotny. Zdaniem SOKiK, informowanie przedsiębiorcy o każdym zamiarze zaciągnięcia kredytów, pożyczek bądź udzieleniu poręczenia narusza wzajemne zaufanie stron umowy oraz naraża konsumenta na zbędne i uciążliwe formalności. Stanowisko to podtrzymał Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 15 grudnia 2006r. sygn. akt VI ACa 539/06, oddalającym apelację od ww. wyroku SOKiK. Sąd Apelacyjny uznał, że postanowienie to przyznaje kontrahentowi konsumenta uprawnienie do dokonania wiążącej interpretacji umowy, która zawiera w sobie dużą swobodę- to przedsiębiorcy pozostawia się *de facto* ocenę istotności wpływu decyzji konsumenta na jego sytuację ekonomiczno- finansową. Sąd Apelacyjny wskazał, że pomijając nieuzasadnioną ingerencję w sferę prywatności konsumenta, wprowadzenie obowiązku informowania o wszystkich decyzjach mających wpływ na jego sytuację ekonomiczno- finansową, a w konsekwencji stawianie konsumenta w sytuacji poddania kontroli swej kondycji majątkowej przez cały czas trwania umowy, stanowi nadmiernie uciążliwą formalność. Sąd podkreślił, że uzasadnieniem wprowadzenia ww. zapisu umowy nie może być potrzeba posiadania przez pożyczkodawcę informacji o kondycji finansowej pożyczkobiorcy po tym, jak udzielona została już pożyczka. Zdaniem Sądu Apelacyjnego, taka wiedza w rzeczywistości nie gwarantuje zapewnienia prawidłowej spłaty pożyczki, ani nawet optymalnej reakcji na niewykonywanie umowy przez pożyczkobiorcę. Jest przy tym zbędna w sytuacji ustanowienia umową konkretnych form zabezpieczenia spłaty pożyczki.

Postanowienie o podobnej treści zostało uznane za niedozwolone wyrokiem SOKiK z dnia 22 października 2009r. sygn. akt XVII Amc 349/09: *Do podstawowych obowiązków kredytobiorcy należy: (...) powiadamianie MultiBanku o wszelkich okolicznościach mogących mieć wpływ na sytuację finansową kredytobiorcy, w szczególności o obniżeniu dochodów mogących mieć wpływ na terminową spłatę kredytu* (pozycja 1987 rejestru). SOKiK stwierdził, że postanowienie to jest niedozwolone w świetle art. 385¹§ 1 Kodeksu cywilnego, spełnia przy tym także przesłanki określone w art. 385³ pkt 9 Kodeksu cywilnego. Zostało bowiem sformułowane w

sposób niejednoznaczny i nieprecyzyjny. Może powodować problemy interpretacyjne po stronie konsumentów, co do tego jakie okoliczności wpływające na ich sytuację finansową są istotne i mają o nich informować bank. Jak zauważył SOKiK, to do banku należy ocena, czy zaistniałe okoliczności wpływają na sytuację finansową konsumentów, a postanowienie nie wskazuje żadnych kryteriów, na podstawie których można by, w sposób obiektywny, ustalić, jakie to mogą być okoliczności. SOKiK ocenił, że takie postanowienie jest zbyt ogólne i niejednoznaczne, przez co przyznaje bankowi zbyt dużą swobodę kwalifikowania danych okoliczności jako wpływających na sytuację finansową konsumenta, których konsument nie będzie w stanie przewidzieć, ani też obiektywnie zweryfikować ich zasadności. Naraża jednocześnie konsumenta na zbędne i uciążliwe formalności. SOKiK uznał, że bank ma możliwość dokonania wiążącej interpretacji umowy, a konsument nie ma możliwości oceny, o jakich zmianach swojej sytuacji ma informować bank. Postanowienie to nie precyzuje zatem w sposób wystarczający tego rodzaju okoliczności, w bardzo szeroki sposób nakładając na konsumenta obowiązek dostarczania informacji bankowi.

Zdaniem Prezesa Urzędu, powyższe argumenty można odnieść również do postanowienia wzorca Przedsiębiorcy, które przewiduje szerokie i niejednoznacznie określone obowiązki informacyjne konsumenta względem Przedsiębiorcy. Obowiązki te obejmują informacje o wszystkich okolicznościach dotyczących jego sytuacji finansowej i ekonomicznej, które mają znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania umowy pożyczki. Prawo dokonania wiążącej interpretacji umowy w tym zakresie należy wyłącznie do Przedsiębiorcy. Zastosowanie tego postanowienia może także prowadzić do nałożenia na konsumenta uciążliwych i nieuzasadnionych formalności w trakcie obowiązywania umowy. W ocenie Prezesa Urzędu, tożsamy charakter regulacji przesądza o tożsamości tego postanowienia z postanowieniami wpisanymi do rejestru.

Kwestionując zasadność postawionego zarzutu Przedsiębiorca wskazał, że ww. postanowienie miało stanowić ogólny tylko zarys informacji, które bardziej szczegółowo zostały określone w scoringu finansowym stanowiącym załącznik do umowy. Jak zaznaczył, w związku z 30- dniowym okresem trwania umowy pożyczki, obowiązek poinformowania dotyczy przekazania danych zawartych w scoringu finansowym jednorazowo przy zawieraniu umowy.

W opinii Prezesa Urzędu, analiza treści ww. postanowienia prowadzi do wniosku, że ma charakter szerszy niż wskazał Przedsiębiorca. Obowiązek pożyczkobiorcy może aktualizować się nie tylko w chwili zawarcia umowy, w procesie weryfikacji zdolności kredytowej potencjalnego pożyczkobiorcy, ale przez cały czas jej obowiązywania. Należy zauważyć, że ww. postanowienie zamieszczone zostało w § 5 OWU zatytułowanym: „Obowiązki pożyczkobiorcy”, w którym zamieszczono postanowienia odnoszące się do etapu związania stron zawartą już umową (np. dotyczące powiadomienia o zmianie adresu i danych osobowych). Ponadto, zarówno w tym postanowieniu, jak i w pozostałych postanowieniach § 5, Przedsiębiorca posługuje się pojęciem „pożyczkobiorca”. Dowodzi to, że obowiązek, o którym mowa w tym postanowieniu, nałożony został w istocie na konsumenta, który jest stroną umowy pożyczki zawartej z Przedsiębiorcą. Dlatego też Prezes Urzędu uznał, że ww. stanowisko Przedsiębiorcy nie wpływa na dokonaną ocenę tego postanowienia i stwierdzenie, że mieści się w hipotezach klauzul niedozwolonych. W piśmie z dnia 25 lutego 2013r. (k. 255- 259 akt) Przedsiębiorca sam zresztą przyznał, że informacje uzyskane w ramach procedury scoringu finansowego są weryfikowane również w czasie obowiązywania umowy pożyczki. Zdaniem Prezesa Urzędu, oznacza to, że w celu dokonania ww. weryfikacji w czasie obowiązywania umowy, Przedsiębiorca może żądać informacji od konsumenta powołując się na zakwestionowane postanowienie.

2. Za tożsame z klauzulami niedozwolonymi Prezes Urzędu uznał także postanowienie, które przewiduje, że: „W przypadku niedopełnienia wskazanego w pkt 5 niniejszego

paragrafu obowiązku (m.in. powiadomienia o zmianie adresu zamieszkania i adresu do doręczeń korespondencji- przyp. Urzędu) korespondencja kierowana będzie pod wskazany w umowie adres i uznana za skutecznie doręczoną” (§ 5 pkt 6 OWU).

W orzecznictwie SOKiK podkreśla się, że postanowienia przewidujące domniemanie doręczenia spełniają przesłanki klauzuli niedozwolonej określonej w art. 385³ pkt 9 Kodeksu cywilnego. Pozwalają bowiem przedsiębiorcy na dokonanie wiążącej interpretacji umowy w zakresie stwierdzenia, że oświadczenie złożone konsumentowi, wysłane na jego ostatni znany adres, zostało doręczone skutecznie. Orzekając o abuzywności tej treści klauzul SOKiK powołał art. 61 Kodeksu cywilnego, który stanowi, że oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią. W przypadku klauzul przewidujących domniemanie doręczenia warunek określony w ww. przepisie nie został spełniony. Takie stanowisko SOKiK zajął m.in. w wyrokach z dnia: 16 kwietnia 2007r. sygn. akt XVII Amc 43/06 oraz 20 maja 2008r. sygn. akt XVII Amc 107/07. Na mocy tych wyroków do rejestru wpisano postanowienia o treści: *W przypadku zmiany adresu każda ze stron zobowiązana jest niezwłocznie pisemnie powiadomić o tym drugą stronę. W przypadku nie powiadomienia o zmianie adresu, korespondencja kierowana na ostatni znany adres będzie uznawana za skutecznie doręczoną (pozycja 1207) oraz Oświadczenia i zawiadomienia Activo Investment przesłane kupującemu na podany adres do korespondencji uważa się za skutecznie doręczone. Kupujący zobowiązany jest w trakcie trwania niniejszej umowy do natychmiastowego zawiadomienia Activo Investment o każdej zmianie adresu swego miejsca zamieszkania, pod rygorem uznania za skutecznie doręczone oświadczeń i zawiadomień Activo Investment przesłanych kupującemu na adres wskazany w niniejszej umowie (pozycja 1482).*

Analizowane postanowienie jest tożsame z przytoczonymi klauzulami niedozwolonymi. Tak jak ww. klauzule, postanowienie to pozwala Przedsiębiorcy na uznanie, że korespondencja wysłana do konsumenta na ostatni znany adres została doręczona prawidłowo. Pomimo braku faktycznych możliwości zapoznania się z jej treścią, konsument może być więc narażony na wynikające z niej skutki. W tym wypadku Przedsiębiorca wprowadził do wzorca domniemanie doręczenia, które jest instytucją prawa procesowego przewidzianą dla doręczania pism procesowych.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tożsamości ww. postanowienia z klauzulami z rejestru nie wyklucza wskazany przez Przedsiębiorcę cel postanowienia, tj. umożliwienie stronom stałego kontaktu dla wykonania postanowień umowy pożyczki. Należy podkreślić, że Prezes Urzędu nie kwestionuje zasadności nałożenia na strony obowiązku wzajemnego powiadamiania się o zmianach adresu do doręczeń, ale skutek, jaki postanowienie to wiąże z doręczeniem korespondencji pod dotychczasowy adres. Brak prawidłowego doręczenia nie gwarantuje stronom żadnego kontaktu. Uwzględnienie powołanego orzecznictwa skutkuje stwierdzeniem, że konsument ma prawo do zapoznania się z treścią każdej korespondencji, która pochodzi od Przedsiębiorcy, niezależnie od tego, jaki jest jej charakter i jakie oświadczenia Przedsiębiorcy zawiera.

W opinii Prezesa Urzędu, wyjaśnienia Przedsiębiorcy wskazujące, że w swojej działalności nie kieruje do pożyczkobiorców oświadczeń woli kształtujących ich prawa i obowiązki, nie są wiarygodne. Trudno bowiem uznać, że nie mają takiego charakteru np. wezwania do zapłaty czy wezwania do wydania przedmiotu przewłaszczenia, przewidziane w ramach podejmowanych przez Przedsiębiorcę czynności windykacyjnych.

3 i 4. Postawiony Przedsiębiorcy zarzut objął także postanowienia § 6 pkt 9 oraz § 7 pkt 4 i 6 OWU regulujące kwestie opłat za czynności prewencyjne i windykacyjne podejmowane przez niego w przypadku niespłacenia pożyczki w terminie ustalonym w umowie.

Pierwsze z postanowień przewiduje: „Pożyczkodawca na wypadek braku kontaktu z pożyczkobiorcą (...) celem uniknięcia sytuacji związanej z brakiem możliwości ustalenia miejsca pobytu dłużnika i konsekwencji z tym związanych zgodnie z art. 802 Kpc, zleci

czynności informacyjno- rozpoznawcze do ogólnopolskiego biura detektywistycznego gajc & partnerzy sp. z o.o. Pożyczkodawca w związku z powyższym obciąży pożyczkobiorcę poniesionymi kosztami związanymi z wykonaniem czynności detektywistycznych w postaci:

- ustalenie miejsca zamieszkania (w miejscowości gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 500 zł
- ustalenie miejsca zamieszkania (poza miejscowością gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 1000 zł
- ustalenie miejsca pracy (w miejscowości gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 500 zł
- ustalenie miejsca pracy (poza miejscowością gdzie zamieszkiwał pożyczkobiorca)- 1000 zł”.

W drugim postanowieniu wskazano: „Koszty prewencyjne obejmują:

- a) dojazd prewenta osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
- b) działania prewencyjne pośrednie w postaci: monit wysłany 3 dni po upływie terminu płatności, koszt 15,00 zł

Koszty windykacyjne obejmują:

- a) dojazd windykatora osiem razy w miesiącu, koszt 30,00 zł za każdy dojazd
- b) ustalenie miejsca pracy, koszt 150,00 zł
- c) ustalenie miejsca pobytu, koszt 150,00 zł
- d) działania windykacyjne pośrednie w postaci:
 - pierwsze wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 3 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 30,00 zł
 - drugie wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 18 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 50,00 zł
 - ostateczne wezwanie do zapłaty wysłane po upływie 30 dni po terminie przekazania sprawy do firmy zewnętrznej koszt 50,00 zł
- e) wezwanie do wydania przedmiotu przewłaszczenia wysłane po upływie 18 dni po terminie płatności 50,00 zł
- f) wezwanie pracodawcy do dokonywania potrąceń z art. 91 kp wysłane po upływie 18 dni po terminie płatności koszt 50,00 zł”

Zdaniem Prezesa Urzędu, postanowienia te mieszczą się w hipotezach klauzul niedozwolonych wpisanych m.in. w pozycjach: 1796, 978 i 829 rejestru.

Uznając za niedozwoloną pierwszą z wymienionych klauzul o treści: *W przypadku niewykonania zobowiązań wynikających z niniejszej umowy kredytobiorca poniesie koszty związane z monitorowaniem kredytobiorcy: 1) telefoniczne upomnienie kredytobiorcy związane z nieterminową spłatą kredytu- 13 zł, 2) korespondencja kierowana do kredytobiorcy związana z nieterminową spłatą kredytu (zawiadomienie, upomnienie, prośba o dopłatę, wystawienie bankowego tytułu egzekucyjnego), za każde pismo. Opłatą za korespondencję kierowaną do poręczycieli bank obciąża dodatkowo kredytobiorców według tych samych stawek- 15 PLN; 3) wyjazd interwencyjny do kredytobiorcy- 50 zł, w wyroku z dnia 6 sierpnia 2009r. sygn. akt XVII Amc 624/09 SOKiK stwierdził m.in., że brak określenia procedur jakimi kieruje się bank przy podejmowaniu czynności związanych z dochodzeniem należności może prowadzić do dowolności jego działania w zakresie zasad, terminów czy częstotliwości korzystania z wymienionych środków i w związku z tym do znacznego zwiększenia zadłużenia konsumenta. Sąd podkreślił, że brak regulacji w tym zakresie powoduje, że przedsiębiorca ma możliwość podejmowania działań, a tym samym naliczania ww. opłat według własnego uznania, bez zachowania określonej kolejności i terminów. Postanowienie nie wyłącza przy tym możliwości równoległego podejmowania działań, za które przedsiębiorca również nalicza konsumentowi stosowne opłaty. Jak zauważył SOKiK, konsument może w konsekwencji*

ponosić dodatkowe, znaczące i nieuzasadnione koszty. SOKiK podkreślił, że treść tego postanowienia może wywoływać u konsumenta błędne przekonanie co do praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy zwłaszcza, że na podstawie wzorca konsument nie jest w stanie ustalić, jakie w przypadku opóźnień w zapłacie środki podejmie bank, z jaką częstotliwością i w jakiej kolejności. Konsument nie ma w konsekwencji pełnej wiedzy o rodzaju i wysokości opłat, które obowiązany będzie uiścić na wypadek opóźnienia w spłacie kredytu. SOKiK zaznaczył, że możliwość wielokrotnego podejmowania przez przedsiębiorcę czynności windykacyjnych w krótkich odstępach czasu w sposób rażąco narusza interesy ekonomiczne konsumenta w szczególności w tych sytuacjach, gdy pobierane opłaty nie odzwierciedlają nakładów rzeczywiście poniesionych przez przedsiębiorcę, przynosząc mu nieuzasadnione korzyści. SOKiK ocenił, że postanowienie to narusza również zasady lojalnego kontraktowania i równorzędnego traktowania konsumenta. Okoliczności te przesądziły o uznaniu, że ww. postanowienie spełnia przesłanki klauzuli niedozwolonej z art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, kształtując prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszając jego interesy.

W klauzulach o treści: *Opłaty dodatkowe, które ponosi zleceniodawca: - (...) - za przyznanie okresu karencji w spłacie rat na 1 miesiąc- 50 PLN, - za przyznanie okresu karencji w spłacie rat na 2 miesiące- 100 PLN, - za wystanie upomnienia za zwłokę w zapłacie raty- 20 PLN, - za wystanie wezwania do zapłaty raty- 30 PLN, - za wystanie przedsądowego wezwania do zapłaty- 50 PLN, - za wizytę windykatorów w związku z brakiem spłaty 2 rat- 100 PLN, - (...), - za telegram informujący o zadłużeniu przeterminowanym- 30 PLN, - za monit telefoniczny- 20 PLN (pozycja 978 rejestru) oraz W przypadku zalegania z co najmniej dwoma ratami pożyczkodawca może również wystosować (nie częściej niż raz w tygodniu) upomnienie. Każdorazowe wystawienie upomnienia podlega opłacie w wysokości 50,00 zł (pozycja 829 rejestru), SOKiK zakwestionował wysokość pobieranych od pożyczkobiorców opłat.*

W uzasadnieniu wyroku z dnia 9 października 2006r. sygn. akt XVII Amc 101/05 będącego podstawą uznania za niedozwoloną klauzuli z pozycji 978 rejestru SOKiK orzekł, że opłaty nałożone na konsumenta są rażąco wygórowane. Powołując się na przepisy art. 735 § 1 i art. 742 Kodeksu cywilnego, które regulują prawo zleceniobiorcy do wynagrodzenia i zwrotu wydatków poczynionych w celu należytego wykonania zlecenia, SOKiK stwierdził, że w niniejszym przypadku wynagrodzenie przedsiębiorcy stanowi prowizja za zarządzanie długiem. Wysokość wprowadzonych do umowy dodatkowych opłat powinna znajdować uzasadnienie w rzeczywistych nakładach, jakie musi ponieść przedsiębiorca w związku z podjęciem przedmiotowych czynności. W opinii SOKiK, wysokość tych opłat została ustalona w oderwaniu od rzeczywistych nakładów przedsiębiorcy, znacznie je przewyższając. SOKiK orzekł zatem, że klauzula ta stanowi niedozwolone postanowienie umowne w rozumieniu art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego. Także w wyroku z dnia 27 kwietnia 2005r. sygn. akt XVII Amc 103/04, na mocy którego do rejestru wpisano klauzulę w pozycji 829, SOKiK uznał, że opłata w kwocie 50 zł pobierana przy każdym upomnieniu, która nie wynika z żadnej kalkulacji poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów, jest zbyt wygórowana.

Stanowisko SOKiK wyrażone w ww. wyrokach jest adekwatne także do postanowień wzorca umowy Przedsiębiorcy. W szczególności należy wyjaśnić, że na mocy pierwszego z zakwestionowanych postanowień Przedsiębiorca może obciążyć opłatami pożyczkobiorcę, wobec którego bezskutecznie prowadził działania prewencyjne. Pełna treść tego postanowienia wskazuje bowiem, że Przedsiębiorca może skorzystać z tzw. czynności informacyjno- rozpoznawczych w razie braku kontaktu z pożyczkobiorcą i *wystąpienia przesłanek związanych z niewykonaniem postanowień umownych zgodnie z § 2 pkt 1 (zgodnie z którym pożyczkobiorca ma obowiązek spłaty pożyczki wraz z należnym oprocentowaniem i kosztami) i § 5 pkt 1 (zgodnie z którym pożyczkobiorca jest zobowiązany do spłaty pożyczki*

w terminie określonym w umowie, należnych opłat, prowizji oraz kosztów związanych z umowami dodatkowymi stanowiącymi zabezpieczenie umowy pożyczki), *po zakończeniu bezskutecznej procedury prewencyjnej pośredniej i bezpośredniej w celu zaspokojenia prawidłowego toku postępowania sądowego celem uniknięcia przesłanek zawartych w art. 143 i 145 Kpc i egzekucyjnego zgodnie z art. 803 Kpc, albowiem to wierzyciel musi wskazać odpowiedniemu organowi egzekucyjnemu z jakich części ma być prowadzona egzekucja w myśl art. 799 § 1 Kpc.* Wbrew opinii Przedsiębiorcy, nie jest to tylko postanowienie podkreślające obowiązek pożyczkobiorcy poinformowania o zmianie miejsca zamieszkania lub adresu korespondencyjnego, ale podstawa, w oparciu o którą może nakładać na niego konkretne opłaty, za czynności zmierzające do windykacji należności wynikających z umowy.

Przewidując opłaty za wymienione czynności zakwestionowane postanowienia nie określają procedur obciążania nimi konsumenta. Podobnie jak w przypadku klauzuli wpisanej do rejestru w pozycji 1796, na ich podstawie to Przedsiębiorca może dowolnie decydować zarówno o zastosowaniu poszczególnych środków, jak i o ich kolejności i terminach, a konsument nie ma możliwości ustalenia, jakimi opłatami i kiedy (w jakich odstępach czasu) zostanie obciążony w razie niespłacenia pożyczki w terminie określonym w umowie. Należy m.in. wskazać, że na podstawie zakwestionowanych postanowień konsument nie jest w stanie np. ustalić, kiedy zakończą się działania prewencyjne, a rozpoczną działania windykacyjne. Konsument nie jest też w stanie ustalić, kiedy zostanie obciążony określonymi opłatami, np. za ustalenie miejsca pracy lub zamieszkania czy pobytu bądź kiedy sprawa zostanie przekazana do firmy zewnętrznej. Z postanowień tych konsument może jedynie dowiedzieć się, że w ramach czynności prewencyjnych Przedsiębiorca prześle monit 3 dni po upływie terminu płatności pożyczki, a w ramach czynności windykacyjnych- wezwanie do wydania przedmiotu przewłaszczenia i wezwanie do pracodawcy pożyczkobiorcy o dokonanie potrącenia z wynagrodzenia- po upływie 18 dni po terminie płatności. Należy też uwzględnić, że ww. postanowienia mogą być podstawą do wielokrotnego podejmowania czynności prewencyjnych i windykacyjnych w krótkich odstępach czasu (np. dojazdów prewenta i windykatora, wezwań do zapłaty), a w konsekwencji wielokrotnego obciążania konsumenta opłatami za ich wykonanie. Nie jest też wykluczone, że konsument może być obciążony kilkoma opłatami równocześnie. Skutek zastosowania tych postanowień jest więc taki sam, jak klauzuli niedozwolonej- konsument nie uzyskuje pełnej wiedzy co do zastosowanych wobec niego działań w razie niespłacenia pożyczki w terminie określonym w umowie.

Uzasadniony jest także wniosek, że opłaty określone w tych postanowieniach, w szczególności za wysyłane wezwania do zapłaty, są rażąco wygórowane i nie wynikają z kalkulacji ponoszonych przez Przedsiębiorcę kosztów. Pomimo różnic w treści, postanowienia te mieszczą się więc w hipotezach ww. klauzul niedozwolonych.

Ustosunkowując się do tego zarzutu Przedsiębiorca oświadczył, że ryczałtowe rozliczanie dojazdów do miejsca zamieszkania konsumentów sprawia, że w niektórych sytuacjach nie zostaje zwrócony nawet sam koszt paliwa. Należy zwrócić uwagę, że dokonana przez Prezesa Urzędu ocena postanowień wzorca ma charakter abstrakcyjny, co oznacza, że jest oderwana od konkretnych umów i okoliczności faktycznych, w jakich znalazł się konkretny konsument- kontrahent Przedsiębiorcy. Przypomnienia wymaga, że dla stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów nie jest konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został faktycznie dotknięty jej skutkami. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia skutków praktyki (art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

W niniejszym przypadku bezprawności działań Przedsiębiorcy nie wyłącza również fakt, że np. wykonanie czynności polegających na ustaleniu miejsca pracy i miejsca zamieszkania Przedsiębiorca może zlecić podmiotowi trzeciemu. Niezależnie od tego, w jaki

sposób i z kim Przedsiębiorca rozlicza koszty ww. czynności, zostały one określone we wzorcu stosowanym przez Przedsiębiorcę w obrocie konsumenckim. To Przedsiębiorca jest zatem podmiotem, któremu przypisać należy praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na stosowaniu postanowień wzorca umowy, które zostały wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

5. Prezes Urzędu stwierdził, że tożsamość z klauzulami wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych zachodzi również w odniesieniu do postanowienia wzorca Przedsiębiorcy o treści: „Strony zgodnie postanawiają, iż wszelkie spory wynikające z umów rozstrzygane będą przez sąd właściwy ze względu na miejsce siedziby pożyczkodawcy” (§ 10 pkt 4 OWU).

Tej treści postanowienia były wielokrotnie uznawane za niedozwolone. M.in. wyrokiem z dnia 12 stycznia 2006r. sygn. akt XVII Amc 22/05 SOKiK orzekł, że niedozwolone jest postanowienie w brzmieniu: *Ewentualne spory wynikłe na tle wykonania umowy strony poddają rozstrzygnięciu sądowi właściwemu miejscowo dla siedziby pożyczkodawcy* (pozycja 640 rejestru). W uzasadnieniu wyroku SOKiK podniósł, że postanowienie to spełnia przesłanki klauzuli niedozwolonej z art. 385¹ § 1 oraz 385³ pkt 23 Kodeksu cywilnego. SOKiK podkreślił, że wyłączenie zasady właściwości ogólnej sądu może być dodatkową dolegliwością dla konsumentów powodującą np. stratę czasu na przejazd i konieczność ponoszenia dodatkowych kosztów w celu obrony swoich interesów. Zdaniem SOKiK, takie postanowienie może ujemnie wpływać na zachowania konsumentów, ograniczając lub nawet wyłączając możliwość realizacji przysługujących im uprawnień.

Podobne stanowisko SOKiK przedstawił w uzasadnieniu wyroku z dnia 11 grudnia 2006r. sygn. akt XVII Amc 34/06. Na jego podstawie do rejestru, w pozycji 1024, wpisana została klauzula o treści: *Wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy strony poddają pod rozstrzygnięcie sądu właściwego dla siedziby pożyczkodawcy*. SOKiK uznał, że ww. postanowienie przewiduje poddanie sporu do rozpoznania sądowi, który nie zawsze będzie właściwy miejscowo. Postanowienie wyłącza bowiem możliwość skorzystania z właściwości przemiennej. SOKiK zauważył, że w sytuacjach, gdy miejsce zamieszkania konsumenta i miejsce wykonania umowy będzie położone poza okręgiem sądu właściwego dla siedziby przedsiębiorcy, postanowienie będzie narzucało rozpoznanie sprawy przez sąd, który wedle ustawy nie jest miejscowo właściwy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, postanowienie wzorca Przedsiębiorcy jest tożsame z klauzulami wpisanymi do rejestru. Bez wątplenia ww. postanowienie ogranicza zarówno konsumentowi, jak i Przedsiębiorcy możliwość wyboru sądu, który zgodnie z przepisami Kodeksu postępowania cywilnego należy uznać za właściwy do rozstrzygnięcia sporu powstałego na tle wiążącej ich umowy. Jak wynika z powołanych wyroków, za niezgodne z art. 385³ pkt 23 Kodeksu cywilnego uznaje się postanowienia, które nie tylko wyłączają właściwość sądu wyznaczonego według przepisów Kodeksu postępowania cywilnego w ogóle, ale także te, które ograniczają zakres możliwości przewidzianych w tej ustawie, co może negatywnie wpływać na sytuację procesową konsumentów.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu uznał, że w zakresie wszystkich zakwestionowanych postanowień wykazana została bezprawność działań Przedsiębiorcy. Z uwagi na naruszenie także zbiorowego interesu konsumentów uzasadnione jest stwierdzenie, że Przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z powyższym, na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji.

II.

W prowadzonym postępowaniu Prezes Urzędu zarzucił również Przedsiębiorcy stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Należy zauważyć, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, ale powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006r. III SZP 3/2006 stwierdził, że za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta (...). Zachowania takie stanowią bowiem jednocześnie zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów.*

W przypadku niniejszego zarzutu **bezprawność** działań Przedsiębiorcy wynika z naruszenia art. 30 ust. 1 pkt 11, 15 i 21 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126, poz. 715 ze zm.). Przepis ten stanowi, że umowa o kredyt konsumencki powinna określać: warunki zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organ nadzoru właściwy w sprawach ochrony konsumentów.

Niewątpliwie ww. przepis nakłada na kredytodawcę szereg obowiązków informacyjnych wobec konsumenta. Wskazać przy tym należy, że na mocy art. 3 ust. 2 pkt 1 ustawy o kredycie konsumenckim, obowiązki te dotyczą także umowy pożyczki.

Prezes Urzędu podziela stanowisko SOKiK wyrażone w wyroku z dnia 13 czerwca 2005r. sygn. akt XVII Ama 30/04, odnoszące się wprawdzie do poprzednio obowiązującej ustawy z dnia 20 lipca 2001r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 100, poz. 1081 ze zm.), ale zachowujące aktualność także w obowiązującym stanie prawnym, że *skoro ustawodawca wyraźnie określił zakres niezbędnych danych zawartych w umowie kredytu konsumenckiego, to oczywistym jego celem było zagwarantowanie konsumentowi wiedzy w tym zakresie jako niezbędnej dla ochrony jego praw i interesów. Bez znaczenia jest przy tym, czy konsument z informacji tych uczyni użytek czy nie.*

Umowy pożyczki, które Przedsiębiorca zawiera z konsumentami nie określają, jak przewiduje art. 30 ust. 1 pkt 11 ww. ustawy, warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. § 3 pkt 4 OWU wskazuje jedynie wysokość tej wartości (20% w skali roku) i okoliczności, w jakich konsument zostanie obciążony tego rodzaju kosztami (zwłoka pożyczkobiorcy, niepodpisanie porozumienia w sprawie prolongaty spłaty kapitału pożyczki). Przedsiębiorca podniósł, że zmiana oprocentowania zadłużenia przeterminowanego została wskazana w § 3 pkt 5 OWU przy uwzględnieniu wartości odsetek maksymalnych, które nie mogą przekraczać czterokrotności wysokości zmiennej stopy lombardowej podawanej przez NBP. Wyraził jednocześnie pogląd, że utożsamianie odsetek karnych z odsetkami maksymalnymi jest z założenia niesłuszne, jednak w związku z licznymi rozbieżnościami w doktrynie, postanowił o takiej wysokości odsetek karnych z tytułu zadłużenia przeterminowanego.

Odnosząc się do ww. stanowiska należy przede wszystkim podkreślić, że powołany przez Przedsiębiorcę § 3 pkt 5 OWU nie reguluje warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, ale podaje tylko wysokość oprocentowania pożyczki, które ustalono na poziomie 25% w skali roku i odniesiono do zmiennej stopy lombardowej NBP na dzień zawarcia umowy. Wbrew opinii Przedsiębiorcy, w § 3 pkt 5

OWU nie określono więc warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego.

W umowach pożyczki nie ma też postanowień, które określałyby kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym. Art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy o kredycie konsumenckim, nakładający na pożyczkodawcę obowiązek podania tej wartości w umowie pożyczki, zobowiązuje zarazem pożyczkodawcę do określenia obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy. W rozdziale tym zamieszczono przepisy regulujące zasady i tryb odstąpienia konsumenta od umowy, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia, w tym termin, w jakim konsument powinien dokonać rozliczenia otrzymanej pożyczki. Niewskazanie w umowie wysokości odsetek należnych Przedsiębiorcy w stosunku dziennym uniemożliwia konsumentowi bezpośrednie obliczenie, jaką kwotę odsetek za okres korzystania z pożyczki powinien zwrócić w przypadku odstąpienia od umowy. Nawet zatem, jeśli Przedsiębiorca podaje wysokość odsetek należnych za okres 30 dni, na który udziela pożyczek, nie oznacza to, że spełnione zostały wymogi formalne umowy pożyczki przewidziane w ww. przepisie.

W umowach pożyczki Przedsiębiorca nie informuje ponadto o organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, którym jest Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Zgodnie z art. 29 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu jest centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konsumentów. Ten wymóg określony został w art. 30 ust. 1 pkt 21 ustawy o kredycie konsumenckim. Dla uznania, że został spełniony nie jest wystarczające zamieszczenie tego rodzaju informacji w przekazywanym pożyczkobiorcy formularzu informacyjnym, co zaznaczył Przedsiębiorca. Przepisy ustawy o kredycie konsumenckim wyraźnie wyróżniają obowiązki kredytodawcy przed zawarciem umowy (rozdział 2) i na etapie zawierania umowy (rozdział 3). Wymogi, jakie spełnić powinien formularz informacyjny określone zostały w art. 13 ustawy (rozdział 2). Formularz doręczany jest konsumentowi przed zawarciem umowy. Określenie organu nadzoru w formularzu nie jest więc tożsame z wykonaniem przez Przedsiębiorcę ww. obowiązku na etapie zawierania umowy.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że wskutek niedopełnienia wymogów formalnych umowy pożyczki, określonych w art. 30 ust. 1 pkt 11, 15 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim, Przedsiębiorca naruszył obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Jednoczesne naruszenie zbiorowych interesów konsumentów uzasadnia stwierdzenie, że Przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nakazał Przedsiębiorcy zaniechanie jej stosowania.

III.

Zarzut stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu postawił Przedsiębiorcy także w związku z przekazywaniem informacji o warunkach odstąpienia konsumenta od umowy, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Jego **bezprawność** Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Przedsiębiorcę art. 53 ust. 1, 4 i 5 w zw. z art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

§ 9 pkt 3 OWU, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych przez Przedsiębiorcę z konsumentami przewiduje, że odstąpienie staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczki zostanie zwrócona łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy.

Art. 53 ust. 1 ww. ustawy przyznaje konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy o kredyt konsumencki bez podania przyczyny w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy. Sposób wykonania tego prawa określają ust. 4 i 5 tego przepisu stanowiąc, że termin do odstąpienia od umowy jest zachowany, jeżeli konsument przed jego upływem złoży pod wskazany przez kredytodawcę adres oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Dla zachowania terminu wystarczające jest wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Art. 54 ust. 2 nakłada na konsumenta obowiązek niezwłocznego zwrotu udostępnionego kredytu konsumenckiego wraz z odsetkami, nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Przytoczone przepisy, określające warunki odstąpienia konsumenta od umowy, nie dają podstaw do stwierdzenia, że dla skutecznego odstąpienia od umowy konsument musi jednocześnie zwrócić kwotę uzyskanej pożyczki. Przyznane konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy ma charakter szeroki. Jego wykonanie nie jest zależne ani od wystąpienia i podania jakichkolwiek przyczyn uzasadniających rezygnację konsumenta z umowy, ani od dokonania przez konsumenta szczególnych czynności. Wystarczające jest przesłanie złożonego oświadczenia kredytodawcy i zwrot kwoty uzyskanego kredytu konsumenckiego wraz z należnymi odsetkami w określonych terminach. Konsument ma wprawdzie obowiązek zwrócić uzyskany kredyt z odsetkami niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. O skuteczności odstąpienia od umowy nie decyduje więc to, czy konsument zwrócił kwotę udostępnionej pożyczki łącznie (równocześnie) z tym oświadczeniem. Odstąpienie jest skuteczne nawet wówczas, gdy konsument zwrócił kwotę otrzymanej pożyczki w ostatnim dniu ustawowego terminu.

Nie może budzić wątpliwości, że Przedsiębiorca nierzetelnie informuje konsumenta o warunkach skutecznego wykonania przyznanego mu przez ustawę prawa do odstąpienia od umowy, a co za tym idzie o zakresie jego uprawnień i obowiązków w razie skorzystania z tego prawa.

Dla uzasadnienia stosowania ww. praktyki Przedsiębiorca powołał się m.in. na fakt, że ustawodawca wprowadził jedno uregulowanie na potrzeby wszystkich umów o kredyt konsumencki, nie dokonując w tym zakresie żadnego rozróżnienia, które wydaje się konieczne ze względu na różne okresy, na jakie umowy są zawierane. Przedsiębiorca podkreślił, że art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim z przyczyn obiektywnych nie powinien mieć zastosowania do umów pożyczek, które zawiera z konsumentami. Ze względu na treść i specyfikę zawieranej umowy przepis ten przekreśla bowiem cel umowy i może stanowić podstawę do licznych nadużyć ze strony pożyczkobiorców. W opinii Przedsiębiorcy, ustawa nie zakazuje kreowania postanowień umownych z uwzględnieniem innych terminów ustalonych przez strony umowy na zasadzie swobody umów, z dostosowaniem ich do treści umowy i przy uwzględnieniu jej poszczególnych postanowień.

Jak słusznie zauważył Przedsiębiorca, przepisy obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim nie różnicują sytuacji prawnej pożyczkobiorców w zależności od terminu, na jaki zawarli umowę. Przepisy zamieszczone w rozdziale 5 ustawy, które poświęcone są kwestiom odstąpienia konsumenta od umowy, w tym terminom zwrotu udostępnionej pożyczki, mają charakter bezwzględnie obowiązujący i dotyczą wszystkich umów o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ww. ustawy. Znaczenie tych przepisów dla stron umowy ustawodawca podkreślił m.in. zobowiązując pożyczkodawcę do ich uwzględnienia w umowie pożyczki (art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy). Nie ma więc podstaw prawnych pozwalających pożyczkodawcy na odmienne uregulowanie kwestii zwrotu udostępnionej pożyczki w razie odstąpienia konsumenta od umowy, w tym wprowadzenia dodatkowych

zastrzeżeń uzależniających skuteczność odstąpienia od równoczesnego zwrotu kwoty otrzymanej pożyczki.

Prezentując stanowisko w sprawie Przedsiębiorca pomija także art. 47 ustawy o kredycie konsumenckim. Przepis ten stanowi, że postanowienia umowne nie mogą wyłączać ani ograniczać uprawnień konsumenta przewidzianych w ustawie. W takich przypadkach stosuje się przepisy ustawy. Zdaniem Prezesa Urzędu, do takiego wyłączenia bądź ograniczenia uprawnień konsumenta dojdzie właśnie w przypadku określenia warunków zwrotu pożyczki w sposób sprzeczny z regulacjami ustawowymi. Dlatego też Przedsiębiorca nie może wskazywać na zasadę swobody umów jako podstawę prawną uzasadniającą tego rodzaju działania.

Należy ponadto podkreślić, że przepisy ww. ustawy nie tylko wyznaczają dłuższy termin dla zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki i odsetek, niż dla złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, ale również inaczej określają początek biegu obu terminów. Bieg terminu do zwrotu pożyczki rozpoczyna się od dnia złożenia oświadczenia, a nie- jak w przypadku oświadczenia- od dnia zawarcia umowy. W świetle ww. przepisów, w razie złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy w ostatnim dniu 14- dniowego terminu, konsument może zwrócić kwotę pożyczki *de facto* w 44- dniu od dnia zawarcia umowy (czyli w 30- tym dniu od złożenia oświadczenia).

Prezes Urzędu stwierdził zatem, że Przedsiębiorca naruszył obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Wykazanie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przesądza o przypisaniu Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Tym samym, w odniesieniu do ww. praktyki Prezes Urzędu orzekł na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

IV.

Prezes Urzędu uznał ponadto, że Przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z informowaniem o terminie zwrotu przez konsumenta kwoty pożyczki, w razie odstąpienia konsumenta od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia, we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. działania Przedsiębiorcy są **bezprawne** z punktu widzenia art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

Jak ustalono, elementem ww. oświadczenia konsumenta jest stwierdzenie: *Jednocześnie informuję, że kwota udzielonej mi i wykorzystanej pożyczki została przeze mnie zwrócona na potwierdzenie czego załączam dowód zwrotu wykorzystanej kwoty (z adnotacją „odstąpienie od umowy pożyczki gotówkowej nr”) w wysokości zł (słownie zł).*

Stwierdzenie to wskazuje, że konsument ma obowiązek zwrócić kwotę pożyczki przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy i na potwierdzenie tego faktu do oświadczenia powinien załączyć dowód zwrotu kwoty pożyczki.

Przypomnieć należy, co omówiono powyżej w pkt III uzasadnienia, że przepisy ustawy o kredycie konsumenckim nie wymagają, aby w przypadku odstąpienia od umowy konsument zwrócił kwotę pożyczki równocześnie ze złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Ich wykładnia nie daje tym bardziej podstaw do wniosku, że konsument powinien dokonać zwrotu kwoty udostępnionej pożyczki przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Art. 54 ust. 2 tej ustawy stanowi, że konsument zwraca niezwłocznie kwotę udostępnionego kredytu konsumenckiego wraz z odsetkami za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia jego spłaty, nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Przedsiębiorca nie może w związku z tym żądać, aby konsument dokonał rozliczenia otrzymanej pożyczki wcześniej, tj. nie tylko przed upływem zagwarantowanego w ustawie terminu, ale nawet przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Taka sytuacja ma miejsce w rozpatrywanej sprawie, skoro składając oświadczenie o odstąpieniu od umowy konsument musi jednocześnie złożyć oświadczenie, że zwrócił już kwotę pożyczki i potwierdzić ten fakt załączonym dowodem. Treść zakwestionowanej informacji dowodzi, że w istocie Przedsiębiorca określił termin zwrotu pożyczki w sposób sprzeczny z ustawą o kredycie konsumenckim, co powoduje, że informacje te są nierzetelne.

Na marginesie należy zauważyć, że ustawa o kredycie konsumenckim nie nakłada na pożyczkodawcę obowiązku pouczenia konsumenta o warunkach i terminie zwrotu kwoty pożyczki i odsetek we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Art. 53 ust. 3 przewiduje jedynie, że we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczkodawca ma obowiązek oznaczyć swoje imię, nazwisko (nazwę) i adres zamieszkania (siedzibę). Jeżeli jednak pożyczkodawca decyduje się zamieścić w tym dokumencie dodatkowe informacje o warunkach skorzystania z prawa odstąpienia od umowy, w tym o terminie zwrotu przez konsumenta kwoty pożyczki i odsetek, powinien przedstawić je zgodnie z regulacjami ustawowymi. W przeciwnym wypadku może być narażony na zarzut przekazywania informacji, które nie są rzetelne.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu uznał, że przekazywane przez Przedsiębiorcę informacje są nierzetelne w świetle art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim. Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów skutkuje stwierdzeniem, że Przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stosownie do art. 26 ust. 1 ww. ustawy, Prezes Urzędu nakazał Przedsiębiorcy zaniechanie stosowania tej praktyki.

V.

W pkt V sentencji decyzji Prezes Urzędu przypisał Przedsiębiorcy stosowanie praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. **Bezprawność** tej praktyki związana jest z naruszeniem art. 7 pkt 9 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206).

Art. 3 ww. ustawy zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 i 4 ustawy).

Niewątpliwie działania Przedsiębiorcy polegające na oferowaniu konsumentom pożyczek gotówkowych mieszczą się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

Ustawa o o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na praktyki rynkowe nieuczciwe w każdych okolicznościach oraz praktyki rynkowe zakazane po spełnieniu przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 ustawy, tj. klauzuli generalnej.

Art. 7 ustawy typizuje praktyki rynkowe wprowadzające w błąd, które są nieuczciwe w każdych okolicznościach (tzw. czarna lista praktyk). Jedną z wymienionych w tym przepisie praktyk jest twierdzenie lub wywoływanie wrażenia, że sprzedaż produktu jest zgodna z prawem, jeżeli jest to niezgodne z prawdą (art. 7 pkt 9). Stosowanie tej praktyki jest zakazane *ex lege*, co oznacza, że nie podlega ocenie pod kątem nieuczciwości na podstawie art. 4 ustawy. Niemniej jednak jej ocena, podobnie jak ocena innych praktyk rynkowych

nieuczciwych w każdych okolicznościach, powinna być dokonana w odniesieniu do modelu przeciętnego konsumenta.

Art. 2 pkt 8 ustawy za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Działania Przedsiębiorcy polegające na oferowaniu pożyczek gotówkowych nie są kierowane do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale nieograniczonego kręgu odbiorców- ogółu konsumentów zainteresowanych uzyskaniem środków finansowych. Wzorce umów, które Przedsiębiorca wykorzystuje w obrocie prawnym nie wskazują jakichkolwiek warunków, które pozwoliłyby na uznanie, że z jego oferty skorzystać mogą osoby posiadające szczególne cechy, które decydowałyby o ich przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Jak wynika z wyjaśnień Przedsiębiorcy, udziela pożyczek po dokonaniu pozytywnej oceny zdolności kredytowej potencjalnego pożyczkobiorcy. Co do zasady każdy konsument zainteresowany uzyskaniem pożyczki może zostać klientem Przedsiębiorcy. W rozpatrywanej sprawie nie ma w związku z tym podstaw do konstruowania modelu przeciętnego konsumenta z uwzględnieniem ostatniej z przesłanek wskazanych w ustawowej definicji, a więc odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

Uzasadnia to przyjęcie, że ocena praktyki Przedsiębiorcy powinna być dokonana z punktu widzenia przeciętnego konsumenta- osoby zainteresowanej uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Należy przy tym podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej- nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Istota zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki polega na twierdzeniu, że jego działania są zgodne z prawem, podczas gdy nie jest to zgodne z prawdą. Twierdzenia te odnoszą się do niektórych postanowień OWU i treści oświadczeń, które ma obowiązek złożyć konsument zawierający umowę z Przedsiębiorcą.

Niektóre z postanowień OWU zostały oznaczone znakiem *. Znak ten odsyła do określonych przepisów obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim oraz dyrektyw Parlamentu Europejskiego i Rady wskazując, że tak oznaczone postanowienia są z nimi zgodne. Np. § 2 pkt 7 przewidujący, że pożyczkodawca jest uprawniony do domagania się wyższej rekompensaty aniżeli wskazana w pkt 6 tego paragrafu, jeżeli udowodni, że strata jaką poniósł w wyniku wcześniejszej spłaty przekracza kwotę tak obliczonej rekompensaty, został oznaczony *2. W odnośniku tym wskazano pogrubioną czcionką: *zgodnie z treścią art. 16 pkt 4 b Dyrektywy Parlamentu i Rady z dnia 23 kwietnia 2008 roku 2008/48/WE (Dz.U.U.E.L.08.133.66).*

Wymieniony w odnośniku art. 16 ust. 4 b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającej dyrektywę Rady 87/102/EWG stanowi, że państwa członkowskie mogą wprowadzać przepisy, zgodnie z którymi kredytodawca może wyjątkowo domagać się wyższej rekompensaty, jeżeli jest w stanie udowodnić, że strata jaką poniósł w wyniku wcześniejszej spłaty przekracza kwotę ustaloną zgodnie z ust. 2 (tj. ewentualne koszty bezpośrednio związane z przedterminową spłatą kredytu, pod warunkiem, że przedterminowa spłata przypada na okres, w którym stopa oprocentowania kredytu jest stała). Ww. dyrektywa została wdrożona do prawa krajowego ustawą z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim, w której nie ma regulacji pozwalających pożyczkodawcy na żądanie od pożyczkobiorcy tego rodzaju wyższej rekompensaty (prowizji). Oznacza to, że Polska nie skorzystała z przyznanej jej swobody decyzyjnej w zakresie wyższej rekompensaty (prowizja za spłatę kredytu przed terminem, o której mowa w art. 16 ust. 2 dyrektywy, uregulowana została w art. 50 obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim).

W toku postępowania Przedsiębiorca podniósł, że brak wyższej rekompensaty w ustawie *nie oznacza, że pożyczkodawca nie może wprowadzić takiego uregulowania do postanowień umownych. Odwołanie się w tym zakresie do dyrektywy, która została co prawda inkorporowana, ale nie wprowadziła wystarczająco skutecznych instrumentów, aby osiągnąć cel w niej zawarty (...) nie może być uznane za niedozwolone.*

Odnosząc się do opinii Przedsiębiorcy, należy przede wszystkim wskazać, że adresatem normy wyrażonej w art. 16 ust. 4 b są państwa członkowskie, a nie przedsiębiorcy. Krajowe środki wykonawcze, czyli akty, jakie państwo członkowskie musi ustanowić, aby dokonać włączenia przepisów dyrektywy do prawa krajowego, są sprawdzane przez Komisję Europejską, która weryfikuje, czy rzeczywiście osiągną cele, jakich wymaga dyrektywa. Każdy, kto uznaje, że ww. środki są sprzeczne z określonym przepisem lub zasadą prawa Unii Europejskiej, może wnieść skargę dotyczącą tego aktu do Komisji Europejskiej. Co do zasady Przedsiębiorca nie może zatem poza ustalonym trybem samodzielnie przesądzać, że ustawa o kredycie konsumenckim nie spełnia celów powołanej dyrektywy. Nie powinien też powoływać się na bezpośrednie stosowanie tych przepisów dyrektywy, które nie zostały włączone do prawa krajowego, a które są dla niego korzystne.

Zgodnie z orzecznictwem, dyrektywa wywołuje skutki bezpośrednie w przypadku złej transpozycji lub jej braku (po upływie okresu transpozycji) tylko o ile przepis dyrektywy nadaje się do wywołania takiego skutku, tzn. zobowiązanie państwa członkowskiego jest bezwarunkowe i wystarczająco precyzyjne (por. np. wyroki Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości 148/78 Pubblico Ministero Prokuratura v Tullio Ratti i C-103/88 Fratelli Constanzo SpA v Comune Milano). W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszym przypadku taka sytuacja nie występuje.

Wyrażając ww. opinię Przedsiębiorca nie uwzględnił ponadto treści cytowanego już wcześniej art. 47 ustawy o kredycie konsumenckim, zgodnie z którym postanowienia umowne nie mogą wyłączać ani ograniczać uprawnień konsumenta przewidzianych w ustawie. Z taką sytuacją mamy do czynienia w razie zastrzeżenia możliwości obciążenia pożyczkobiorcy dodatkową rekompensatą, której nie przewiduje ustawa o kredycie konsumenckim. Ww. okoliczności skutkują uznaniem, że Przedsiębiorca bezpodstawnie powołuje się w omawianym zakresie na zgodność swoich działań z prawem. Jego twierdzenia nie są bowiem zgodne z prawdą.

§ 5 pkt 9 OWU, który przewiduje, że zawierając umowę pożyczki pożyczkobiorca wyraża zgodę na stosowanie we wzajemnych kontaktach środków komunikowania się na odległość w celach handlowych takich jak telefon, poczta elektroniczna, wizjo fon itd., został oznaczony *5. W tym odnośniku pogrubioną czcionką wskazano: *zgodnie z treścią Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 roku o nieuczciwych praktykach rynkowych (Dz.U. UE.L.05.149.22)*. Należy podkreślić, że wymieniona dyrektywa nie reguluje sposobów

komunikowania się przedsiębiorców z konsumentami. Nie zobowiązuje tym samym konsumenta do wyrażenia zgody na korzystanie ze środków porozumiewania się na odległość. Twierdzenia Przedsiębiorcy nie są więc zgodne z prawdą.

Podobna sytuacja występuje w odniesieniu do innych oznaczonych * postanowień OWU. W przypadku postanowienia § 1 pkt 1, które wskazuje wyłącznie okres udzielenia pożyczki i miejsce jej udzielenia (miejsce zameldowania pożyczkobiorcy), Przedsiębiorca zapewnia, że jest zgodne z pkt 25 załącznika „Praktyki handlowe uznawane za nieuczciwe w każdych okolicznościach” stanowiącym o składaniu wizyt osobiście w domu konsumenta w związku z egzekwowaniem zobowiązań umownych w świetle prawa krajowego do Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. (...). Należy jednak zauważyć, że powołany akt nie reguluje kwestii zawierania umów. Pkt 25 załącznika do ww. dyrektywy stanowi jedynie, że jedną z zakazanych agresywnych praktyk rynkowych jest składanie wizyt osobiście w domu konsumenta w celu wyegzekwowania zobowiązania umownego, ignorując jego prośbę o opuszczenie domu lub zaprzestanie takich wizyt, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie uzasadnionym przez prawo krajowe.

Z kolei § 5 pkt 10 OWU przewiduje, że pożyczkobiorca złoży oświadczenie, którego wzór stanowi załącznik nr 4 do umowy i stanowi konieczny warunek zawarcia umowy. Załącznik nr 4 to omówiony poniżej formularz oświadczeń dotyczących np. wystąpienia z prośbą do Przedsiębiorcy o odwiedzin w miejscu zamieszkania i wyrażenia zgody na przebywanie jego przedstawiciela w chwili przekazania oferty i zawarcia umowy. Postanowienie to oznaczone zostało *6. W odnośniku tym Przedsiębiorca stwierdził, że jest to zgodne z art. 2 pkt j Dz.U.U.E.L05.149.22 Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”). Jak ustalono, wymieniony przepis zawiera definicję pojęcia „bezprawny nacisk”. Jak należy wnosić, w niniejszym przypadku Przedsiębiorca wywodzi, że skoro uzyska zgodę konsumenta, to jego działania nie stanowią „bezprawnego nacisku”, a więc są zgodne z prawem.

Przy § 2 pkt 6 OWU, który przewiduje, że pożyczkobiorca ma prawo do wcześniejszej spłaty pożyczki po uiszczeniu rekompensaty z tego tytułu na rzecz pożyczkodawcy w wysokości 0,5% spłaconej przed upływem terminu kwoty udzielonej pożyczki, Przedsiębiorca zaznaczył, że jest to zgodne z treścią art. 48 ustawy o kredycie konsumenckim z dnia 12 maja 2011 roku. Przepis ten przyznaje wprawdzie konsumentowi prawo do spłaty całości lub części pożyczki przed terminem określonym w umowie, ale nie reguluje kwestii prowizji z tego tytułu. Szczegółowe warunki zastrzeżenia prowizji określone zostały w art. 50 ustawy. Jednym z tych warunków jest precyzyjnie określona przez ustawodawcę wysokość spłacanego przed terminem kredytu konsumenckiego. Ograniczona została także wysokość prowizji, która nie może być wyższa niż bezpośrednie koszty kredytodawcy związane z tą spłatą. Zdaniem Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca nie uwzględnił ww. warunków określając prowizję, co powoduje, że jego zapewnienia o zgodności prowizji z prawem nie są prawdziwe.

Nieprawdziwe twierdzenia, że działania Przedsiębiorcy są zgodne z prawem zamieszczono także w formularzach oświadczeń, które złożyć musi konsument zawierając umowę z Przedsiębiorcą. Powyżej wskazano, że załącznikiem do umowy pożyczki są m.in. oświadczenia konsumenta dotyczące: wystąpienia z prośbą do Przedsiębiorcy o odwiedzin w miejscu zamieszkania i wyrażenia zgody na przebywanie przedstawiciela Przedsiębiorcy w chwili przekazania oferty i podpisania umowy; zawarcia umowy na podstawie

przedstawionej przez Przedsiębiorcę oferty i możliwości zapoznania się z ofertą pod nieobecność przedstawiciela Przedsiębiorcy oraz zamiaru dalszego utrzymywania kontaktów z Przedsiębiorcą w związku z tą lub ewentualną inną transakcją. W niniejszym przypadku dla uzasadnienia złożenia przez konsumenta ww. oświadczeń Przedsiębiorca powołuje się odpowiednio na: *art. 1, art. 3 pkt 2 C ppkt 1, art. 3 pkt 2 C ppkt II dyrektywy rady z dnia 20 grudnia 1985 85/577/EWG.*

Ww. dyrektywa- w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa- nie reguluje kwestii, do których odnoszą się oświadczenia. Art. 1 określa jedynie zakres zastosowania dyrektywy. Stanowi, że dyrektywę stosuje się do umów, na podstawie których przedsiębiorca dostarcza konsumentowi towary lub świadczy usługi i które są zawierane: w trakcie zorganizowanego przez przedsiębiorcę wyjazdu poza lokal przedsiębiorstwa lub w trakcie odwiedzin przedsiębiorcy i) w domu konsumenta lub innego konsumenta; ii) w miejscu pracy konsumenta; w przypadku, gdy odwiedziny te nie odbywają się na wyraźne życzenie konsumenta. W istocie zatem złożenie pierwszego z wymaganych oświadczeń nie jest wcale „zgodne” z art. 1 dyrektywy, ale jak się wydaje, w intencji Przedsiębiorcy ma wyłączać zastosowanie przepisów dyrektywy, jeżeli konsument wyrazi zgodę na takie wizyty.

Nie można też przyjąć, że pozostałe z wymaganych oświadczeń znajdują rzeczywiście podstawę w powołanym przez Przedsiębiorcę art. 3 ust. 2 pkt c dyrektywy. Ten z kolei przepis przewiduje, że przepisów dyrektywy nie stosuje się do umów o dostawę towarów i świadczenie usług, jeśli spełnione są m.in. następujące warunki: i) umowa zawierana jest na podstawie katalogu przedsiębiorcy, z którego treścią konsument ma sposobność zapoznania się pod nieobecność przedstawiciela przedsiębiorcy; ii) istnieje zamiar dalszego utrzymywania kontaktów między reprezentantem przedsiębiorcy a konsumentem w związku z tą lub ewentualną późniejszą transakcją.

Niezbędne jest jednocześnie podkreślenie, że powołana przez Przedsiębiorcę dyrektywa została wdrożona do prawa krajowego ustawą z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz.U. z 2012r. nr 1225). Kwestie, do których odnoszą się ww. przepisy dyrektywy zostały objęte art. 1 i art. 5 tej ustawy. Z art. 1 ustawy wynika m.in., że jej przepisy mają zastosowanie do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, w tym także do umów zawartych w wyniku zorganizowanego poza lokalem zbierania ofert konsumentów w czasie odwiedzin przedsiębiorcy lub osoby działającej w jego imieniu w miejscu pracy konsumenta, w jego mieszkaniu albo w innym miejscu jego prywatnego pobytu. Art. 5 wskazuje z kolei kategorię umów, do których nie stosuje się przepisów ustawy. Nie przewiduje przy tym sytuacji, w której wyłączenie zastosowania regulacji ustawowych byłoby skutkiem zawarcia umowy na prośbę konsumenta. Specyfika działania Przedsiębiorcy i fakt zawarcia umowy w miejscu zamieszkania konsumenta nie wyklucza uznania, że umowa zawarta została poza lokalem przedsiębiorstwa i podlega przepisom ustawy. Przedsiębiorca nie może także uzasadniać wprowadzającego w błąd informowania o zgodności ww. oświadczeń z prawem problemami kadrowymi związanymi z ewentualną nierzetelnością bądź niekompetencją swoich pracowników czy też osób, za pośrednictwem których zawiera umowy. Okoliczności te nie mają wpływu na ocenę praktyki Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu nie dostrzega poza tym żadnego bezpośredniego związku pomiędzy zachowaniem ww. osób a treścią wymaganych oświadczeń. Nie ma więc jakiegokolwiek uzasadnienia dla przyjęcia, że działania Przedsiębiorcy w tym zakresie są zgodne z prawem.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zapoznając się z wzorcami umów Przedsiębiorcy przeciętny konsument może przypuszczać, że faktycznie oznaczone postanowienia OWU znajdują podstawy prawne w powołanych przez Przedsiębiorcę aktach prawnych. Nawet

dostatecznie dobrze zorientowany przeciętny konsument może też uznać, że złożenie wymaganych przez Przedsiębiorcę oświadczeń jest niezbędne do zawarcia umowy pożyczki, a obowiązek ten rzeczywiście wynika z powołanych dyrektyw. Przekiętny konsument nie ma szczegółowej wiedzy pozwalającej na ustalenie relacji pomiędy przepisami prawa unijnego i krajowego. Wymienione przez Przedsiębiorcę akty prawne zostały wyszczegółnione pogrubioną czcionką, co podkreśla ich znaczenie i dodatkowo zwraca uwagę konsumenta.

W opinii Prezesa Urzędu, zakwestionowane działania Przedsiębiorcy mogą wywoływać mylne wrażenie przeciętnego konsumenta co do istnienia podstaw prawnych uzasadniających takie właśnie, jak wskazane we wzorcach, ukształtowanie praw i obowiązków stron umowy pożyczki. Przekiętny konsument może ponadto dojść do wniosku, że wykorzystywane przez Przedsiębiorcę wzorce spełniają wyższe standardy ochrony interesów konsumentów, skoro są zgodne nawet z przepisami unijnymi. Z tego względu działalność Przedsiębiorcy może być postrzegana przez przeciętnego konsumenta jako wyróżniająca się pozytywnie na tle innych przedsiębiorców oferujących pożyczki gotówkowe. Tymczasem zapewnienia Przedsiębiorcy nie są zgodne z prawdą. Jak wykazano powyżej, Przedsiębiorca powołuje się m.in. na zgodność z prawem postanowień, które w ogóle nie odnoszą się do wymienionych regulacji dyrektyw. Zastrzeżenia budzi także bezpośrednie powoływanie się Przedsiębiorcy na przepisy dyrektyw, co do których Przedsiębiorca uznaje, że ich implementacja do krajowego porządku prawnego nie jest dostatecznie skuteczna dla ochrony jego interesów. Jak wynika z przedstawionych ustaleń, żadne z zapewnień Przedsiębiorcy nie jest zgodne z prawdą.

W konsekwencji Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca wyczerpał swoim zachowaniem przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 7 pkt 9 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Z uwagi na fakt, że jego zachowanie godzi także w zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu stwierdził, że Przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nakazał Przedsiębiorcy zaniechanie stosowania ww. praktyki.

VI.

Praktyka zarzucona Przedsiębiorcy w pkt VI sentencji decyzji, określona w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polega na prezentowaniu w reklamach prasowych haseł: „30- STKA pożyczka niebankowa, bez Bik- u” oraz „bez BIK- u”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. **Bezprawność** ww. praktyki Prezes Urzędu wywiódł z naruszenia przez Przedsiębiorcę art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Jak to już wspomniano w pkt V uzasadnienia, zgodnie z przepisami wskazanej ustawy, przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, przy czym pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi.

Nie ma wątpliwości, że działania Przedsiębiorcy polegające na reklamowaniu oferowanych konsumentom pożyczek gotówkowych stanowią praktykę rynkową w rozumieniu tej ustawy.

W art. 4 ust. 1 tej ustawy określono dwie przesłanki, których łączne spełnienie pozwala na zakwalifikowanie praktyki przedsiębiorcy jako nieuczciwej, a mianowicie: sprzeczność z dobrymi obyczajami oraz rzeczywiste lub potencjalne zniekształcenie w istotny sposób

zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przepis ten ma charakter klauzuli generalnej, która w celu wykazania stosowania danej praktyki wymaga odpowiedniej konkretyzacji.

Art. 4 ust. 2 ustawy zawiera otwarty katalog nieuczciwych praktyk rynkowych, wyróżnia m.in. praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Praktyki te mogą polegać na działaniu (art. 5) bądź zaniechaniu (art. 6), przy czym nie są one zakazane w każdych okolicznościach (art. 7- por. pkt V uzasadnienia). Oznacza to, że przypisanie przedsiębiorcy stosowania praktyk rynkowych wprowadzających w błąd wymaga odniesienia zarówno do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej zawartej w art. 4 ust. 1 ustawy, jak również definicji praktyki wprowadzającej w błąd zawartej w art. 5 lub art. 6 ustawy.

Była już mowa, że przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługują się pojęciem przeciętnego konsumenta (art. 2 pkt 8), z punktu widzenia którego powinna być dokonana ocena każdej praktyki rynkowej.

W rozpatrywanej sprawie, tak jak w przypadku praktyki omówionej powyżej, oceny zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki Prezes Urzędu dokonał biorąc pod uwagę ustalony model przeciętnego konsumenta, tj. osobę zainteresowaną uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta. Adresatem zakwestionowanych reklam jest bowiem ogół konsumentów. Zarówno publikacja reklam w prasie lokalnej i regionalnej, ich treść, jak i sama oferta Przedsiębiorcy polegająca na udzielaniu pożyczek konsumentom świadczą o tym, że przekaz Przedsiębiorcy nie był kierowany do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale nieograniczonego kręgu odbiorców- ogółu konsumentów zainteresowanych uzyskaniem środków finansowych. Powyżej wskazano, że Przedsiębiorca udziela pożyczek po dokonaniu pozytywnej oceny zdolności kredytowej potencjalnego pożyczkobiorcy. *De facto* każda osoba zainteresowana otrzymaniem pożyczki może zostać jego kontrahentem.

Zdaniem Prezesa Urzędu, adresatem reklam Przedsiębiorcy nie jest konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy. Jest to więc osoba, która wie, że szczegółowe warunki oferty są określone w umowie pożyczki i może je poznać nawiązując np. bezpośredni kontakt z Przedsiębiorcą, ale jednocześnie oczekuje, że podane w reklamach informacje o ofercie są rzetelne i nie wprowadzają w błąd.

Przyjęty model przeciętnego konsumenta nie pozbawia go prawa do bycia rzetelnie poinformowanym o reklamowanym produkcie. W wyroku z dnia 19 grudnia 2007r. sygn. XVII Ama 64/07 SOKiK stwierdził, że przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży. Przeciętny konsument ma zatem prawo odbierać kierowane do niego przekazy reklamowe w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

Zarzucona Przedsiębiorcy praktyka polega na prezentowaniu wprowadzającego w błąd przekazu reklamowego sugerującego pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Ustalono, że w rzeczywistości, Przedsiębiorca analizuje sytuację ekonomiczną potencjalnego pożyczkobiorcy i na podstawie wyników tej analizy decyduje o udzieleniu pożyczki. W opinii Prezesa Urzędu, działania Przedsiębiorcy spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W niniejszej sprawie niezbędne jest zatem rozważenie, czy reklamy, w których Przedsiębiorca prezentując swoje pożyczki posługiwał się hasłami: „30- STKA pożyczka niebankowa, bez Bik- u” oraz „bez BIK- u”, mogły wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd co do dostępności pożyczki, wynikającej ze stosowanych przez Przedsiębiorcę zasad weryfikacji zdolności kredytowej pożyczkobiorcy, a przez to, czy mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Art. 5 ust. 4 powołanej ustawy przewiduje, że przy ocenie czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Wzbudzające zastrzeżenia Prezesa Urzędu hasła zamieszczone zostały w reklamach rozpowszechnianych zarówno w prasie lokalnej, jak i regionalnej.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przekaz wynikający z prezentowanych reklam mógł wywołać mylne wrażenie przeciętnego konsumenta, że Przedsiębiorca udziela pożyczek niezależnie od tego, czy figuruje w rejestrach dłużników (bazach BIK). Przeciętny konsument mógł przypuszczać, że Przedsiębiorca nie dokonuje pod tym kątem badania ich zdolności kredytowej. Zapoznając się z reklamami Przedsiębiorcy przeciętny konsument mógł uznać, że jego ewentualne zadłużenie i wpis do bazy dłużników nie mają znaczenia przy podejmowaniu przez Przedsiębiorcę decyzji o udzieleniu pożyczki, ponieważ w procesie oceny ryzyka kredytowego potencjalnego pożyczkobiorcy nie bierze pod uwagę tych faktów. Mógł tym samym dojść do wniosku, że proces uzyskania pożyczki nie jest sformalizowany, skoro Przedsiębiorca nie występuje o informacje do innych podmiotów, ale oferuje pożyczki „bez BIK- u”, a pożyczkę otrzymać mogą nawet osoby, wobec których dokonano zajęcia komorniczego.

Stosownie do art. 5 pkt 16 ustawy o kredycie konsumenckim, ocena ryzyka kredytowego to dokonywana przez kredytodawcę ocena zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki. W celu oceny ryzyka kredytowego pożyczkodawca może korzystać z baz danych prowadzonych przez biura informacji kredytowych oraz biura informacji gospodarczych (por. art. 5 pkt 15 ww. ustawy).

Art. 9 ust. 1 ww. ustawy nakłada na pożyczkodawcę bezwzględny obowiązek oceny ryzyka kredytowego przed zawarciem umowy. Wykorzystywane przez Przedsiębiorcę w obrocie konsumenckim wzorce umów nie określają, w jaki sposób Przedsiębiorca dokonuje oceny ryzyka kredytowego. Z wyjaśnień Przedsiębiorcy wynika, że w ramach procedury tzw. scoringu finansowego (tj. punktowej metody oceny wiarygodności osoby ubiegającej się o pożyczkę) szczegółowo analizuje sytuację finansowo- ekonomiczną potencjalnego pożyczkobiorcy i na podstawie wyników tej analizy decyduje o udzieleniu pożyczki. Oceniając ryzyko kredytowe Przedsiębiorca korzysta m.in. z baz biur informacji gospodarczych. Przedsiębiorca weryfikuje zatem zdolność kredytową swoich potencjalnych kontrahentów sprawdzając w dostępnych bazach danych historię kredytową pożyczkobiorcy, a więc biorąc pod uwagę ich dotychczasowe zadłużenie.

Zdaniem Prezesa Urzędu, nawet uważny i dostatecznie zorientowany przeciętny konsument utożsamia skrót „BIK” ogólnie z podmiotem, który gromadzi dane o zobowiązaniach finansowych osób wynikających z zaciągniętych przez nich pożyczek i kredytów. Hasło „(...) bez Bik- u” („bez BIK- u”) jednoznacznie kojarzy więc z faktem rezygnacji pożyczkodawcy ze sprawdzenia, w ramach procedury udzielania pożyczek, czy potencjalny pożyczkobiorca figuruje w rejestrze takiego podmiotu. W niniejszym przypadku odróżnienie, że informacje o dłużnikach są gromadzone także przez biura informacji

gospodarczych (BIG), do których odwołuje się Przedsiębiorca w stosowanej procedurze, wymagałoby jednak posiadania przez przeciętnego konsumenta szczególnej wiedzy, wynikającej ze znajomości przepisów prawa, dzięki którym byłby w stanie odróżnić zasady działania Biura Informacji Kredytowej S.A. (używającego skrótu BIK) i biur informacji gospodarczych (używających skrótu BIG), a w konsekwencji dane, które mogą gromadzić. Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument, dostatecznie dobrze zorientowany co do warunków udzielania kredytów konsumenckich, w tym skutków związanych z figurowaniem w rejestrze dłużników, takiej wiedzy nie posiada. Przeciętny konsument utożsamia nazwy BIK i BIG, traktując je jako bazy, w których gromadzone są dane o zobowiązaniach dłużników. Wskazany przez Przedsiębiorcę fakt, że pożyczkę mogą uzyskać osoby figuruje w bazie BIK, nie ma więc wpływu na odbiór zakwestionowanego przekazu reklamowego przez przeciętnego konsumenta. Należy wskazać, że z przekazów reklamowych zawierających hasło „bez BIK- u” lub równoznacznych nie korzystają banki. Może to dodatkowo wzmacniać przeświadczenie przeciętnego konsumenta, że Przedsiębiorca jako podmiot nie będący bankiem, udziela pożyczek bez względu na ocenę ryzyka kredytowego, wynikającą z faktu figurowania w określonej bazie dłużników. Jak wynika z raportu TNS Polska opracowanego na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów¹ najczęstszym powodem, ze względu na który konsumenci zdecydowałiby się na pożyczkę w parabanku, jest szybsze uzyskanie pozytywnej opinii. Kwestie dotyczące zdolności kredytowej mają bez wątpienia zasadnicze znaczenie przy wyborze instytucji finansowej przez konsumentów.

W opinii Prezesa Urzędu, zakwestionowane reklamy mogą kształtować mylne wyobrażenie konsumentów o szerokiej dostępności oferty Przedsiębiorcy. Mogą bowiem sugerować bezwarunkowe udzielenie pożyczki („bez BIK”, czyli nie sprawdzamy wnioskodawcy w bazie dłużników). Niewątpliwie użyte hasła sugerują łatwiejszą, a przez to szybszą procedurę uzyskania pożyczki aniżeli w przypadku weryfikowania sytuacji finansowej potencjalnego pożyczkobiorcy. Dlatego też pod wpływem zakwestionowanych reklam przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd co do pewności uzyskania pożyczki od Przedsiębiorcy. Błąd ten mógł jednocześnie mieć wpływ na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął.

Zgodnie z art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się decyzję podejmowaną przez konsumenta co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Decyzja dotycząca umowy, o której mowa w ww. ustawie, ma szerszy zakres niż instytucja błędu uregulowana w art. 84 i nast. Kodeksu cywilnego. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest objęty sam fakt jej dokonania, czyli w analizowanym przypadku- skorzystanie z reklamowanej oferty, a więc zawarcie umowy z Przedsiębiorcą. Wystarczająca jest sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

W omawianym stanie faktycznym decyzja dotycząca umowy sprowadzać będzie się do sytuacji, w której konsument- pod wpływem reklamy- zainteresuje się ofertą Przedsiębiorcy lub podejmie działania w celu uzyskania dodatkowych informacji, np. skontaktuje się z Przedsiębiorcą, aby poznać szczegóły oferty. Bez znaczenia pozostaje

¹ Badanie zostało przeprowadzone przez TNS Polska od 2 do 5 sierpnia 2012 roku techniką wywiadu bezpośredniego wspomaganego komputerowo (CAPI), na reprezentatywnej, losowo wybranej próbie 1000 Polaków w wieku 15 i więcej lat. Raport z badania dostępny na www.uokik.gov.pl.

okoliczność, że konsument może zweryfikować przekaz reklamowy w inny sposób. Kluczowe znaczenie odgrywa wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór komunikatu reklamowego, który prowadzi do przyjęcia i zrozumienia najważniejszych informacji jakie z niego płyną. Samo zainteresowanie się ofertą Przedsiębiorcy, pod wpływem rozpowszechnianych reklam, stanowi o podjęciu przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy.

Poprzez ww. hasła oferta Przedsiębiorcy była dla przeciętnego konsumenta bardziej atrakcyjna niż jest w rzeczywistości. Dla osób poszukujących możliwości szybkiego finansowania lub posiadających tzw. negatywną historię kredytową (np. wpisanych do rejestrów BIK/BIG) informacja, że Przedsiębiorca nie bierze pod uwagę danych figurujących w dostępnych rejestrach dłużników przy podejmowaniu decyzji o udzieleniu pożyczki ma podstawowe znaczenie. Przeciętny konsument mógłby nie podjąć decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy, gdyby posiadał pełną wiedzę o dostępności oferty Przedsiębiorcy, tj. miał świadomość, że Przedsiębiorca dokonuje w rzeczywistości oceny jego zdolności kredytowej sprawdzając wpisy w dostępnych rejestrach dłużników, a wynik podjętych czynności decyduje o udzieleniu przez Przedsiębiorcę pożyczki. Mając szczegółową wiedzę o faktycznych warunkach, na jakich Przedsiębiorca udziela pożyczek (tj. o stosowanej przez niego procedurze i zakresie weryfikowania zdolności kredytowej potencjalnego pożyczkobiorcy), przeciętny konsument mógłby tym samym uznać, że oferta może nie być w pełni dostępna dla osób zadłużonych.

Niezależnie więc od wskazanego przez Przedsiębiorcę celu zamieszczenia ww. haseł (podkreślenie odrębności pomiędzy podmiotami funkcjonującymi na rynku finansowym) i tego, w jakim zakresie Przedsiębiorca może korzystać z bazy BIK poprzez biura informacji gospodarczych, zakwestionowany przekaz reklamowy mógł wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd. Podstawą postawionego Przedsiębiorcy zarzutu było więc użycie tych haseł w określonej sytuacji faktycznej- przy ustaleniu, że Przedsiębiorca dokonuje oceny ryzyka kredytowego weryfikując potencjalnych pożyczkobiorców w zewnętrznych bazach dłużników oraz biorąc pod uwagę ich dotychczasowe zadłużenie. Stanowisko Przedsiębiorcy wskazujące, że informacje te są prawdziwe, a przez to nie mogą być kwestionowane, wynika tym samym z niezrozumienia istoty postawionego mu zarzutu.

Bez znaczenia dla oceny ww. zarzutu jest tym samym wskazany przez Przedsiębiorcę fakt udzielania pożyczek konsumentom, którzy figurują w bazie BIK. Ocenie podlegał bowiem przekaz reklamowy Przedsiębiorcy i to, czy mógł wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd. Poza przedmiotem postawionego Przedsiębiorcy zarzutu jest ponadto kwestia zasadności i potrzeby dostępu parabanków do baz danych, z których korzystają banki, co w toku postępowania podniósł Przedsiębiorca..

Powyżej wskazano, że w celu przypisania Przedsiębiorcy nieuczciwej praktyki rynkowej, niezbędne jest także wykazanie, że jego praktyka jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Oznacza to konieczność odniesienia się do przesłanek klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Z uwagi na kwestionowanie sposobu prezentacji informacji zawartych w reklamach, Prezes Urzędu dokonał oceny zachowania Przedsiębiorcy w kontekście naruszenia dobrych obyczajów oraz możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, tj. na etapie kierowania do niego przekazu reklamowego.

Na gruncie powołanej ustawy pod pojęciem sprzeczności z dobrymi obyczajami należy rozumieć swego rodzaju klauzulę rzetelności oznaczającą zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia zachowania konsumenta na rynku

poprzez brak rzetelnego informowania go o istotnych cechach produktu. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W wyroku z dnia 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII Ama 118/04 SOKiK stwierdził, że w stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami SOKiK uznał działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.

W rozpatrywanej sprawie, za dobre obyczaje należy uznać prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką Przedsiębiorca jako profesjonalista zamieszczać powinien w reklamach swoich usług, uwzględniając ograniczenia wynikające z takiej formy prezentacji oferty. Zdaniem Prezesa Urzędu, naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów nastąpić może właśnie wskutek przekazania informacji mogących wprowadzać konsumenta w błąd co do pewności uzyskania pożyczki od Przedsiębiorcy, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Pod wpływem rozpowszechnianych reklam przeciętny konsument mógł nabrać mylnego wyobrażenia o warunkach, jakie musi spełnić, aby uzyskać pożyczkę od Przedsiębiorcy i podjąć decyzję dotyczącą umowy, której w przypadku posiadania pełnej wiedzy o dostępności oferty Przedsiębiorcy, mógłby nie podjąć. Zakwestionowane reklamy mogły zatem zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, że działania Przedsiębiorcy spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Wykazanie, że praktyka ta narusza jednocześnie zbiorowe interesy konsumentów, pozwala na przypisanie Przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z informacji przekazanych przez Przedsiębiorcę wynika, że nie rozpowszechnia już zakwestionowanych reklam. W trakcie postępowania Przedsiębiorca przedłożył wzór nowej reklamy oraz poinformował, że stosuje go od października 2013r.

Prezes Urzędu ustalił jednak, że przedłożony wzór reklamy nie dotyczy pożyczek Przedsiębiorcy, ale pożyczek innego pożyczkodawcy, który jest z nim powiązany osobowo-Magdaleny Piechockiej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Obrotu Wierzytelnościami DAIGLOB FINANCE w Bydgoszczy. Nie ma zatem podstaw do uznania, że Przedsiębiorca wykazał, zgodnie z wymogiem art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, że rzeczywiście zaniechał stosowania zarzuconej mu praktyki.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu orzekł na podstawie art. 26 ust. 1 tej ustawy nakazując Przedsiębiorcy w pkt VI sentencji zaniechanie stosowania ww. praktyki.

VII.

Stosowanie praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów rynkowej Prezes Urzędu zarzucił także Przedsiębiorcy w pkt VII sentencji decyzji. Praktyka ta polega na zamieszczaniu w reklamach prasowych oznaczenia „rep. A”, które może wprowadzać konsumenta w błąd co do urzędowego zatwierdzenia działań Przedsiębiorcy bądź ich podlegania państwowemu nadzorowi. W świetle art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym Prezes Urzędu uznał, że działania Przedsiębiorcy są **bezprawne**.

Biorąc pod uwagę, że postawiony Przedsiębiorcy zarzut, podobnie jak wskazany powyżej, dotyczy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd, określonej w art. 5 ww. ustawy, aktualne pozostają wszystkie rozważania prawne

przedstawione w pkt VI uzasadnienia decyzji. Oznacza to, że ocena tej praktyki dokonana zostanie z punktu widzenia ustalonego już modelu przeciętnego konsumenta, a jej istota- z punktu widzenia przesłanek określonych w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Jak to już wskazano, adresatem reklam Przedsiębiorcy jest ogół konsumentów. W rozpatrywanej sprawie przeciętny konsument to osoba zainteresowana uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Uwzględniając przyjęty model przeciętnego konsumenta należy zatem rozważyć, czy zakwestionowany przekaz reklamowy Przedsiębiorcy mógł wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd, tj. co najmniej potencjalnie powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W omawianym przypadku wprowadzenie w błąd związane jest z używaniem w reklamach prasowych oznaczeń („rep. A”, „repertorium A” obok których figurował numer, np. „rep. A nr 3807”), które mogą sugerować przeciętnemu konsumentowi, że działania Przedsiębiorcy zostały w sposób oficjalny i urzędowy zatwierdzone lub podlegają państwowemu nadzorowi.

Przedsiębiorca wyjaśnił, że „rep. A” to oznaczenie aktu notarialnego, obejmującego pełnomocnictwo do podejmowania działań na jego rzecz, wynikające z umowy o współpracę zawartej z Magdaleną Piechocką prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą: Biuro Obrotu Wierzytelnościami DAIGLOB FINANCE w Bydgoszczy. Poinformował także, że w obrocie działa w imieniu własnym i jako pośrednik kredytowy, a oznaczenie repertorium ma na celu ułatwienie identyfikacji kredytodawcy, na rzecz którego podejmowane są czynności faktyczne związane z przygotowaniem, oferowaniem i zawieraniem umowy o pożyczkę.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zakwestionowany przekaz reklamowy Przedsiębiorcy jest na tyle niejednoznaczny, że może kształtować mylne wyobrażenie przeciętnego konsumenta w zakresie oceny działań Przedsiębiorcy. Użycie w przekazie reklamowym ww. oznaczenia bez wątplenia wyróżnia ofertę Przedsiębiorcy na tle ofert innych pożyczkodawców, w których nie występują tego typu zwroty. Przyciąga też uwagę przeciętnego konsumenta zapoznającego się z reklamami pożyczek gotówkowych, tym bardziej, że stanowi pierwszą lub ostatnią część przekazu, zamieszczoną bezpośrednio po wskazaniu firmy Przedsiębiorcy (np. DAIGLOB PIECHOCKA S.J. REPERTORIUM A 3888/2011). Dostrzegając ww. zwrot dostatecznie uważny przeciętny konsument może utożsamiać go z oznaczeniem dokumentu, który ma istotne znaczenie dla działalności Przedsiębiorcy i stanowi np. urzędowe zatwierdzenie działalności Przedsiębiorcy lub wskazuje, że działalność ta podlega urzędowemu nadzorowi. Przeciętny konsument może przypuszczać, że skoro Przedsiębiorca używa takich oznaczeń wraz z określeniem swojej firmy, ma ono na celu podkreślenie istotnej cechy jego działań- ich pozytywną, urzędową ocenę lub poddanie urzędowemu nadzorowi. W konsekwencji przeciętny konsument może uznać, że działania Przedsiębiorcy spełniają wyższe normy niż działania innych pożyczkodawców.

Zdaniem Prezesa Urzędu, dostatecznie dobrze zorientowany konsument jest osobą, która wie, że określonych czynności prawnych dokonuje się w formie aktu notarialnego. W niniejszym przypadku nie jest jednak w stanie ustalić i stwierdzić, że zwrot „rep. A” („repertorium A”) i podany przy nim numer, stanowi oznaczenie aktu notarialnego obejmującego pełnomocnictwo do działania jako pośrednik kredytowy lub pełnomocnik pożyczkodawcy. Zakwestionowany przekaz może tym samym wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do charakteru działań Przedsiębiorcy, a więc ich zgodności z prawem.

Nie może budzić wątpliwości, że przeciętny konsument ma większe zaufanie do przedsiębiorców, których działalność jest w jakikolwiek sposób kontrolowana lub nadzorowana przez niezależne podmioty, w szczególności urzędy lub organy państwowe. Ma to szczególne znaczenie w przypadku podmiotów oferujących produkty finansowe,

m.in. udzielających pożyczek, co związane jest z zaciągnięciem określonych zobowiązań finansowych przez konsumenta. Niejednoznaczna informacja, na podstawie której przeciętny konsument może wnioskować o pozytywnej, oficjalnej weryfikacji działań Przedsiębiorcy lub poddaniu jego działań oficjalnemu nadzorowi, może zatem prowadzić do podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział jakie faktyczne znaczenie ma oznaczenie „rep. A” i jaki jest cel jego podania w reklamie.

W pkt VI uzasadnienia wskazano, że decyzja dotycząca umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie musi prowadzić do faktycznego dokonania czynności przez przeciętnego konsumenta, a więc w niniejszym przypadku- do skorzystania z reklamowanej oferty i zawarcia umowy pożyczki z Przedsiębiorcą. Wystarczająca jest sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta. Podobnie jak w przypadku praktyki omówionej powyżej, decyzja ta polegać może m.in. na zainteresowaniu się przeciętnego konsumenta- pod wpływem reklamy- ofertą Przedsiębiorcy bądź podjęciu działań w celu uzyskania dodatkowych informacji o ofercie i np. nawiązaniu bezpośredniego kontaktu z Przedsiębiorcą.

Przy analizie zarzutu postawionego Przedsiębiorcy w pkt VI wyjaśniono także, że dla przypisania nieuczciwej praktyki rynkowej określonej w art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, niezbędne jest także wykazanie, że praktyka ta jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Wiąże się to z koniecznością udowodnienia, że doszło do naruszenia klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Wykładnia pojęcia sprzeczności z dobrymi obyczajami przedstawiona powyżej jest aktualna także dla omawianej praktyki. Za dobre obyczaje należy więc uznać prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej informacji, jaką Przedsiębiorca- profesjonalista powinien kierować do niego prezentując swoje usługi. Naruszenie dobrych obyczajów nastąpić może poprzez przekazanie wprowadzających w błąd informacji o prowadzonej działalności- jej urzędowej weryfikacji lub nadzorze, a w konsekwencji- jej zgodności z prawem. W opinii Prezesa Urzędu, powoływanie się w reklamach na niejednoznaczne i nieokreślone oznaczenie „rep. A” mogło w istotny sposób zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy co do oceny działań Przedsiębiorcy.

Mając na względzie dokonane ustalenia, Prezes Urzędu uznał, że działania Przedsiębiorcy stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Stwierdzenie, że praktyka ta narusza również zbiorowe interesy konsumentów skutkuje przypisaniem Przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania Przedsiębiorca poinformował, że nie rozpowszechnia reklam, w których występuje oznaczenie „rep. A”. Przedsiębiorca przedłożył wzór nowej reklamy podając, że stosuje go od października 2013r. Jak to już wskazano w pkt VI uzasadnienia, z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że nowy wzór reklamy nie dotyczy pożyczek Przedsiębiorcy, ale pożyczek innego pożyczkodawcy, który jest z nim powiązany osobowo- Magdaleny Piechockiej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą: Przedsiębiorstwo Obrotu Wierzytelnościami DAIGLOB FINANCE w Bydgoszczy.

Podobnie jak w przypadku omówionym powyżej, nie ma podstaw do stwierdzenia, że Przedsiębiorca wykazał, zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, że rzeczywiście zaniechał stosowania zarzuconej mu praktyki.

Podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stanowi tym samym art. 26 ust. 1 tej ustawy, na podstawie którego Przedsiębiorcy nakazano zaniechanie stosowania ww. praktyki.

Prezes Urzędu orzekł zatem jak w pkt VII sentencji.

VIII.

Praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów rynkowej Prezes Urzędu przypisał Przedsiębiorcy ponadto w pkt VIII sentencji decyzji. W rozpatrywanym przypadku zakwestionowane działania Przedsiębiorcy polegają na rozpowszechnianiu w reklamach prasowych nieprawdziwych informacji wskazujących, że oferowane przez niego pożyczki są pożyczkami o najniższych kosztach w Polsce. Prezes Urzędu uznał, że działania Przedsiębiorcy są **bezpprawne** w świetle art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Z uwagi na fakt, że również ten zarzut dotyczy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd, określonej w art. 5 tej ustawy, istotne znaczenie mają rozważania prawne przedstawione wcześniej (por. pkt VI i VII uzasadnienia). Z tego względu, ocena ww. praktyki dokonana zostanie z punktu widzenia przesłanek wynikających z powołanych przepisów oraz ustalonego modelu przeciętnego konsumenta (osoby zainteresowanej uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta).

W pierwszej kolejności niezbędne jest ustalenie, czy informacja Przedsiębiorcy mogła wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd, tj. co najmniej potencjalnie powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W omawianym przypadku wprowadzające w błąd działanie Przedsiębiorcy związane jest z rozpowszechnianiem w reklamach prasowych nieprawdziwych informacji o najniższych kosztach w Polsce udzielanych przez Przedsiębiorcę pożyczek.

Rozpowszechniając tego rodzaju informacje Przedsiębiorca oparł się na porównaniu kosztów oferowanej przez siebie pożyczki w wysokości 1.000 zł na okres 30 dni, z kosztami pożyczek udzielanych konsumentom przez 6 innych przedsiębiorców, niebędących bankami. Analizę porównawczą Przedsiębiorca przedstawił w formie tabeli, w której w poszczególnych kolumnach, obok nazw pożyczkodawców, wskazał: kapitał pożyczki, okres udzielenia pożyczki, koszty po okresie udzielenia pożyczki, adresy stron internetowych pożyczkodawców oraz okres prolongaty spłaty pożyczki wraz z należnymi kosztami. Oferty 4 spośród wybranych pożyczkodawców dotyczą przy tym pożyczek w kwocie 1.000 zł udzielanych na okres 30 dni, a oferty 2 pożyczkodawców- pożyczek udzielonych na okres 30 dni w wysokości: 900 zł i 1.200 zł oraz 930 zł i 1.250 zł. Z porównania Przedsiębiorcy wynika, że koszty oferowanej przez niego pożyczki w kwocie 1.000 zł na okres 30 dni są najniższe i wynoszą 170 zł (pozycja: „koszty po okresie udzielenia pożyczki”). Analiza oferty pożyczek Przedsiębiorcy wskazuje przy tym, że przez „koszty po okresie udzielenia pożyczki” Przedsiębiorca rozumie całkowity koszt pożyczki.

Zdaniem Prezesa Urzędu, dokonane przez Przedsiębiorcę porównania nie są wystarczające do potwierdzenia, że faktycznie udziela pożyczek o najniższych kosztach w Polsce. Przede wszystkim dlatego, że Przedsiębiorca dokonał porównania swojej oferty z ofertą jedynie 6 przedsiębiorców udzielających pożyczek konsumentom, z których 2 nie udzielało w ogóle pożyczek o parametrach wziętych do porównania, czyli pożyczek w kwocie 1.000 zł udzielanych na okres 30 dni. Zbyt daleko idące i nie poparte pełnymi dowodami jest wywodzenie na tej podstawie, że oferta Przedsiębiorcy jest rzeczywiście

najtańsza w Polsce. Inni pożyczkodawcy (pozabankowe instytucje finansowe udzielające kredytów konsumenckich) mają w swojej ofercie pożyczki, których całkowity koszt jest są niższy niż całkowity koszt pożyczki Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu ustalił np., że całkowity koszty pożyczki w kwocie 1.000 zł udzielonej na okres 30 dni przez [usunięto] wskazany w tabeli zamieszczonej we wzorcu ramowej umowy pożyczki tego pożyczkodawcy (wzorce zaliczone w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu- k. 424-441 akt) wynosi 100 zł. Jest zatem niższy niż koszt wskazany przez Przedsiębiorcę. Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że niższy jest także całkowity koszt pożyczki udzielonej przez [usunięto]. Koszt ten wynosi 150 zł (dane z umowy [usunięto] zaliczonej w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu- k. 423 akt). Już porównanie oferty Przedsiębiorcy z ofertą tych dwóch pożyczkodawców (z okresu rozpowszechniania zakwestionowanych reklam) nie pozwala na przyjęcie, że zapewnienia Przedsiębiorcy o najniższych kosztach pożyczek w Polsce są prawdziwe.

Warto również nadmienić, że Przedsiębiorca nie wyjaśnił, dlaczego w swojej analizie uwzględnił oferty tych właśnie przedsiębiorców. Nie wiadomo więc, czy są to jego główni konkurenci, z którymi bezpośrednio konkuruje na rynku usług finansowych, czy też przedsiębiorcy wybrani przypadkowo bądź celowo. Rodzi to podejrzenie, że Przedsiębiorca wybrał do porównania takie oferty, w których faktycznie na wyższym poziomie skalkulowane zostały całkowite koszty pożyczek.

Nie można ponadto pominąć, że Przedsiębiorca porównał tylko jedną z oferowanych pożyczek, w kwocie 1.000 zł. Jego analiza porównawcza nie obejmuje kosztów dla pozostałych kwot pożyczek, których udziela, tj. 300 zł, 400 zł, 500 zł i 750 zł. Nie wiadomo tym samym, jakie byłyby wyniki porównania oferty Przedsiębiorcy i wybranych przez niego pożyczkodawców w zakresie tych właśnie kwot pożyczek. Jest to o tyle istotne, że w zakwestionowanym przekazie reklamowym Przedsiębiorca posługuje się ogólnym hasłem „najniższe koszty pożyczek w Polsce” lub „najniższe koszty”, bez sprecyzowania, do jakich konkretnie pożyczek się odnosi. Zapoznając się z ww. przekazem dostatecznie uważny i ostrożny przeciętny konsument nie jest w stanie ustalić, że Przedsiębiorca składa tego rodzaju zapewnienie tylko w odniesieniu do pożyczki w kwocie 1.000 zł. Przeciwnie, przy tak ogólnie sformułowanym przekazie przeciętny konsument ma prawo oczekiwać, że hasło to odnosi się do wszystkich pożyczek w ofercie pożyczkodawcy, który się nim posługuje.

Ustalenia Prezesa Urzędu wskazują np., że całkowity koszt pożyczki w kwocie 500 zł udzielonej na okres 30 dni przez [usunięto] wynosi 50 zł (dane z ww. wzorców ramowej umowy pożyczki), a całkowity koszt pożyczki o tych samych parametrach udzielonej przez Przedsiębiorcę wynosi 76,50 zł (dane z ramowych umów o pożyczkę [chwilówkę] zawartych przez Przedsiębiorcę z konsumentami w dniach: 24 stycznia 2013r.- k. 267- 268 akt, 8 lutego 2013r.- k. 287- 288 akt, 7 grudnia 2012r.- k. 315- 316 akt, 15 lutego 2013r.- k. 349- 350 akt). Także i w tym przypadku rozpowszechniane przez Przedsiębiorcę informacje nie są więc prawdziwe.

Dodatkowo należy zauważyć, że pożyczki o tożsamych parametrach i kosztach oferuje inny pożyczkodawca, powiązana osobowo z Przedsiębiorcą- [usunięto]. Powoduje to, że pożyczki Przedsiębiorcy nie posiadają cech i właściwości pozwalających na wyróżnienie ich określeniami wskazującymi na ich jedyny i niepowtarzalny charakter, takimi jak oznaczenie „najniższe”.

Dlatego też Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca rozpowszechnia nieprawdziwe informacje o najniższych kosztach oferowanych pożyczek.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. nieprawdziwe informacje mogą wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd. Informacja o koszcie pożyczki (kredytu) jest jedną z istotnych cech pożyczki, na którą przeciętny konsument, zainteresowany uzyskaniem środków finansowych, zwraca szczególną uwagę zapoznając się z reklamami pożyczek bądź kredytów. Dotyczy bowiem takiego elementu oferty, który w ostatecznym rachunku przesądza o uznaniu przez przeciętnego konsumenta, że oferta jest dla niego odpowiednia, a

w konsekwencji- o skorzystaniu z usług danego pożyczkodawcy. Informacja, że Przedsiębiorca oferuje pożyczki o najniższych kosztach w Polsce bezpośrednio wskazuje przeciętnemu konsumentowi, że może uzyskać pożyczkę, za którą faktycznie zapłaci najmniej. Na podstawie takich informacji przeciętny konsument może też przypuszczać, że skoro Przedsiębiorca rozpowszechnia tego rodzaju informację, ma ku temu odpowiednie i wiarygodne podstawy.

W ocenie Prezesa Urzędu, sugerując się informacjami o najniższych kosztach pożyczki w Polsce przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, że pożyczki, które oferuje Przedsiębiorca takich cech nie posiadają. Dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przeciętny konsument ma określony stopień wiedzy o warunkach finansowych, na jakich udzielane są pożyczki. Wie, że z zaciągnięciem pożyczki wiążą się określone koszty. Nie ma jednak możliwości i obowiązku weryfikowania reklam pod kątem prawdziwości zawartych w nich stwierdzeń (por. tezy powołanego powyżej wyroku SOKiK z dnia z dnia 19 grudnia 2007r. sygn. XVII Ama 64/07). Przeciętny konsument nie mógł przewidzieć, że w rzeczywistości pożyczki Przedsiębiorcy nie posiadają cech uzasadniających ich prezentację poprzez oznaczenie: „najniższe koszty w Polsce” lub „najniższe koszty”. Poprzez uzyskiwaną informację konsument mógł z pewnością zostać wprowadzony w błąd przez Przedsiębiorcę, a informacja ta mogła w konsekwencji doprowadzić do podjęcia przez niego decyzji dotyczącej umowy, której nie podjąłby, gdyby znał prawidłową wysokość tego warunku umowy.

Przypomnieć należy, że decyzja dotycząca umowy nie musi prowadzić do faktycznego dokonania czynności przez przeciętnego konsumenta, a więc np. do skorzystania z reklamowanej oferty i zawarcia umowy pożyczki z Przedsiębiorcą. Wystarczająca jest sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta (por. art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Podobnie jak w przypadku praktyk omówionych w pkt VI i VII, decyzja ta polegać może np. na zainteresowaniu się przeciętnego konsumenta- pod wpływem reklamy- ofertą Przedsiębiorcy czy też uzyskaniu dodatkowych informacji o ofercie. Nie ma także znaczenia okoliczność, że konsument może choćby częściowo zweryfikować przekaz reklamowy w inny sposób porównując np. dostępne oferty pożyczek. Rozstrzygające znaczenie ma wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór komunikatu reklamowego.

Prezes Urzędu uznał zatem, że rozpowszechnianie przez Przedsiębiorcę nieprawdziwych informacji o najniższych kosztach w Polsce udzielanych pożyczek stanowi wprowadzające w błąd działanie w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Jak już wspomniano, praktyka wprowadzająca w błąd należy do kategorii praktyk podlegających ocenie także pod kątem realizacji przesłanek z art. 4 ust. 1 ww. ustawy. Niezbędne jest w związku z tym wykazanie, że praktyka ta jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Mając na względzie, że ocenie podlega przekaz reklamowy Przedsiębiorcy, przesłanka sprzeczności z dobrymi obyczajami odniesiona powinna być do etapu poprzedzającego zawarcie umowy. Powyżej wskazano, że za dobre obyczaje należy uznać prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej informacji, jaką Przedsiębiorca (profesjonalista) powinien kierować do niego reklamując swoje usługi. W niniejszym przypadku naruszenie dobrych obyczajów polega na przekazaniu konsumentowi nieprawdziwych informacji o najniższych kosztach udzielanych przez Przedsiębiorcę pożyczek w Polsce. Informacja taka mogła w istotny sposób zniekształcić zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem

umowy w zakresie istotnej cechy jego oferty, tj. kosztów, jakie zapłaci w razie uzyskania pożyczki od Przedsiębiorcy.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu uznał, że działania Przedsiębiorcy stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Fakt, że praktyka ta narusza również zbiorowe interesy konsumentów, uzasadnia przypisanie Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z informacji przekazanych przez Przedsiębiorcę wynika, że nie rozpowszechnia już zakwestionowanych reklam. Przedsiębiorca przedstawił wzór nowej reklamy, który- jak ustalił Prezes Urzędu- nie dotyczy pożyczek Przedsiębiorcy, ale innego pożyczkodawcy, który jest z nim powiązany osobowo. Podobnie jak w przypadku praktyk przedstawionych powyżej w pkt VI i VII, okoliczność ta wyklucza możliwość stwierdzenia, że Przedsiębiorca zaniechał stosowania zarzuconej mu praktyki i wykazał ten fakt, stosownie do art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stanowi więc art. 26 ust. 1 ww. ustawy, na mocy którego Przedsiębiorcy nakazano zaniechanie stosowania tej praktyki.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt VIII sentencji.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów: wykazana została bezprawność jego działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

W toku postępowania Przedsiębiorca złożył wnioski o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przedsiębiorca zobowiązał się w zakresie praktyki zarzuconej mu w pkt I sentencji decyzji- do zmiany zakwestionowanych postanowień wzorców umów; w zakresie praktyki z pkt II- do uzupełnienia umów pożyczki o informacje wymagane przez ustawę o kredycie konsumenckim; w zakresie praktyk z pkt III i IV sentencji decyzji- do usunięcia zakwestionowanych postanowień dotyczących warunków odstąpienia konsumenta od umowy i zwrotu kwoty pożyczki, w zakresie praktyki z pkt V- do usunięcia z umów odnośników do dyrektyw europejskich. W odniesieniu do praktyk z pkt VI i VII sentencji decyzji Przedsiębiorca zobowiązał się do zaprzestania używania w materiałach reklamowych haseł „bez BIK” oraz oznaczeń „rep. A”, a w przypadku praktyki z pkt VIII- do zaniechania stosowania reklam z określeniami „najniższe koszty” i wprowadzenia określenia „niskie koszty”.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 powołanej ustawy, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione- na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania- że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Wykładnia ww. przepisu prowadzi do wniosku, że realizacja złożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania powinna prowadzić do wyeliminowania zarzuconej mu praktyki względnie- w przypadku zaniechania praktyki- jej trwających skutków.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie wydanie decyzji na podstawie ww. przepisu nie jest uzasadnione. Merytoryczna ocena wniosku Przedsiębiorcy prowadzi m.in. do stwierdzenia, że zaproponowane przez niego zmiany postanowień wzorców umów nie

eliminują ich tożsamości z klauzulami niedozwolonymi. Wątpliwości wywołuje np. nowa treść klauzul zakwestionowanych w pkt I.1 i I.4 sentencji decyzji. Należy zauważyć, że katalog informacji dotyczących sytuacji ekonomicznej i finansowej konsumenta, o których ma obowiązek powiadomić Przedsiębiorcę, wymieniony w pierwszym z proponowanych postanowień (pkt I.1) ma charakter otwarty. Nie pozwala to na uznanie, że konsument jest w stanie obiektywnie i konkretnie ustalić, jakie informacje ma obowiązek przekazać Przedsiębiorcy w czasie trwania umowy. Obowiązek konsumenta jest nadal zbyt szeroko określony - konsument powinien np. poinformować Przedsiębiorcę o szacunkowej wartości swojego majątku, rodzaju bliżej nieokreślonych zabezpieczeń oraz wykonywanym zawodzie. Zważywszy na fakt, że maksymalna wysokość udzielanych przez Przedsiębiorcę pożyczek wynosi 1.000 zł, przekazanie takich informacji może stanowić zbędne i uciążliwe formalności, które nie mają zarazem żadnego wpływu na „prawidłowe funkcjonowanie pożyczki”, na co wskazuje postanowienie. Aktualne pozostają zatem w omawianym zakresie argumenty SOKiK, które zostały wyrażone w uzasadnieniu wyroków będących podstawą wpisu do rejestru klauzul w pozycji: 1172 i 1987.

Zastrzeżenia wywołuje również nowa treść postanowienia dotyczącego opłat za czynności prewencyjne i windykacyjne (pkt I.4). Zmieniona przez Przedsiębiorcę wysokość niektórych opłat nadal może być rażąco wygórowana i oderwana od rzeczywistych nakładów Przedsiębiorcy, zwłaszcza jeśli uwzględni się, że opłaty za poszczególne czynności mogą być pobierane wielokrotnie, a tylko koszty wizyt prewenta i windykatora podjętych w ciągu 2 miesięcy będą wynosić 480 zł. Zgodnie z orzecznictwem SOKiK możliwość wielokrotnego podejmowania przez przedsiębiorcę czynności windykacyjnych w sposób rażący narusza interesy ekonomiczne konsumenta, w szczególności w tych sytuacjach, gdy pobierane opłaty nie odzwierciedlają nakładów rzeczywiście poniesionych przez przedsiębiorcę, przynosząc mu nieuzasadnione korzyści. Przedsiębiorca wskazał ogólnie okresy, w jakich mogą być podejmowane czynności prewencyjne i windykacyjne, ale nadal zachował dowolność w określeniu kolejności i terminów wizyt prewenta i windykatora. Powoduje to, że odstępy czasu pomiędzy poszczególnymi czynnościami mogą być tak krótkie, że konsument nie będzie miał możliwości reakcji przed podjęciem przez Przedsiębiorcę kolejnych czynności i przed naliczeniem opłat za ich wykonanie.

Wątpliwości budzi ponadto treść zobowiązania odnoszącego się do praktyki z pkt II. Przedsiębiorca zaproponował wprawdzie wskazanie w umowie pożyczki kwoty odsetek należnych w stosunku dziennym (spełniając wymóg z art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy o kredycie konsumenckim), ale jednocześnie podał, że informacja ta zastąpi dane o wysokości odsetek w skali 30 dni, tj. należnych za okres udzielenia pożyczki. Ww. modyfikacja umowy może skutkować nienależytym wykonaniem przez Przedsiębiorcę obowiązku wynikającego z art. 30 ust. 1 pkt 7 ww. ustawy, w zakresie podania w umowie założeń przyjętych do obliczenia całkowitej kwoty do zapłaty przez konsumenta. Należy także zauważyć, że złożone przez Przedsiębiorcę zobowiązanie nie określa warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. Propozycja Przedsiębiorcy obejmuje tylko wskazanie w umowie wysokości oprocentowania zadłużenia przeterminowanego poprzez podanie, że stanowi ono równowartość czterokrotności zmiennej stopy lombardowej podawanej przez NPB na dzień zawarcia umowy.

W zakresie praktyki z pkt III Przedsiębiorca zaproponował usunięcie zakwestionowanego postanowienia z OWU. Przedsiębiorca nie zaproponował jednak uzupełnienia tego wzorca o postanowienia, które określałyby obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki zgodnie z rozdziałem 5 ustawy o kredycie konsumenckim. Skutkuje to uznaniem, że umowy, które Przedsiębiorca zawierałby w oparciu o postanowienia nowego wzorca, nie spełniałyby wymogów z art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy o kredycie konsumenckim (m.in. w zakresie braku wskazania terminu zwrotu udostępnionej pożyczki).

Z punktu widzenia przepisów ustawy o kredycie konsumenckim nie można również, zdaniem Prezesa Urzędu, zaakceptować propozycji Przedsiębiorcy w kwestii zmiany praktyki z pkt V. Przedsiębiorca zobowiązał się do zaprzestania stosowania tej praktyki, ale jednocześnie poinformował, że zamierza zamieścić w OWU postanowienie, które umożliwi mu dochodzenie roszczeń od pożyczkobiorców z tytułu rekompensaty za poniesione straty, w przypadku przedterminowej spłaty pożyczki, zgodnie z dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. Przy analizie tej praktyki Prezes Urzędu wskazał, że ww. dyrektywa została wdrożona do krajowego porządku prawnego ustawą o kredycie konsumenckim, w której nie ma regulacji pozwalających pożyczkodawcy na żądanie od pożyczkobiorcy tego rodzaju wyższej rekompensaty (prowizji). Informacja ta mogłaby więc nadal wywoływać błędne wyobrażenie konsumenta, że działanie Przedsiębiorcy jest zgodne z prawem.

Zdaniem Prezesa Urzędu, w rozpatrywanej sprawie, uwzględniając charakter zarzuconych praktyk, konieczne jest ponadto zastosowanie wobec Przedsiębiorcy środka represji i prewencji indywidualnej w postaci kary pieniężnej, której nałożenie nie jest możliwe w decyzji wydanej na podstawie art. 28 ustawy.

W związku z brakiem wystarczającego uzasadnienia do zastosowania tego przepisu, Prezes Urzędu orzekł na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

IX.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może w drodze decyzji nałożyć na przedsiębiorcę, który choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Z powołanego przepisu wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu winien uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej, wymieniając okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, w szczególności charakter praktyk i ich możliwe skutki w sferze ekonomicznych i pozaekonomicznych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał za uzasadnione nałożenie na Przedsiębiorcę kar pieniężnych za każdą ze stwierdzonych praktyk.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na nieumyślne naruszenie przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy. Zdaniem Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca naruszył zasady ostrożności w relacjach z konsumentami. Należy podkreślić, że jako profesjonalista Przedsiębiorca ma obowiązek na bieżąco monitorować wpisy klauzul niedozwolonych do rejestru oraz wszystkie przepisy, które dotyczą warunków świadczenia przez niego usług finansowych konsumentom. Obowiązek ten dotyczy zwłaszcza przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, która ma podstawowe znaczenie dla określenia praw i obowiązków stron umowy pożyczki. Uwzględnienie przez Przedsiębiorcę w prowadzonej działalności rejestru niedozwolonych postanowień umownych oraz powszechnie obowiązujących przepisów prawa nie wymaga zachowania przez niego szczególnej bądź nadzwyczajnej staranności. Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca może bez przeszkód

sprawdzić i ustalić, jakie klauzule niedozwolone figurują w rejestrze i jakie obowiązki nakładają na niego obowiązujące przepisy prawa w zakresie udzielania pożyczek konsumentom. Zdaniem Prezesa Urzędu, reguły ostrożność nakazują również Przedsiębiorcy zwrócić uwagi na treść przekazywanych informacji, w tym zamieszczanych w rozpowszechnianych reklamach tak, aby wyeliminować ewentualne ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd. W świetle ustalonych okoliczności uzasadnione jest stwierdzenie, że zakwestionowane praktyki są skutkiem niedochowania przez Przedsiębiorcę należytej staranności.

W 2012r. Przedsiębiorca uzyskał przychód w wysokości [usunięto] zł. Maksymalna kara pieniężna, która mogłaby zostać nałożona na Przedsiębiorcę wynosi [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Ustalając wysokość kar Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonych naruszeń przepisów ustawy, wynikiem których jest określona kwota bazowa. W dalszej kolejności Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

1. Praktyka przypisana Przedsiębiorcy w pkt I sentencji decyzji polega na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Oceniając szkodliwość poszczególnych postanowień Prezes Urzędu uznał, że bezpośredni wpływ na sytuację finansową konsumenta mają postanowienia dotyczące opłat za czynności prewencyjne i windykacyjne, którymi obciążony może zostać konsument w razie niespłacenia pożyczki zgodnie z umową (pkt I.3 i I.4). Postanowienia te nie określają ani zasad, ani terminów i procedur podjęcia tych czynności, a w konsekwencji obciążenia konsumenta opłatami za ich wykonanie. Przedsiębiorca może więc swobodnie decydować i naliczać opłaty, a konsument nie jest w stanie ustalić, jakie działania i kiedy zostaną wobec niego podjęte. Stosowane przez Przedsiębiorcę opłaty są ponadto rażąco wygórowane i nie wynikają z kalkulacji ponoszonych przez niego kosztów. Stopień szkodliwości ww. postanowień dla interesów majątkowych konsumentów jest bez wątpienia znaczny.

Pozostałe postanowienia naruszają pozaekonomiczne interesy konsumentów. Negatywny wpływ na pozycję konsumenta ma przede wszystkim postanowienie, które zobowiązuje go do informowania Przedsiębiorcy o wszystkich okolicznościach dotyczących jego sytuacji ekonomicznej i finansowej (pkt I.1). Obowiązki konsumenta w tym zakresie zostały określone w sposób niejednoznaczny i zbyt szeroki. Prawo dokonania ich interpretacji należy wyłącznie do Przedsiębiorcy. Zastosowanie ww. postanowienia może prowadzić do nałożenia na konsumenta uciążliwych i zbędnych formalności w trakcie obowiązywania umowy.

Stosunkowo uciążliwe dla konsumentów może być ponadto postanowienie, w którym Przedsiębiorca wprowadził domniemanie doręczenia pism skierowanych na ostatni podany przez konsumenta adres (pkt I.2). W tym przypadku konsument może być narażony na skutki wynikające z oświadczeń Przedsiębiorcy, pomimo braku jakichkolwiek możliwości zapoznania się z ich treścią.

Z kolei postanowienie wyznaczające jako właściwy miejscowo do rozpoznania sporów sąd siedziby Przedsiębiorcy wywiera niewielki wpływ na interesy konsumentów. Postanowienie to dotyczy sytuacji wyjątkowych- rozstrzygnięcia sporu między stronami na drodze sądowej, gdy pozwanym będzie konsument, który ma miejsce zamieszkania poza miejscem siedziby Przedsiębiorcy.

Rozstrzygając o wadze stwierdzonego naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił również fakt, że okres jego trwania nieznacznie przekroczył 1 rok. Przedsiębiorca oświadczył, że

wzorzec umowy, w którym zamieszczono zakwestionowane postanowienia niedozwolone, stosuje od października 2012r.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kar na poziomie [usunięto] % przychodu uzyskanego przez Przedsiębiorcę w 2012r., tj. 9.654 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu uznał, że w przypadku omawianego naruszenia nie występują okoliczności obciążające, które przemawiałyby za podwyższeniem ustalonej kwoty bazowej kary. W szczególności Przedsiębiorcy nie można przypisać umyślności działania, a więc zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Nie ma też okoliczności łagodzących, które wpływałyby na obniżenie kwoty bazowej kary. Należy zauważyć, że Przedsiębiorca nie zaniechał stosowania zarzuconej mu praktyki.

Z uwagi na powyższe, za stosowanie praktyki określonej w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 9.654 zł, co stanowi [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy za 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

2. Praktyka wskazana w **pkt II** sentencji decyzji polega na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Prezes Urzędu stwierdził, że Przedsiębiorca nie informuje w umowach pożyczek o: warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co jest sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 11, 15 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim. Praktyka Przedsiębiorcy ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, przy czym może wywierać również wpływ na jego wykonanie.

Szkodliwość tej praktyki wyraża się w naruszeniu prawa konsumenta do uzyskania informacji o istotnych postanowieniach umowy. Ustawa o kredycie konsumenckim precyzyjnie formułuje zakres danych, jakie muszą być zawarte w umowie pożyczki, gwarantując tym samym konsumentowi określony poziom wiedzy. Brak w umowie obowiązkowych danych godzi w ww. prawo konsumenta. Zważywszy na fakt, że konsument może np. dopiero w razie odstąpienia od umowy dowiedzieć się, jaką kwotę odsetek powinien zwrócić Przedsiębiorcy za okres korzystania z pożyczki, praktyka ta może nawet w znacznym stopniu naruszać pozaekonomiczne interesy konsumentów. Negatywne skutki praktyki ujawnić mogą się tym samym także na etapie wykonania umowy.

Ważąc kwotę bazową kary Prezes Urzędu uwzględnił ponadto okres stosowania tej praktyki, który nieznacznie przekroczył 1 rok. Umowy pożyczki, w których stwierdzono ww. braki, Przedsiębiorca zawiera z konsumentami w oparciu o wzorce umów wprowadzone do obrotu prawnego w październiku 2012r.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił za omawiane naruszenie kwotę bazową kary na poziomie [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r., tj. 4.827 zł po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ww. kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające. Zdaniem Prezesa Urzędu, w przypadku omawianej praktyki nie występują jakiegokolwiek okoliczności łagodzące i obciążające, które uzasadniałyby dokonanie korekty ustalonej kwoty bazowej.

Dlatego też za stosowanie praktyki określonej w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu postanowił nałożyć na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 4.827 zł, co stanowi [usunięto] % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

3. Za stosowanie praktyk określonych w **pkt III i IV** sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę jedną karę pieniężną. Zdaniem Prezesa Urzędu, za kumulatywną oceną

tych praktyk przemawia ich jednorodząjowy charakter. Istota ww. praktyk związana jest bowiem z nierzetelnym informowaniem o warunkach odstąpienia konsumenta od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Praktyki te są wzajemnie wzmacniającymi się środkami, których rzeczywistym celem jest doprowadzenie do zwrotu przez konsumenta kwoty pożyczki w terminie wcześniejszym niż przewidziany w ustawie o kredycie konsumenckim. Obie praktyki ujawniają się na etapie zawierania kontraktu, wywierają jednak wpływ także na jego wykonanie.

Praktyka wskazana w pkt III polega na nierzetelnym informowaniu w OWU, że odstąpienie konsumenta od umowy staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczki zostanie zwrócona łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. Takie informacje są sprzeczne z art. 53 ust. 1, 4 i 5 w zw. z art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

Praktyka z pkt IV polega na nierzetelnym informowaniu we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki, że konsument ma obowiązek zwrócić kwotę pożyczki przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy i na potwierdzenie tego faktu do składanego oświadczenia powinien załączyć dowód zwrotu kwoty pożyczki, co jest sprzeczne z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim.

Przypisane Przedsiębiorcy praktyki prowadzą do pozbawienia konsumenta zgodnych z prawem informacji dotyczących warunków skutecznego odstąpienia od umowy i terminu zwrotu kwoty udostępnionej pożyczki. Nierzetelne informacje w tym zakresie powodują z jednej strony, że konsument nie wie, iż ustawa o kredycie konsumenckim nie uzależnia skuteczności odstąpienia od zwrotu kwoty pożyczki łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu. Z drugiej strony, konsument nie wie, że ustawa zobowiązuje go wprawdzie do niezwłocznego zwrotu kwoty pożyczki i odsetek, ale nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Negatywne skutki tych praktyk ujawnić mogą się więc nie tylko na etapie zawierania umowy, ale również na etapie jej wykonania, w razie odstąpienia konsumenta od umowy i powstania wątpliwości co do skuteczności odstąpienia i terminu zwrotu kwoty pożyczki i odsetek. Prezes Urzędu uwzględnił jednocześnie, że ww. praktyki mogą tylko pośrednio wywierać wpływ na sytuację majątkową konsumenta.

O stopniu szkodliwości omawianej praktyki decyduje również okres jej stosowania, który nieznacznie przekroczył 1 rok. Jak wyjaśnił Przedsiębiorca, wzorce umów i załączane do nich wzory oświadczeń o odstąpieniu od umowy stosuje w obrocie konsumenckim od października 2012r.

Wskazane okoliczności przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie **[usunięto]** % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2012r., tj. 9.654 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie nie ma podstaw do gradacji ustalonej kwoty bazowej. Zdaniem Prezesa Urzędu, nie ma okoliczności obciążających, które przemawiałyby za jej podwyższeniem, ani okoliczności łagodzących, które wpływałyby na zmniejszenie tej kwoty.

W związku ze stosowaniem praktyk wskazanych w pkt III i IV sentencji decyzji, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 9.654 zł. Kara ta stanowi **[usunięto]** % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r. i **[usunięto]** % kary maksymalnej.

4. W pkt V sentencji decyzji Prezes Urzędu uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Przedsiębiorcy polegające na zamieszczaniu w OWU nieprawdziwych twierdzeń wskazujących, że określone postanowienia tego wzorca są zgodne z prawem oraz w formularzu oświadczeń składanych przez konsumenta w związku z zawarciem umowy, że złożenie tych oświadczeń jest zgodne z prawem. Prezes Urzędu stwierdził, że działania Przedsiębiorcy wyczerpują przesłanki wprowadzającej w błąd nieuczciwej praktyki rynkowej w każdych okolicznościach, określonej w art. 7 pkt 9 ustawy

o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zakwestionowana praktyka związana jest z etapem zawierania kontraktu, jednak może wywierać istotny wpływ także na jego wykonanie.

W opinii Prezesa Urzędu, praktyka Przedsiębiorcy pozbawia w istocie konsumenta możliwości uzyskania prawdziwej i rzetelnej informacji o zasadach jego działania. W wyniku ww. zapewnień Przedsiębiorcy konsument może dojść do wniosku, że faktycznie oznaczone postanowienia OWU i treść oświadczeń są zgodne z wymienionymi przez Przedsiębiorcę aktami prawnymi, podczas gdy nie jest to zgodne z prawdą. Zapewnienia te mogą tym samym wprowadzać konsumenta w błąd co do istnienia podstaw prawnych uzasadniających określenie przez Przedsiębiorcę w taki właśnie sposób praw i obowiązków stron umowy pożyczki. Mogą też wywierać wpływ na konkretne decyzje konsumentów, którzy pozostając w błędzie co do zgodności działań Przedsiębiorcy z prawem, mogli zdecydować się nawet na zawarcie z nim umowy pożyczki, a w konsekwencji także ją wykonać.

Przy określeniu wysokości kwoty bazowej kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę ponadto okres trwającego naruszenia, który nieznacznie przekroczył 1 rok. Wzorce, zawierające ww. nieprawdziwe twierdzenia, Przedsiębiorca stosuje w obrocie konsumenckim od października 2012r.

Z powyższych względów Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie **[usunięto]** % przychodu uzyskanego przez Przedsiębiorcę w 2012r., tj. 4.827 zł po zaokrągleniu.

Tak jak w przypadku praktyk omówionych powyżej, Prezes Urzędu nie znalazł okoliczności obciążających, które przemawiałyby za podwyższeniem ustalonej kwoty bazowej kary bądź łagodzących, które powinny wpływać na zmniejszenie wysokości tej kwoty.

Ostatecznie za stosowanie praktyki wskazanej w pkt V sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 4.827 zł po zaokrągleniu, tj. **[usunięto]** % przychodu uzyskanego przez Przedsiębiorcę w 2012r. i **[usunięto]** % kary maksymalnej.

5. Praktyka z pkt VI sentencji decyzji polega na prezentowaniu w prasie wprowadzającego w błąd przekazu reklamowego sugerującego pewność udzielenia pożyczki przez Przedsiębiorcę, niezależnie od wyników oceny ryzyka kredytowego pożyczkobiorcy. Jak jednak ustalono, decydując o przyznaniu pożyczki Przedsiębiorca bierze pod uwagę zdolność kredytową potencjalnego kontrahenta wynikającą m.in. z faktu figurowania w rejestrze dłużników. Prezes Urzędu stwierdził, że ww. działania Przedsiębiorcy stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Ww. praktyka ujawnia się na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie ukierunkowane na pozyskiwanie klientów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie ich do zawarcia kontraktu. Celem rozpowszechnianych przez Przedsiębiorcę reklam jest zachęcenie konsumentów do skorzystania z jego usług.

W ocenie Prezesa Urzędu, wykorzystanie przez Przedsiębiorcę hasła „bez BIK- u” lub równoznacznych mogło wywoływać mylne wyobrażenie przeciętnego konsumenta co do dostępności oferty Przedsiębiorcy. Zapoznając się z takimi reklamami przeciętny konsument mógł uznać, że Przedsiębiorca udziela pożyczek niezależnie od tego, czy potencjalni pożyczkobiorcy figurują w rejestrach dłużników (bazach BIK), co oznacza, że nie dokonuje pod tym kątem badania ich zdolności kredytowej. Mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło mieć wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął. Pozostając w błędzie co do warunków udzielania pożyczek przez Przedsiębiorcę i zasad weryfikacji zdolności kredytowej, przeciętny konsument mógł zainteresować się jego ofertą właśnie z uwagi na informację, że w procesie

badania zdolności kredytowej ww. okoliczności nie mają dla Przedsiębiorcy żadnego znaczenia.

Wpływ na szkodliwość omawianej praktyki Prezes Urzędu ma także okres jej stosowania, który nie przekroczył 1 roku.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. okoliczności uzasadniają ustalenie kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r., tj. 4.827 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu stwierdził, że w niniejszej sprawie nie ma podstaw do podwyższenia ustalonej kwoty bazowej. Prezes Urzędu nie dopatrył się także okoliczności łagodzących, które wpływałyby na zmniejszenie wysokości tej kwoty. Należy w szczególności wskazać, że Przedsiębiorca nie udowodnił, że faktycznie zaniechał stosowania zarzuconej mu praktyki po wszczęciu niniejszego postępowania i nie rozpowszechnia już zakwestionowanych reklam.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki określonej w pkt VI sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 4.827 zł, co stanowi [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r. oraz [usunięto] % maksymalnego wymiaru kary.

6. W **pkt VII** sentencji decyzji Prezes Urzędu przypisał Przedsiębiorcy stosowanie praktyki polegającej na zamieszczaniu w reklamach prasowych oznaczenia „rep. A”, które może wprowadzać konsumenta w błąd co do urzędowego zatwierdzenia jego działań bądź ich podlegania państwowemu nadzorowi. Prezes Urzędu stwierdził, że Przedsiębiorca naruszył art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Podobnie jak praktyka omówiona w pkt 5, praktyka ta związana jest z etapem przedkontraktowym.

Zdaniem Prezesa Urzędu, szkodliwość tej praktyki przejawia się w możliwości wprowadzenia przeciętnego konsumenta w błąd co do oceny działań Przedsiębiorcy. Sugerując się ww. oznaczeniem przeciętny konsument może uznać, że działania Przedsiębiorcy zostały pozytywnie ocenione i są urzędowo zatwierdzone lub podlegają specjalnemu, państwowemu nadzorowi. Pod wpływem przekazu reklamowego Przedsiębiorcy przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której nie podjąłby, gdyby znał rzeczywiste znaczenie tego zwrotu, tj. wiedział, że jest to jedynie oznaczenie aktu notarialnego obejmującego pełnomocnictwo do działania w imieniu Przedsiębiorcy w procesie zawierania umów pożyczek. Mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło powodować, że przeciętny konsument zainteresował się ofertą Przedsiębiorcy.

Stopień szkodliwości omawianej praktyki wyznacza ponadto okres jej stosowania, który nie przekroczył 1 roku.

Prezes Urzędu uznał, że ww. okoliczności uzasadniają ustalenie kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r., tj. 4.827 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu stwierdził, że w niniejszej sprawie nie ma podstaw do modyfikacji ww. kwoty bazowej. Należy podkreślić, że pomimo informacji o zaniechaniu rozpowszechniania zakwestionowanych reklam, Przedsiębiorca nie udowodnił tego faktu w toku prowadzonego postępowania.

Tym samym za stosowanie praktyki określonej w pkt VII sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 4.827 zł, co stanowi [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r. oraz [usunięto] % maksymalnego wymiaru kary.

7. Praktyka stwierdzona w **pkt VIII** sentencji decyzji polega na rozpowszechnianiu przez Przedsiębiorcę w reklamach prasowych nieprawdziwych informacji wskazujących, że oferowane przez niego pożyczki są pożyczkami o najniższych kosztach w Polsce. Działania te wyczerpują przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, określonej w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w

zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Niniejsza praktyka ujawnia się również na etapie przedkontraktowym.

Przy analizie stopnia szkodliwości tej praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że nieprawdziwe informacje o najniższych kosztach pożyczki w Polsce, mogą wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do istotnej cechy oferty Przedsiębiorcy. Pod ich wpływem konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, że pomimo zapewnień oferowane przez Przedsiębiorcę pożyczki takich cech nie posiadają. Informacja o koszcie pożyczki jest jedną z najważniejszych informacji o pożyczce, na którą przeciętny konsument, zainteresowany uzyskaniem środków finansowych, zwraca uwagę. Pod jej wpływem przeciętny konsument mógł zainteresować się ofertą Przedsiębiorcy, a nawet zawrzeć z nim umowę.

Na wagę omawianej praktyki wpływ wywiera również okres jej stosowania, który nie przekroczył 1 roku.

W opinii Prezesa Urzędu, wymienione okoliczności uzasadniają ustalenie kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu Przedsiębiorcy w 2012r., tj. 4.827 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu nie znalazł podstaw do podwyższenia bądź obniżenia ustalonej kwoty bazowej. Jak już wspomniano, pomimo informacji o zaniechaniu rozpowszechniania zakwestionowanych reklam, Przedsiębiorca nie udowodnił tego faktu w ramach prowadzonego postępowania.

W świetle powyższych ustaleń, za stosowanie praktyki określonej w pkt VIII sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 4.827 zł. Kwota ta stanowi równowartość [usunięto] % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie przepisów ww. ustawy oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez Przedsiębiorcę. Warto podkreślić także ich walor wychowawczy, odstrasżający innych przedsiębiorców świadczących usługi finansowe przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

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

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu
Jarosław Krüger

