



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ

Warszawa, 31 grudnia 2018 r.

DOZIK-2.610.509.16.AS.MF
(daw. DDK)

wersja jawna

DECYZJA nr DOZIK-8/2018

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przeciwko **DNB Bank Polska Spółce Akcyjnej z siedzibą w Warszawie**, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że DNB Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie stosuje praktykę polegającą na podwyższeniu oprocentowania kredytów lub pożyczek hipotecznych konsumentom, którzy:

a) przystąpili do jednej z następujących promocji:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0%,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN,
- Specjalna oferta cenowa HSBC

oraz

b) na podstawie warunków tych promocji zobowiązali się do zasilania co miesiąc kont osobistych, kont oszczędnościowych lub kont walutowych założonych i prowadzonych przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną:

- kwotą minimum 5 000 zł (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),

- kwotą minimum 40 000 zł (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”)

oraz

c) zasilali konta z innych kont prowadzonych dla nich przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną,

w sytuacji gdy zasilanie konta z innych kont prowadzonych dla nich przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną spełnia warunki tych promocji i w związku z tym brak jest podstawy do podwyższenia oprocentowania, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r., poz. 3) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji może naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

oraz po złożeniu przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie (dalej także „Bank”, „DNB”) w toku postępowania zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do zaniechania stosowania praktyki i usunięcia jej skutków poprzez:

1.1. Automatyczne przywrócenie na przyszłość marży promocyjnej wszystkim aktualnym¹ klientom Banku² - w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji zobowiązującej (dalej także „Decyzji”).

1.2. Zwrot kwoty wynikającej z różnicy pomiędzy naliczoną klientowi marżą standardową a marżą promocyjną, za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone oprocentowanie kredytów lub pożyczek hipotecznych,

w przypadkach, w których Bank nie uznał za należyte wykonanie promocji dokonania przez klienta wymaganych zasileń rachunku, o którym mowa w zasadach promocji (tj. zasilenie jednego z rachunków wchodzących w skład pakietu określonego w zasadach promocji), środkami pochodzącymi z innego rachunku tego konsumenta prowadzonego przez Bank (tj. środkami pochodzącymi z rachunku, który nie wchodził w skład pakietu określonego w zasadach promocji).

W przypadku aktualnych klientów Banku w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, zwrot nastąpi automatycznie poprzez uznanie rachunku bankowego, który klient posiada w Banku.

W przypadku byłych klientów Banku - w terminie 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, Bank dokona uznania rachunku tym klientom, którzy:

- w terminie 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, zwrócą się do Banku o dokonanie zwrotu, przesyłając wniosek na adres: DNB Bank Polska S.A. ul. Postępu 15 C, 02-676 Warszawa lub adres: ok@dnb.pl; oraz

¹ Na dzień doręczenia Decyzji.

² Dotyczy klientów Banku będących konsumentami.

- we wniosku wskażą umowę, w odniesieniu do której Bank stwierdził naruszenie zasad promocji oraz wskażą numer rachunku bankowego, na który Bank dokona zwrotu.

Po otrzymaniu wniosku, w ciągu 14 dni Bank dokona przelewu ww. kwoty na numer rachunku wskazany przez byłego klienta.

2. w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, przestanie aktualnym i byłym klientom Banku, którzy spełniają warunki wymienione w pkt I.1.1 i I.1.2. Decyzji, informacji o następującej treści:

Szanowni Państwo,

w konsekwencji decyzji administracyjnej nr [numer decyzji] wydanej [data] w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650) przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „UOKiK”), niniejszym pragniemy Państwa poinformować, że zasilanie co miesiąc kont osobistych, kont oszczędnościowych lub kont walutowych założonych i prowadzonych przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną (tj. kont wchodzących w skład pakietu określonego w zasadach promocji) kwotami wskazanymi w umowach, z innych kont prowadzonych przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną (tj. kont, które nie wchodziły w skład pakietu określonego w zasadach promocji), Bank uznaje za spełnienie warunków promocji.

Informujemy, że w wykonaniu zobowiązania złożonego wobec Prezesa UOKiK, Bank:

- automatycznie przywróci na przyszłość marżę promocyjną wszystkim aktualnym klientom oraz

- zwróci aktualnym klientom (automatycznie) i byłym klientom kwotę wynikającą z różnicy pomiędzy naliczoną klientowi marżą standardową a marżą promocyjną, za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone oprocentowanie kredytów lub pożyczek hipotecznych,

w przypadkach, w których Bank nie uznał za należyte wykonanie promocji dokonania przez konsumenta wymaganych zasileń rachunku, o którym mowa w zasadach promocji (tj. jednego z rachunków wchodzących w skład pakietu określonego w zasadach promocji), środkami pochodzącymi z innego rachunku tego konsumenta prowadzonego przez Bank (tj. środkami pochodzącymi z rachunku, który nie wchodził w skład pakietu określonego w zasadach promocji).

W przypadku aktualnych klientów, powyższy zwrot nastąpi poprzez uznanie rachunku bankowego, który klient posiada w Banku.

W przypadku byłych klientów, Bank dokona uznania rachunku tym klientom, którzy:

- w terminie [Bank wskaże konkretną datę: 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji] zwrócą się do Banku o dokonanie zwrotu, przesyłając wniosek na adres: DNB Bank Polska S.A., ul. Postępu 15 C, 02-676 Warszawa lub adres: ok@dnb.pl; oraz

- we wniosku wskażą umowę, w odniesieniu do której Bank stwierdził naruszenie zasad promocji oraz wskażą numer rachunku bankowego, na który Bank dokona zwrotu.

Po otrzymaniu wniosku, w ciągu 14 dni Bank dokona przelewu ww. kwoty na numer rachunku wskazany przez byłego klienta.

Klientowi, który w ramach promocji dokonywał zasileń rachunku, o którym mowa w zasadach promocji (tj. jednego z rachunków wchodzących w skład pakietu określonego w zasadach promocji), środkami pochodzącymi z innego rachunku tego klienta

prowadzonego przez Bank i wchodzącego w skład pakietu określonego w zasadach promocji, a który nie zgadza się z powyższymi działaniami DNB Bank Polska S.A. przysługuje prawo do dochodzenia roszczeń z tytułu zawartej umowy kredytu na drodze cywilnoprawnej przewidzianej w powszechnie obowiązujących przepisach prawa.

Kanał komunikacji służący do przekazania niniejszej informacji został wybrany zgodnie z preferencjami konsumentów, czyli:

- a) Klientom korzystającym z bankowości elektronicznej przedmiotowa informacja zostanie wysłana za pośrednictwem bankowości elektronicznej,
- b) Klientom, którzy nie korzystają z bankowości elektronicznej informacja zostanie wysłana listem zwykłym (dołączona do wyciągu w wersji papierowej bądź wysłana w odrębnej korespondencji).

3. poinformowanie konsumentów o wydanej Decyzji poprzez:

- a. publikację w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej przez okres 5 miesięcy, oświadczenia o treści:

DNB Bank Polska S.A. informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. nakładającej na Bank zobowiązanie do usunięcia skutków praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, poprzez automatyczne:

- automatyczne przywrócenie na przyszłość marży promocyjnej wszystkim aktualnym klientom oraz

- zwrot aktualnym klientom (automatyczny) i byłym klientom kwoty wynikającej z różnicy pomiędzy naliczoną klientowi marżą standardową a marżą promocyjną, za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone oprocentowanie kredytów lub pożyczek hipotecznych,

w przypadkach, w których Bank nie uznał za należyte wykonanie promocji dokonania przez klienta wymaganych zasileń rachunku, o którym mowa w zasadach promocji (tj. jednego z rachunków wchodzących w skład pakietu określonego w zasadach promocji), środkami pochodzącymi z innego rachunku tego konsumenta prowadzonego przez Bank (tj. środkami pochodzącymi z rachunku, który nie wchodził w skład pakietu określonego w zasadach promocji).

Klientowi, który w ramach promocji dokonywał zasileń rachunku, o którym mowa w zasadach promocji (tj. jednego z rachunków wchodzących w skład pakietu określonego w zasadach promocji), środkami pochodzącymi z innego rachunku tego klienta prowadzonego przez Bank i wchodzącego w skład pakietu określonego w zasadach promocji, a który nie zgadza się z powyższymi działaniami DNB Bank Polska S.A. przysługuje prawo do dochodzenia roszczeń z tytułu zawartej umowy kredytu na drodze cywilnoprawnej przewidzianej w powszechnie obowiązujących przepisach prawa.

- czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #000000),

- czcionką pogrubioną (bold) fragment „DNB Bank Polska S.A. informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r.”,

- w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,

- w górnej części strony głównej domeny www.dnb.pl i na każdej innej stronie przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości, z możliwością zamknięcia oświadczenia wraz z hiperłączem przez użytkownika poprzez kliknięcie krzyżyka w prawym górnym rogu ramki; oświadczenie będzie widoczne (oświadczenie nie przybierze formy np. rotacyjnego banera czy slajdera)

oraz

- b. umieszczenie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej przez okres 5 miesięcy hiperłącza w formie tekstowej o treści „Czytaj całą treść decyzji” napisanego czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL o rozmiarze czcionki takim jak oświadczenie, o którym mowa w pkt a) powyżej, w ramce, o której mowa w pkt a) powyżej, bezpośrednio pod tekstem ww. oświadczenia, prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. (bez informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa lub innych informacji prawnie chronionych, w tym danych osobowych); termin utrzymywania hiperłącza będzie zbieżny z terminem publikacji ww. oświadczenia

oraz

- c. umieszczenie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej www.dnb.pl (i na każdej innej stronie przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości) w części strony o nazwie „Aktualności” w formie linku przez okres 5 miesięcy hiperłącza tekstowego o treści „Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji z nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r.”.

4. w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, publikację informacji o treści wskazanej w pkt I.2 Decyzji w jednym spośród następujących dzienników: „Rzeczpospolita” albo „Gazeta Wyborcza” - w sekcji dotyczącej komunikatów/ogłoszeń. Informacja ta zostanie opublikowana w polu o wielkości odpowiadającej ¼ strony dziennika, przy użyciu czarnej czcionki Gill Sans w rozmiarze 7 pkt;

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania tego zobowiązania.

II. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przeciwko DNB Bank Polska Spółce Akcyjnej z siedzibą w Warszawie, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że DNB Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie stosuje praktykę polegającą na podwyższeniu do końca okresu kredytowania oprocentowania kredytów hipotecznych oraz pożyczek hipotecznych konsumentom w związku z nawet jednorazowym niedotrzymaniem przez nich jednego z poniżej wymienionych warunków:

- zasilania (przez 5 lat albo cały okres trwania kredytu lub pożyczki w zależności od rodzaju promocji) co miesiąc rachunku założonego w Banku kwotą minimum 5 000 zł albo utrzymywania w Banku aktywów w wysokości minimum 50 000 złotych (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),
- zasilania (przez 5 lat albo cały okres trwania kredytu lub pożyczki w zależności od rodzaju promocji) co miesiąc rachunku założonego w Banku kwotą minimum 40 000 zł albo utrzymywania w Banku aktywów w wysokości minimum 100 000 euro (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”),
- dokonywania (przez 5 lat albo cały okres trwania kredytu lub pożyczki w zależności od rodzaju promocji) minimum jednej transakcji miesięcznie kartą kredytową - główną lub dodatkową (warunek ten nie dotyczy promocji: Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych, Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem, Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II, Produkt hipoteczny z pakietem, Promocja bezpieczne 0%,),

które to warunki konsumenci musieli spełnić w związku z zasadami promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0%,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA II 2011/2012,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,
- Promocja zimowa 2012,

bez uprzedniego zawiadomienia konsumentów o tym, że naruszyli oni warunki ww. promocji i wskazania, że następne naruszenie tych warunków skutkować będzie podwyższeniem oprocentowania, co może:

a) naruszać dobre obyczaje, zgodnie z którymi bank, przy wykonywaniu długoterminowych umów o świadczenie usług finansowych o dużym znaczeniu ekonomicznym dla konsumentów, powinien powstrzymać się od stosowania w stosunku do konsumentów, bez ich wcześniejszego ostrzeżenia, uciążliwych następstw, które trwają do końca

obowiązywania tych umów, w wypadku niedotrzymania choćby raz w ciągu 5 lat albo całego okresu trwania kredytu lub pożyczki jednego z warunków umowy,

b) godzić w zbiorowy interes konsumentów,

a w konsekwencji może naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

oraz po złożeniu w toku postępowania przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do zaniechania stosowania praktyki i usunięcia jej skutków poprzez:

1.1. Automatyczne przywrócenie na przyszłość marży promocyjnej wszystkim aktualnym klientom Banku - w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji.

1.2. Zwrot kwoty wynikającej z różnicy pomiędzy naliczoną klientowi marżą standardową a marżą promocyjną, za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone oprocentowanie kredytów lub pożyczek hipotecznych,

w przypadkach, w których Bank przywracał standardowe warunki oprocentowania:

- po co najwyżej dwukrotnym (dowolnym) naruszeniu zasad promocji przez klienta lub
- bez wcześniejszego zawiadomienia klienta o zamiarze dokonania takiej czynności i o możliwości złożenia przez niego wyjaśnień mogących skutkować odstąpieniem od jej dokonania lub
- po co najwyżej trzykrotnym naruszeniu przez klienta zasad promocji odnoszących się do zasileń rachunków lub utrzymywaniu aktywów, jeżeli różnica między kwotą rzeczywistych miesięcznych zasileń rachunków dokonywanych przez klienta lub utrzymywanych przez niego aktywów a kwotą wymaganą zgodnie z zasadami promocji (niedopłata) nie przekraczała 4% kwoty wymaganej przez zasady promocji lub
- po co najwyżej pięciokrotnym naruszeniu przez klienta zasad promocji odnoszących się do zasileń rachunków, na skutek złożenia przez klienta zlecenia przelewu środków w innym banku w ostatnim dniu miesiąca, podczas gdy środki te wpłynęły na rachunek klienta w Banku w następnym dniu, który przypadał już w kolejnym miesiącu.

W przypadku aktualnych klientów Banku w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, zwrot nastąpi automatycznie poprzez uznanie rachunku bankowego, który klient posiada w Banku.

W przypadku byłych klientów Banku - w terminie 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, Bank dokona uznania rachunku tym klientom, którzy:

- w terminie 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, zwrócą się do Banku o dokonanie zwrotu, przesyłając wniosek na adres: DNB Bank Polska S.A. ul. Postępu 15 C, 02-676 Warszawa lub adres: ok@dnb.pl; oraz
- we wniosku wskażą umowę, w odniesieniu do której Bank stwierdził naruszenie zasad promocji oraz wskażą numer rachunku bankowego, na który Bank dokona zwrotu.

Po otrzymaniu wniosku, w ciągu 14 dni Bank dokona przelewu ww. kwoty na numer rachunku wskazany przez byłego klienta.

2. w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, przestanie aktualnym i byłym klientom, którzy spełniają warunki wymienione w pkt II.1.1 i II.1.2 Decyzji, informacji o następującej treści:

Szanowni Państwo,

w konsekwencji decyzji administracyjnej nr [numer decyzji] wydanej [data] w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650) przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „UOKiK”), niniejszym pragniemy Państwa poinformować, że DNB Bank Polska Spółka Akcyjna w wykonaniu zobowiązania złożonego wobec Prezesa UOKiK:

- automatycznie przywróci na przyszłość marżę promocyjną wszystkim aktualnym klientom oraz

- zwróci aktualnym klientom (automatycznie) i byłym klientom kwotę wynikającą z różnicy pomiędzy naliczoną klientowi marżą standardową a marżą promocyjną, za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone oprocentowanie kredytów lub pożyczek hipotecznych,

w przypadkach, w których Bank przywracał standardowe warunki oprocentowania:

- po co najwyżej dwukrotnym (dowolnym) naruszeniu zasad promocji przez klienta lub

- bez wcześniejszego zawiadomienia klienta o zamiarze dokonania takiej czynności i o możliwości złożenia przez niego wyjaśnień mogących skutkować odstąpieniem od jej dokonania lub

- po co najwyżej trzykrotnym naruszeniu przez klienta zasad promocji odnoszących się do zasileń rachunków lub utrzymywaniu aktywów, jeżeli różnica między kwotą rzeczywistych miesięcznych zasileń rachunków dokonywanych przez klienta lub utrzymywanych przez niego aktywów a kwotą wymaganą zgodnie z zasadami promocji (niedopłata) nie przekraczała 4% kwoty wymaganej przez zasady promocji lub

- po co najwyżej pięciokrotnym naruszeniu przez klienta zasad promocji odnoszących się do zasileń rachunków, na skutek złożenia przez klienta zlecenia przelewu środków w innym banku w ostatnim dniu miesiąca, podczas gdy środki te wpłynęły na rachunek klienta w Banku w następnym dniu, który przypadał już kolejnym miesiącu.

W przypadku aktualnych klientów, powyższy zwrot nastąpi poprzez uznanie rachunku bankowego, który klient posiada w Banku.

W przypadku byłych klientów, Bank dokona uznania rachunku tym klientom, którzy:

- w terminie [Bank wskaże konkretną datę: 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji] zwrócą się do Banku o dokonanie zwrotu, przesyłając wniosek na adres: DNB Bank Polska S.A., ul. Postępu 15 C, 02-676 Warszawa lub adres: ok@dnb.pl; oraz

- we wniosku wskażą umowę, w odniesieniu do której Bank stwierdził nienależyte wykonanie oraz wskażą numer rachunku bankowego, na który Bank dokona zwrotu.

Po otrzymaniu wniosku, w ciągu 14 dni Bank dokona przelewu ww. kwoty na numer rachunku wskazany przez byłego klienta.

Kanał komunikacji służący do przekazania niniejszej informacji został wybrany zgodnie z preferencjami konsumentów, czyli:

- a) Klientom korzystającym z bankowości elektronicznej przedmiotowa informacja zostanie wysłana za pośrednictwem bankowości elektronicznej,
- b) Klientom, którzy nie korzystają z bankowości elektronicznej informacja zostanie wysłana listem zwykłym (dołączona do wyciągu w wersji papierowej bądź wysłana w odrębnej korespondencji);

3. poinformowanie konsumentów o wydanej Decyzji poprzez:

- a. publikację w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej przez okres 5 miesięcy, oświadczenia o treści:

DNB Bank Polska S.A. informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. nakładającej na Bank zobowiązanie do usunięcia skutków praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, poprzez:

- automatyczne przywrócenie na przyszłość marży promocyjnej wszystkim aktualnym klientom Banku oraz

- zwrot aktualnym klientom (automatyczny) i byłym klientom kwoty wynikającej z różnicy pomiędzy naliczoną klientowi marżą standardową a marżą promocyjną, za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone oprocentowanie kredytów lub pożyczek hipotecznych, w przypadkach, w których Bank przywracał standardowe warunki oprocentowania:

- po co najwyżej dwukrotnym (dowolnym) naruszeniu zasad promocji przez klienta lub

- bez wcześniejszego zawiadomienia klienta o zamiarze dokonania takiej czynności i o możliwości złożenia przez niego wyjaśnień mogących skutkować odstąpieniem od jej dokonania lub

- po co najwyżej trzykrotnym naruszeniu przez klienta zasad promocji odnoszących się do zasilen rachunków lub utrzymywaniu aktywów, jeżeli różnica między kwotą rzeczywistych miesięcznych zasilen rachunków dokonywanych przez klienta lub utrzymywanych przez niego aktywów a kwotą wymaganą zgodnie z zasadami promocji (niedopłata) nie przekraczała 4% kwoty wymaganej przez zasady promocji lub

- po co najwyżej pięciokrotnym naruszeniu przez klienta zasad promocji odnoszących się do zasilen rachunków, na skutek złożenia przez klienta zlecenia przelewu środków w innym banku w ostatnim dniu miesiąca, podczas gdy środki te wpłynęły na rachunek klienta w Banku w następnym dniu, który przypadł już kolejnym miesiącu.

- czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #000000),

- czcionką pogrubioną (bold) fragment „DNB Bank Polska S.A. informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r.”,

- w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,

- w dolnej części strony głównej domeny www.dnb.pl i na każdej innej stronie przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości, z możliwością zamknięcia oświadczenia wraz z hiperłączem przez użytkownika poprzez kliknięcie krzyżyka

w prawym górnym rogu ramki; oświadczenie będzie widoczne tylko przy pierwszym wejściu użytkownika na stronę (oświadczenie nie przybierze formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

oraz

- b. umieszczenie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej przez okres 5 miesięcy hipertącza w formie tekstowej o treści „Czytaj całą treść decyzji” napisanego czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL o rozmiarze czcionki takim jak oświadczenie, o którym mowa w pkt a) powyżej, w ramce, o której mowa w pkt a) powyżej, bezpośrednio pod tekstem ww. oświadczenia prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. (bez informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa lub innych informacji prawnie chronionych, w tym danych osobowych); termin utrzymywania hipertącza musi być zbieżny z terminem publikacji oświadczenia
- oraz
- c. umieszczenie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej www.dnb.pl (i na każdej innej stronie przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości) w części strony o nazwie „Aktualności” w formie linku przez okres 5 miesięcy hipertącza tekstowego o treści „Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji z nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r.”;
4. w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, publikację informacji o treści wskazanej w pkt II.2 Decyzji w jednym spośród następujących dzienników: „Rzeczpospolita” albo „Gazeta Wyborcza” - w sekcji dotyczącej komunikatów/ogłoszeń. Informacja ta zostanie opublikowana w polu o wielkości odpowiadającej ¼ strony dziennika, przy użyciu czarnej czcionki Gill Sans w rozmiarze 7 pkt;

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania tego zobowiązania.

III. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przeciwko **DNB Bank Polska Spółce Akcyjnej z siedzibą w Warszawie**, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że DNB Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie stosuje praktykę polegającą na zmianie przez Bank warunków promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Zyskowy produkt hipoteczny,
- Zyskowy produkt hipoteczny - zmiana,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Promocja wakacyjna,
- Promocja wakacyjna II,

- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0%,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA II 2011/2012,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,
- PROMOCJA ZIMOWA 2012,

poprzez podwyższenie konsumentom opłaty za pakiet „Personale” - którego posiadanie było jednym z warunków ww. promocji - z 18 do 22 złotych przy jednoczesnym uniemożliwieniu konsumentom rozwiązania umowy dotyczącej pakietu „Personale” bez poniesienia przez nich negatywnych konsekwencji wynikających z warunków ww. promocji polegających na podwyższeniu konsumentom oprocentowania kredytów lub pożyczek hipotecznych, co może:

a) naruszać dobre obyczaje, zgodnie z którymi bank nie powinien podwyższać konsumentom kosztów korzystania z usługi finansowej A powiązanej z korzystaniem przez konsumenta z usługi finansowej B przy jednoczesnym uniemożliwieniu konsumentom rozwiązania umowy dotyczącej usługi A bez poniesienia negatywnych konsekwencji związanych ze wzrostem kosztów korzystania z usługi finansowej B;

b) godzić w zbiorowy interes konsumentów,

a w konsekwencji może naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

oraz po złożeniu w toku postępowania przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do zaniechania stosowania praktyki i usunięcia jej skutków poprzez:

1.1. Automatyczne przywrócenie na przyszłość opłaty za pakiet do wysokości 18 zł wszystkim aktualnym klientom Banku, którym opłaty za pakiet podniesiono z 18 zł do 22 zł - w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji.

1.2. Zwrot za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet, różnicy pomiędzy 18 zł a 22 zł (tj. 4 zł x liczba miesięcy, w których Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet).

W przypadku aktualnych klientów Banku w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, zwrot nastąpi automatycznie poprzez uznanie rachunku bankowego, który klient posiada w Banku.

W przypadku byłych klientów Banku - w terminie 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, Bank dokona uznania rachunku tym klientom, którzy:

- w terminie 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, zwrócą się do Banku o dokonanie zwrotu, przesyłając wniosek na adres: DNB Bank Polska S.A. ul. Postępu 15 C, 02-676 Warszawa lub adres: ok@dnb.pl; oraz
- we wniosku wskażą umowę, w odniesieniu do której Bank stwierdził naruszenie zasad promocji oraz wskażą numer rachunku bankowego, na który Bank dokona zwrotu.

Po otrzymaniu wniosku, w ciągu 14 dni Bank dokona przelewu ww. kwoty na numer rachunku wskazany przez byłego klienta.

2. w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, przestanie aktualnym i byłym klientom, którzy spełniają warunki wymienione w pkt III.1.1 i III.1.2 Decyzji, informacji o następującej treści:

Szanowni Państwo,

w konsekwencji decyzji administracyjnej nr [numer decyzji] wydanej [data] w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650) przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „UOKiK”), niniejszym pragniemy Państwa poinformować, że DNB Bank Polska Spółka Akcyjna w wykonaniu zobowiązania złożonego wobec Prezesa UOKiK:

- *automatycznie przywróci na przyszłość opłaty za pakiet do wysokości 18 zł wszystkim aktualnym klientom, którym opłaty za pakiet podniesiono z 18 zł do 22 zł,*
- *zwróci aktualnym klientom (automatycznie) i byłym klientom za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet, różnicę pomiędzy 18 zł a 22 zł (tj. 4 zł x liczba miesięcy, w których Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet).*

W przypadku aktualnych klientów, powyższy zwrot nastąpi poprzez uznanie rachunku bankowego, który klient posiada w Banku.

W przypadku byłych klientów, Bank dokona uznania rachunku tym klientom, którzy:

- *w terminie [Bank wskaże konkretną datę: 6 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji] zwrócą się do Banku o dokonanie zwrotu, przesyłając wniosek na adres: DNB Bank Polska S.A., ul. Postępu 15 C, 02-676 Warszawa lub adres: ok@dnb.pl; oraz*
- *we wniosku wskażą umowę, w odniesieniu do której Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet oraz wskażą numer rachunku bankowego, na który Bank dokona zwrotu.*

Po otrzymaniu wniosku, w ciągu 14 dni Bank dokona przelewu ww. kwoty na numer rachunku wskazany przez byłego klienta.

Kanał komunikacji służący do przekazania niniejszej informacji został wybrany zgodnie z preferencjami konsumentów, czyli:

- a) Klientom korzystającym z bankowości elektronicznej przedmiotowa informacja zostanie wysłana za pośrednictwem bankowości elektronicznej,
- b) Klientom, którzy nie korzystają z bankowości elektronicznej informacja zostanie wysłana listem zwykłym (dołączona do wyciągu w wersji papierowej bądź wysłana w odrębnej korespondencji);

3. poinformowanie konsumentów o wydanej decyzji poprzez:

- a. publikację w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej przez okres 5 miesięcy, oświadczenia o treści:

DNB Bank Polska S.A. informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. nakładającej na Bank zobowiązanie do usunięcia skutków praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, poprzez:

- automatyczne przywrócenie na przyszłość opłaty za pakiet do wysokości 18 zł wszystkim aktualnym klientom, którym opłaty za pakiet podniesiono z 18 zł do 22 zł,

- zwrócenie aktualnym klientom (automatycznie) i byłym klientom za cały okres, w którym wobec danego klienta Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet, różnicy pomiędzy 18 zł a 22 zł (tj. 4 zł x liczba miesięcy, w których Bank pobierał podwyższone opłaty za pakiet).

- czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #000000),

- czcionką pogrubioną (bold) fragment „DNB Bank Polska S.A. informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r.”,

- w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,

- w górnej części strony głównej domeny www.dnb.pl i na każdej innej stronie przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości, z możliwością zamknięcia oświadczenia wraz z hiperłączem przez użytkownika poprzez kliknięcie krzyżyka w prawym górnym rogu ramki; oświadczenie będzie widoczne tylko przy pierwszym wejściu użytkownika na stronę (oświadczenie nie przybierze formy np. rotacyjnego banera czy slajdera)

oraz

- b. umieszczenie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej przez okres 5 miesięcy hiperłącza w formie tekstowej o treści „Czytaj całą treść decyzji” napisanego czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL o rozmiarze czcionki takim jak oświadczenie, o którym mowa w pkt a) powyżej, w ramce, o której mowa w pkt a) powyżej, bezpośrednio pod tekstem ww. oświadczenia prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. (bez informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa lub innych informacji prawnie chronionych, w tym danych osobowych); termin utrzymywania hiperłącza musi być zbieżny z terminem publikacji oświadczenia

oraz

- c. umieszczenie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się Decyzji na koszt Banku oraz utrzymywanie na stronie internetowej www.dnb.pl (i na każdej innej stronie przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości) w części strony o nazwie „Aktualności” w formie linku przez okres 5 miesięcy hiperłącza tekstowego o treści

„Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r. prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji z nr DOZIK-8/2018 z dnia 31.12.2018 r.”;

4. w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji, publikację informacji o treści wskazanej w pkt III.2 Decyzji w jednym spośród następujących dzienników: „Rzeczpospolita” albo „Gazeta Wyborcza” - w sekcji dotyczącej komunikatów/ogłoszeń. Informacja ta zostanie opublikowana w polu o wielkości odpowiadającej ¼ strony dziennika, przy użyciu czarnej czcionki Gill Sans w rozmiarze 7 pkt.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania tego zobowiązania.

IV. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2018 r. poz. 798 i 650), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną obowiązek przekazania:

1. list klientów (aktualnych i byłych - z odpowiednim oznaczeniem), o których mowa w pkt I.1.1 i I.1.2, II.1.1 i II.1.2, III.1.1 i III.1.2 sentencji Decyzji - w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji. Listy obejmować będą: (a) imię i nazwisko klienta, (b) numer rachunku klienta, (c) zestawienie wysokości kwot będących przedmiotem zwrotu;
2. informacji o liczbie aktualnych i byłych klientów, wobec których Bank dokonał uznania ich rachunków na zasadach określonych w pkt I.1.2, II.1.2 i III.1.2 sentencji Decyzji wraz ze wskazaniem łącznej kwoty uznania rachunków w odniesieniu do poszczególnych pkt. sentencji Decyzji (w terminie 4 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji w stosunku do aktualnych klientów, a w stosunku do byłych klientów w terminie 7 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji);
3. potwierdzeń dokonania uznania rachunków klientów (potwierdzenia przelewów) na zasadach określonych w pkt I.1.2, II.1.2 i III.1.2 sentencji Decyzji (w formie elektronicznej, na płycie CD) w postaci 60 losowo wybranych potwierdzeń (po 20 z każdego z ww. pkt.) - w terminie 4 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji w stosunku do aktualnych klientów, a w stosunku do byłych klientów w terminie 7 miesięcy od daty uprawomocnienia się Decyzji 15 losowo wybranych potwierdzeń (po 5 z każdego z ww. pkt.);
4. dowodów wykonania zobowiązań, o których mowa w pkt I.2, II.2 i III.2 sentencji Decyzji w postaci 60 losowo wybranych potwierdzeń wysłania konsumentom ww. Informacji (po 20 z każdego z ww. pkt.) - w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej Decyzji;
5. dowodów wykonania zobowiązań, o których mowa w pkt I.3a, II.3a i III.3a sentencji Decyzji - w terminie 7 dni od daty zamieszczenia Decyzji na stronie internetowej Banku oraz w terminie 7 dni od daty zakończenia utrzymywania jej na tej stronie (tj. printscreeny ww. stron internetowych oraz oświadczenia Zarządu Banku o okresie w jakim na stronie internetowej utrzymywane były przedmiotowe informacje);
6. dowodów wykonania zobowiązań, o których mowa w pkt I.3b, II.3b i III.3b sentencji Decyzji - w terminie 7 dni od daty zamieszczenia ww. informacji na stronie internetowej Banku oraz w terminie 7 dni od daty zakończenia utrzymywania jej na

tej stronie (tj. *printscreeny* ww. stron internetowych oraz oświadczenia Zarządu Banku o okresie w jakim na stronie internetowej utrzymywane były przedmiotowe informacje);

7. dowodów wykonania zobowiązań, o których mowa w pkt I.4, II.4 i III.4 sentencji Decyzji - w terminie 7 dni od daty zamieszczenia „Informacji dla klientów DNB Bank Polska S.A.” w jednym spośród następujących dzienników: „Rzeczpospolita” albo „Gazeta Wyborcza” - w sekcji dotyczącej komunikatów/ogłoszeń (w tym oświadczenia Zarządu Banku o dacie publikacji przedmiotowych informacji).

UZASADNIENIE

(1) W dniu 1 kwietnia 2015 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes UOKiK”, „Prezes Urzędu”) wszczął postępowanie wyjaśniające (sygn. DDK-405-17/15) mające na celu wstępne ustalenie, czy DNB Bank Polska Spółka Akcyjna dopuściła się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej także „uokik”) lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

(2) Podstawę do wszczęcia postępowania stanowiły skargi konsumentów dotyczące działania Banku. W skargach tych, konsumenci, którzy zawarli z Bankiem umowy kredytu hipotecznego, wskazywali na - ich zdaniem - nieuprawnione zwiększanie oprocentowania kredytów hipotecznych. Jako powód takiej sytuacji, Bank wskazywał na niewypełnienie przez konsumentów warunków promocji, tj. m.in. brak zasilenia konta stosowną kwotą. Konsumenci podnosili również, że Bank, przed podwyższeniem wysokości oprocentowania nie zawiadomił ich o tym, że zdaniem Banku naruszone zostały warunki promocji. W skargach kierowanych do Prezesa UOKiK zwrócono również uwagę na działanie Banku związane z podwyższeniem opłat za pakiet, którego posiadanie było warunkiem skorzystania z promocji, wskazując, że w przypadku rezygnacji z pakietu, konsumenci narażeni zostali na negatywne konsekwencje w postaci podwyższenia oprocentowania kredytów hipotecznych.

(3) W toku prowadzonego postępowania, wezwaniami z dnia 1 kwietnia 2015 r., 10 czerwca 2015 r., 15 marca 2016 r. oraz 28 kwietnia 2016 r. Prezes Urzędu wystąpił do DNB Bank Polska Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie o przekazanie określonych informacji i dokumentów.

(4) Stosowne dokumenty, informacje i wyjaśnienia Bank przedstawił w kolejnych pismach kierowanych do Prezesa UOKiK (z dnia 22 kwietnia 2015 r., 19 i 22 czerwca 2015 r., 29 marca 2016 r. oraz 18 maja 2016 r.).

(5) Ustalenia poczynione w toku postępowania wyjaśniającego uzasadniały podejrzenie, że działania Banku mogą naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

(6) W związku z powyższym, Prezes UOKiK postanowieniem z dnia 24 października 2016 r. (sygn. DDK-610-509/16) wszczął wobec Banku postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

I. podwyższeniu oprocentowania kredytów lub pożyczek hipotecznych konsumentom, którzy:

a) przystąpili do jednej z następujących promocji:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0%,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,

oraz

b) na podstawie warunków tych promocji zobowiązali się do zasilania co miesiąc kont osobistych, kont oszczędnościowych lub kont walutowych założonych i prowadzonych przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną:

- kwotą minimum 5 000 zł (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),
- kwotą minimum 40 000 zł (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”),

oraz

c) zasilali konta z innych kont prowadzonych dla nich przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną,

w sytuacji, gdy zasilanie konta z innych kont prowadzonych dla nich przez DNB Bank Polska Spółkę Akcyjną spełnia warunki tych promocji i w związku z tym brak jest podstawy do podwyższenia oprocentowania, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r., poz. 3) oraz godzić w zbiorowy interes konsumentów.

II. podwyższeniu do końca okresu kredytowania oprocentowania kredytów hipotecznych oraz pożyczek hipotecznych konsumentom w związku z nawet jednorazowym niedotrzymaniem przez nich jednego z poniżej wymienionych warunków:

- zasilania (przez 5 lat albo cały okres trwania kredytu lub pożyczki w zależności od rodzaju promocji) co miesiąc rachunku założonego w Banku kwotą minimum 5 000 zł albo utrzymywania w Banku aktywów w wysokości minimum 50 000 złotych (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),

- zasilania (przez 5 lat albo cały okres trwania kredytu lub pożyczki w zależności od rodzaju promocji) co miesiąc rachunku założonego w Banku kwotą minimum 40 000 zł albo utrzymywania w Banku aktywów w wysokości minimum 100 000 euro (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”),
- dokonywania (przez 5 lat albo cały okres trwania kredytu lub pożyczki w zależności od rodzaju promocji) minimum jednej transakcji miesięcznie kartą kredytową - główną lub dodatkową (warunek ten nie dotyczy promocji: Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych, Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem, Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II, Produkt hipoteczny z pakietem, Promocja bezpieczne 0%,),

które to warunki konsumenci musieli spełnić w związku z zasadami promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0%,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA II 2011/2012,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,
- Promocja zimowa 2012,

bez uprzedniego zawiadomienia konsumentów o tym, że naruszyli oni warunki ww. promocji i wskazania, że następne naruszenie tych warunków skutkować będzie podwyższeniem oprocentowania, co może:

a) naruszać dobre obyczaje, zgodnie z którymi bank, przy wykonywaniu długoterminowych umów o świadczenie usług finansowych o dużym znaczeniu ekonomicznym dla konsumentów, powinien powstrzymać się od stosowania w stosunku do konsumentów, bez ich wcześniejszego ostrzeżenia, uciążliwych następstw które trwają do końca obowiązywania tych umów, w wypadku niedotrzymania choćby raz w ciągu 5 lat albo całego okresu trwania kredytu lub pożyczki jednego z warunków umowy,

b) godzić w zbiorowy interes konsumentów.

III. zmianie przez Bank warunków promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Zyskowy produkt hipoteczny,
- Zyskowy produkt hipoteczny - zmiana,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Promocja wakacyjna,
- Promocja wakacyjna II,
- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0%,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA II 2011/2012,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,
- PROMOCJA ZIMOWA 2012,

poprzez podwyższenie konsumentom opłaty za pakiet „Personale” - którego posiadanie było jednym z warunków ww. promocji - z 18 do 22 złotych przy jednoczesnym uniemożliwieniu konsumentom rozwiązania umowy dotyczącej pakietu „Personale” bez poniesienia przez nich negatywnych konsekwencji wynikających z warunków ww. promocji polegających na podwyższeniu konsumentom oprocentowania kredytów lub pożyczek hipotecznych, co może:

a) naruszać dobre obyczaje, zgodnie z którymi bank nie powinien podwyższać konsumentom kosztów korzystania z usługi finansowej A powiązanej z korzystaniem przez konsumenta z usługi finansowej B przy jednoczesnym uniemożliwieniu konsumentom rozwiązania umowy dotyczącej usługi A bez poniesienia negatywnych konsekwencji związanych ze wzrostem kosztów korzystania z usługi finansowej B;

b) godzić w zbiorowy interes konsumentów.

(7) Ponadto Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 24 października 2016 r., zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu dokumenty i materiały zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego o sygn. DDK-405-17/15.

(8) W odpowiedzi na skierowane do Banku zawiadomienie o wszczęciu postępowania administracyjnego, w piśmie z dnia 27 stycznia 2017 r. Bank odniósł się do twierdzeń Prezesa Urzędu wskazując, że jego działania są zgodne z prawem, a naruszenie praw

konsumentów nigdy nie było intencją Banku. Bank wyraził również gotowość do zakończenia sprawy poprzez wydanie decyzji zobowiązującej, o której mowa w art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W piśmie tym, jak i kolejnych kierowanych do Prezesa UOKiK (tj. z dnia 14 marca 2017 r., 8 czerwca 2017 r., 5 i 16 października 2017 r., 15 grudnia 2017 r., 23 stycznia 2018 r., 9 lutego 2018 r.), Bank przedstawiał swoje stanowisko odnośnie do zarzucanych mu praktyk oraz przekazywał informacje i dokumenty żądane przez Prezesa Urzędu. W piśmie z dnia 15 grudnia 2017 r. Bank złożył wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej, a w kolejnych pismach (tj. z 18 stycznia 2018 r., 9 lutego 2018 r., 4 lipca 2018 r. oraz 7 września 2018 r. Bank) doprecyzował jego treść, przekazując jednocześnie informacje, do przedstawienia których był wzywany przez Prezesa UOKiK.

(9) W kierowanym do Prezesa UOKiK piśmie z dnia 27 stycznia 2017 r., Bank podniósł m.in., że:

1. w szczególności w odniesieniu do umów kredytu hipotecznego i umów dotyczących usług bankowych, których dotyczy niniejsza sprawa, należy przyjąć za właściwy wysoki poziom staranności jakiej można oczekiwać od przeciętnego konsumenta. Uzasadnione jest oczekiwanie wnikliwego zapoznania się przez konsumenta z treścią zawieranej umowy i dążenia do wyjaśnienia wszelkich wątpliwości. Klient taki, o podpisaniu umowy powinien być również w pełni świadomy zarówno swoich praw, jak i obowiązków;
2. skoro klienci, zawierając w przeszłości umowy kredytowe mieli wybór pomiędzy standardowym oprocentowaniem kredytu hipotecznego albo oprocentowaniem promocyjnym, którego utrzymanie jest uzależnione od spełniania przez klienta warunków szczegółowo określonych w treści umowy, zdecydowali się na wybór oprocentowania promocyjnego, to z całą pewnością zapoznali się i byli świadomi jakie zobowiązania na siebie przyjmują oraz jakie będą konsekwencje niewywiązania się z tych zobowiązań;
3. odnosząc się do zarzutu nr II, Bank wskazał, że nie było tak, że jednorazowe naruszenie jednego warunku promocji skutkowało automatycznym przywróceniem standardowej wysokości marży kredytu hipotecznego. Bank w praktyce monitorowania przestrzegania warunków umowy przez konsumentów stosował szereg dodatkowych kryteriów łagodzących, w tym m.in.:
 - a. DNB nie korzystał z przysługującego mu uprawnienia do przywrócenia standardowej wysokości marży w sytuacji, gdy stwierdzono niedotrzymanie jednego lub dwóch warunków stosowania promocyjnej wysokości marży umowy tylko w jednym miesiącu,
 - b. DNB każdorazowo nie brał pod uwagę wyników monitoringu z pierwszego pełnego miesiąca obowiązywania warunków promocyjnych, aby klient mógł niejako „oswoić się” z systemem DNB i swoimi obowiązkami wynikającymi z umowy,
 - c. w przypadku konsumentów, którzy nie dotrzymali jednego lub więcej warunków promocyjnych, kierowane były pisma, w których DNB informował o stwierdzonych naruszeniach i zapraszał do złożenia wyjaśnień i wykazania w określonym terminie, że warunki były dotrzymywane. Po otrzymaniu takiego pisma klienci składali swoje reklamacje, które były analizowane i DNB odstępował od przywrócenia standardowego oprocentowania w sytuacjach, gdy:

- brak zasilenia rachunku wynikał z przesunięcia się płatności o jeden dzień,
 - doszło do opóźnienia w wypłacie wynagrodzenia należnego konsumentowi przez jego pracodawcę,
 - wartość zasilenia rachunku była niższa o 4 % od kwoty wymaganej wynikającej z warunków promocji - w szczególności z uwagi na wahania kursów walut przy operacjach walutowych,
 - klient wykazał, że dotrzymałby warunków, gdyby inaczej liczyć okresy miesięczne niż w poszczególnych miesiącach kalendarzowych, np. poprzez odwołanie do okresu rozliczeniowego dla umowy kredytowej, okresu rozliczeniowego właściwego dla karty,
 - klient wykazał, że nie dotrzymał warunków promocji z uwagi na niezawinione przez niego, nieprzewidziane zdarzenie np. nieplanowany pobyt w szpitalu;
4. odnosząc się do podwyżki opłat w ramach pakietów z 18 na 22 zł, Bank wskazał, że wprowadzając podwyżkę nie dążył do zwiększenia obciążeń konsumentów, a jedynie do zbilansowania ubytków w przychodach wynikających ze zmian otoczenia prawnego. Jak podniósł Bank, wysokość podwyżki miała pełne uzasadnienie księgowo w przywołanym spadku przychodów DNB w wyniku obniżenia opłat interchange.

(10) W piśmie z dnia 14 marca 2017 r. Bank wniósł o przeprowadzenie w trybie przepisu art. 243(1) Kodeksu postępowania cywilnego (dalej także „kpc”) w zw. z art. 84 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dowodu z dokumentu w postaci prawomocnego wyroku Sądu Okręgowego w Krakowie z dnia 2 lutego 2017 r. w sprawie o sygn. akt II Ca 2379/16 na okoliczność braku nieprawidłowości w działaniach Banku w stosunku do konsumentów polegających na egzekwowaniu postanowień zawartych umów, w tym postanowień przewidujących uprawnienie do podwyższenia marży kredytu hipotecznego w sytuacji niespełnienia warunków określonych w Zasadach promocji.

(11) W piśmie z dnia 8 czerwca 2017 r. Bank wskazał na zastosowane przez niego sposoby łagodzenia skutków - stwierdzonego przez Bank podczas procesu weryfikacji - niespełnienia warunków promocyjnych (w tym na drodze decyzji „Komitetu Odwoławczego” oraz wprowadzonej procedury przedreklamacyjnej).

(12) W piśmie z dnia 5 października 2017 r. Bank wniósł o przeprowadzenie w trybie przepisu art. 244 kpc w zw. z art. 84 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dowodu z dokumentu urzędowego w postaci protokołu z pozasądowego postępowania w postępowaniu w sprawie rozwiązywania sporów między klientami podmiotów rynku finansowego a tymi podmiotami nr RF/WRS/KN/118/16 wraz z załączoną do niego opinią Rzecznika Finansowego na okoliczność braku naruszenia dobrych obyczajów poprzez przywrócenie standardowej marży kredytu zgodnie z Zasadami promocji w przypadku niedotrzymania przez kredytobiorcę (konsumenta) warunków stosowania marży promocyjnej.

(13) W piśmie z dnia 17 października 2017 r. Bank wniósł o przeprowadzenie w trybie przepisu art. 244 § 1 kpc w zw. z art. 84 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dowodu z dokumentów urzędowych w postaci:

- (1) prawomocnego wyroku Sądu Okręgowego W Warszawie w V Wydziale Cywilnym Odwoławczym z dnia 6 czerwca 2017 r. w sprawie o sygn. V Ca 1693/16,



(2) prawomocnego wyroku Sądu Okręgowego W Warszawie w V Wydziale Cywilnym Odwoławczym z dnia 20 kwietnia 2017 r. w sprawie o sygn. V Ca 1930/16,

(3) prawomocnego wyroku Sądu Okręgowego w Krakowie z dnia 2 lutego 2017 r. w sprawie o sygn. II Ca 2379/16,

na okoliczność braku nieprawidłowości w działaniach Banku w stosunku do konsumentów polegających na egzekwowaniu postanowień zawartych umów, w tym postanowień przewidujących uprawnienie do podwyższenia marży kredytu hipotecznego w sytuacji niespełnienia warunków określonych w Zasadach promocji.

(14) W piśmie z dnia 15 grudnia 2017 r. Bank przedstawił formalną propozycję działań i wniósł o zobowiązanie Banku przez Prezesa UOKiK do ich wykonania w trybie art. 28 uokik. Wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej został rozszerzony przez DNB w piśmie z dnia 18 stycznia 2018 r. oraz 4 lipca 2018 r.

(15) W piśmie z dnia 23 stycznia 2018 r., Bank odnosząc się do przywołanego przez Prezesa UOKiK wyroku Sądu Rejonowego dla Wrocławia-Śródmieścia we Wrocławiu z dnia 11 sierpnia 2016 r. w sprawie o sygn. I C 312/16, wskazał, że nie zgadza się z wykładnią postanowień warunków promocji zaprezentowaną w tym wyroku przez Sąd.

(16) Ostateczna treść zobowiązania, została przedstawiona przez Bank w piśmie z dnia 7 września 2018 r.

(17) Pismem z dnia 13 grudnia 2018 r. Prezes UOKiK zawiadomił Bank o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy. Strona skorzystała z przysługującego jej uprawnienia. W dniu 18 grudnia 2018 r. Strona zapoznała się z treścią akt postępowania, co zostało potwierdzone protokołem. Po zapoznaniu się z aktami sprawy, Bank w piśmie z dnia 18 grudnia 2018 r. poinformował, że w pełni podtrzymuje wszystkie swoje argumenty i wnioski przedstawione i złożone w toku postępowania administracyjnego, w tym podtrzymuje złożony wniosek o wydanie przez Prezesa UOKiK decyzji w trybie przepisu art. 28 uokik, zgodnie ze złożonym zobowiązaniem.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny

(18) DNB Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem: 0000022156, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy. Przedsiębiorca posiada status banku w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (tekst jedn. Dz. U. z 2017 r. poz. 1876 ze zm.). Przedmiotem działalności DNB jest m.in. pośrednictwo pieniężne, pozostała działalność bankowa, pozostała finansowa działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych.

(19) W wyniku analizy przekazanych przez Bank dokumentów oraz informacji, Prezes UOKiK ustalił, że Bank zawierał z konsumentami umowy kredytu hipotecznego i pożyczki hipotecznej. Dodatkowo konsumenci mogli przystąpić do promocji podpisując - oprócz umowy kredytu lub pożyczki - także zasady promocji, na mocy których konsument miał obniżone oprocentowanie kredytu hipotecznego (lub pożyczki hipotecznej), jeśli spełniał warunki promocji wymienione w danym wzorcu. W sumie Bank od grudnia 2008 r. do lutego 2012 r. oferował konsumentom możliwość przystąpienia do 29 takich promocji.

(20) Analiza wzorców umów promocji stosowanych od grudnia 2008 r. do lutego 2012 r. (które zostały załączone do pisma Banku z dnia 22 kwietnia 2015 r.) wykazała, że jednym z warunków wzięcia udziału w 21 promocjach było m.in. zasilanie co miesiąc konta osobistego lub konta oszczędnościowego, a w niektórych wypadkach także konta walutowego założonych w Banku kwotą nie niższą niż 5 000 zł (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”, którego częścią było m.in. konto osobiste) albo 40 000 zł (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”, którego częścią było m.in. konto osobiste). Niedotrzymanie tych warunków powodowało podwyższenie oprocentowania kredytu lub pożyczki hipotecznej do wysokości wskazanej w umowie kredytu lub pożyczki do końca okresu kredytowania. By korzystać z jednego z tych pakietów konsument musiał podpisać „kompleksową umowę o usługi bankowe”.

(21) W ramach pakietów „Personale” i „Eksklusiv” Bank świadczył następujące usługi:

- otwarcie i prowadzenie konta osobistego,
- otwarcie i prowadzenie konta oszczędnościowego,
- otwarcie i prowadzenie rachunków walutowych,
- otwarcie i prowadzenie rachunku lokat terminowych (w PLN i w walutach obcych),
- wydanie i użytkowanie kart debetowych,
- abonament za bankowość elektroniczną.

(21) W dniu 15 października 2014 r. Bank podjął decyzję o rozpoczęciu procesu weryfikacji wypełnienia przez konsumentów warunków wszystkich 29 promocji. Istotne naruszenie warunków promocji stwierdził w przypadku 17 promocji. Odnośnie pozostałych 12 promocji Bank, ze względu na ograniczenia techniczno-organizacyjne lub specyfikę promocji, nie mógł jednoznacznie stwierdzić faktu niedotrzymania warunków promocji. Od 2 stycznia 2015 r. Bank rozsyłał do konsumentów pisma z informacją o niedotrzymaniu warunków promocji.

(22) Warunki dotyczące korzystania z pakietów „Personale” albo „Eksklusiv” występujące w 21 promocjach miały następującą treść:

1. Produkt hipoteczny z Pakietem usług bankowych (w ramach promocji stosowany był jeden wzorzec). Czas trwania promocji: od 20 lipca 2009 r. do 7 września 2009 r. Z promocji skorzystało 206 konsumentów.
2. Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem (w ramach promocji stosowano dwa wzorce). Czas trwania promocji: od 17 listopada 2009 r. do 26 lutego 2010 r. Z promocji skorzystało 914 konsumentów.
3. Produkt hipoteczny z Pakietem lub Ubezpieczeniem II (w ramach promocji stosowano dwa wzorce, ale tylko w jednym występował warunek dotyczący wpłat na konto). Czas trwania promocji: od 1 marca 2010 r. do 20 kwietnia 2010 r. Z promocji skorzystało 141 konsumentów.
4. Zyskowy produkt hipoteczny (w ramach promocji stosowano cztery wzorce, ale tylko w trzech występował warunek dotyczący wpłat na konto). Czas trwania promocji: od 20 kwietnia 2010 r. do 12 maja 2010 r. Z tej promocji oraz z promocji Zyskowy produkt hipoteczny - zmiana skorzystało w sumie 104 konsumentów.

5. Zyskowy produkt hipoteczny - zmiana (w ramach promocji stosowano dwa wzorce, ale tylko w jednym występował warunek dotyczący wpłat na konto). Czas trwania promocji: od 12 maja 2010 r. do 16 czerwca 2010 r. Z tej promocji oraz z promocji Zyskowy produkt hipoteczny skorzystało w sumie 104 konsumentów.
6. Produkt hipoteczny z Pakietem (w ramach promocji stosowany był jeden wzorzec). Czas trwania promocji: od 10 maja 2010 r. do 16 czerwca 2010 r. Z promocji skorzystało 1 227 konsumentów.
7. Promocja wakacyjna (w ramach promocji stosowano cztery wzorce, ale tylko w trzech występował warunek dotyczący wpłat na konto). Czas trwania promocji: od 16 czerwca 2010 r. do 30 lipca 2010 r. Z promocji skorzystało 270 konsumentów.
8. Promocja Wakacyjna II (w ramach promocji stosowano cztery wzorce, ale tylko w trzech występował warunek dotyczący wpłat na konto). Czas trwania promocji dla kredytów i pożyczek w PLN: od 1 sierpnia 2010 r. do 15 sierpnia 2010 r. Czas trwania promocji dla kredytów i pożyczek w EUR: od 1 sierpnia 2010 r. do 12 września 2010 r. Z promocji skorzystało 120 konsumentów.
9. Produkt hipoteczny w PLN (w ramach promocji stosowany był jeden wzorzec). Czas trwania promocji: od 16 sierpnia 2010 r. do 8 listopada 2010 r. Z promocji skorzystało 46 konsumentów.
10. Promocja powakacyjna w EUR (warunek taki występuje w dwóch wersjach wzorca). Czas trwania promocji: od 1 września 2010 r. do 8 listopada 2010 r. Z promocji skorzystało 410 konsumentów.
11. Na szczytach (w ramach promocji stosowano cztery wzorce). Czas trwania promocji: od 8 listopada 2010 r. do 7 grudnia 2010 r. Z promocji skorzystało 166 konsumentów.
12. Na szczytach II (w ramach promocji stosowano dwa wzorce). Czas trwania promocji: od 7 grudnia 2010 r. do 28 lutego 2011 r. Z promocji skorzystało 1109 konsumentów.
13. Promocja wiosenna (w ramach promocji stosowano dwa wzorce). Czas trwania promocji: od 21 marca 2011 r. do 31 maja 2011 r. Z promocji skorzystało 1952 konsumentów.
14. Promocja bezpieczne 0 % (w ramach promocji stosowano trzy wzorce). Czas trwania promocji: od 8 lipca 2011 r. do 30 listopada 2011 r. Z promocji skorzystało 2045 konsumentów.
15. Promocja NON STOP NISKA MARŻA (w ramach promocji stosowano trzy wzorce). Czas trwania promocji: od 10 października 2011 r. do 14 października 2011 r. Z promocji skorzystało 22 konsumentów.
16. Promocja NON STOP NISKA MARŻA II (w ramach promocji stosowano trzy wzorce). Czas trwania promocji: od 17 października 2011 r. do 30 listopada 2011 r. Z promocji skorzystało 28 konsumentów.
17. Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN (w ramach promocji stosowano dwa wzorce). Czas trwania promocji: od 21 października 2011 r. do 30 października 2011 r. Z promocji skorzystało 644 konsumentów.
18. Promocja ZIMOWA 2011/2012 - tylko PLN (w ramach promocji stosowano dwa wzorce). Czas trwania promocji: od 1 grudnia 2011 r. do 31 stycznia 2012 r. Z promocji skorzystało 66 konsumentów.



19. Promocja ZIMOWA II 2011/2012 (w ramach promocji stosowany był jeden wzorzec). Czas trwania promocji: od 21 grudnia 2011 r. do 31 stycznia 2012 r. Z promocji skorzystało 14 konsumentów.

20. Specjalna oferta cenowa HSBC (w ramach promocji stosowany był jeden wzorzec). Czas trwania promocji: od 30 września 2011 r. do 30 listopada 2011 r. Z promocji skorzystało 31 konsumentów.

21. Promocja zimowa 2012 (w ramach promocji stosowany był jeden wzorzec). Czas trwania promocji: od 11 stycznia 2012 r. do 29 lutego 2012 r. Z promocji skorzystało 3 konsumentów.

(23) Przykładowe postanowienia wzorców umów promocji dotyczące obowiązku zasilania rachunków oraz skutku jego zaniechania przyjęły natomiast treść jak poniżej (w pozostałych wzorcach umów znajdują się analogiczne postanowienia):

a) Produkt hipoteczny z Pakietem

§ 2. Uczestnicy Promocji. Warunki skorzystania z Promocji

1. Promocja skierowana jest do osób fizycznych (dalej "Uczestnicy"), które spełnią warunki określone w ust. 2 niniejszego paragrafu oraz jednocześnie skorzystają z jednego z następujących produktów oferowanych przez Bank pn.:

a. Pakiet PERSONALE,

b. Pakiet EKSKLUSIV,

2. W celu skorzystania z Promocji Uczestnik zobowiązany jest:

[...]

d. w ramach Pakietu PERSONALE:

[...]

a następnie

iii. zasilac co miesiac konta osobiste lub konto oszczednosciowe lub rachunek walutowy a'vista w walucie produktu hipotecznego w ramach Pakietu kwota nie nizsza niz 5 000 PLN lub rownowartosci tej kwoty w innej walucie nieprzerwanie przez 5 lat od daty pierwszego uruchomienia produktu hipotecznego lub

iv. utrzymywac co miesiac wymagane aktywa w kwocie nie nizszej niz 50 000 PLN lub rownowartosci tej kwoty w innej walucie - nieprzerwanie przez 5 lat od daty pierwszego uruchomienia produktu hipotecznego,

e. w ramach Pakietu EKSKLUSIV:

[...]

a następnie

iii. zasilac co miesiac konto osobiste lub konto oszczednosciowe lub rachunek walutowy a'vista w walucie produktu hipotecznego w ramach Pakietu kwota nie nizsza niz 40 000 PLN lub rownowartosci tej kwoty w innej walucie lub

iv. utrzymywac co miesiac wymagane aktywa w kwocie nie nizszej niz 100 000 EUR lub rownowartosci tej kwoty w innej walucie - nieprzerwanie przez 5 lat od daty pierwszego uruchomienia produktu hipotecznego.

[...]

§ 3. Zasady Promocji,

[...]

4. Uczestnik jest świadom i wyraża na to zgodę, że w przypadku naruszenia przez niego warunku skorzystania z Promocji wskazanego w § 2, traci prawa wynikające z Promocji, w wyniku czego Bank ma prawo do podwyższenia marży oprocentowania produktu hipotecznego do poziomu wynikającego z umowy produktu hipotecznego.

b) NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN

Wzorzec I

§ 2. Uczestnicy Promocji. Warunki skorzystania z Promocji

1. Promocja dotyczy osób fizycznych (dalej: „Uczestnik”), które w okresie Promocji złożą wnioski o kredyt hipoteczny, kredyt budowlano hipoteczny, kredyt konsolidacyjny, pożyczkę hipoteczną (dalej „Produkt Hipoteczny”) oferowane przez Bank w walucie PLN, przy czym minimalna wysokość Produktu Hipotecznego wynosi - 250 000 PLN.

2. Warunkiem udziału w Promocji jest łącznie spełnienie następujących warunków:

WYMAGANE DOKUMENTY/UMOWA	WYBÓR	WYMOGI PRZED URUCHOMIENIEM PRODUKTU HIPOTECZNEGO	WYMOGI PO URUCHOMIENIU PRODUKTU HIPOTECZNEGO	DODATKOWE KWESTIE
WARUNKI OBLIGATORYJNE				
ZASADY PROMOCJI		Wyrażenie zgody na warunki Promocji poprzez podpisanie przez Uczestnika Zasad wraz z oznaczeniem dodatkowych, wybranych produktów (razem z wnioskami kredytowym)	Uczestnik musi spełniać kryteria zawarcia odpowiedniej umowy karty kredytowej lub innego produktu wskazanego w części 'warunki nieobligatoryjne'	Wskazanie ewentualnie dodatkowych nieobligatoryjnych produktów
WNIOSEK o Produkt Hipoteczny		Złożenie w Banku Podpisanego Wniosku wraz z kompletem wymaganych dokumentów	ND	Wniosek musi być zarejestrowany w Central Banku w terminie niniejszej Promocji!
Kompleksowa Umowa o Usługi Bankowe w PAKIECIE	<input type="checkbox"/> PERSONALE	Podpisanie Umowy w wybranym Pakiecie	Zasilanie rachunku kwotą min. 5 000 PLN albo utrzymywanie w Banku aktywów w wys. min. 50 000 PLN przez okres obowiązywania umowy Produktu Hipotecznego.	Pierwsze zasilenie w okresie 30 dni od daty pierwszego uruchomienia Produktu Hipotecznego Podane kwoty/wysokość aktywów dotyczą okresów miesięcznych i aktywów łącznie zgromadzonych na wszystkich rachunkach prowadzonych w ramach Pakietu lub produktów dystrybuowanych / oferowanych przez Bank. Aktywa te mogą też być również zgromadzone jako równowartość podanych kwot w walucie obcej.
	<input type="checkbox"/> EKSKLUZIW		Zasilanie rachunku kwotą min. 40 000 PLN albo utrzymywanie w Banku aktywów w wys. min. 100 000 EUR przez okres obowiązywania umowy Produktu Hipotecznego.	
UMOWA O KARTĘ KREDYTOWĄ <input type="checkbox"/> NOWA <input type="checkbox"/> zamiana posiadanej karty w innym banku (proszę podać nazwę banku)	GOLD	Podpisanie Umowy karty kredytowej, jeżeli Uczestnik spełnia warunki do uzyskania karty kredytowej	Dokonywanie min. 1 transakcji miesięcznie kartą główną lub dodatkową przez okres obowiązywania umowy Produktu Hipotecznego.	Aktywacja karty głównej i dodatkowej w terminie 90 dni od daty wydania karty głównej lub dodatkowej. Karta może być przyznana przez Bank jeżeli jest maksymalnie 2 Wnioskodawców i średni dochód netto na każdego min. 3 500 PLN

[...]

4. O wystąpieniu naruszenia przez Uczestnika/ów któregośkolwiek z warunków skorzystania z Promocji wskazanych w § 2, Bank zawiadomi Uczestnika/ów, przesyłając jednocześnie harmonogram spłat uwzględniający aktualną wysokość marży.

[...]

15. Oświadczam, iż jestem świadomy i wyrażam zgodę, że w przypadku naruszenia przeze mnie choćby jednego warunku skorzystania z Promocji, tracę wszelkie prawa wynikające z Promocji, w wyniku czego Bank ma prawo do podwyższenia marży oprocentowania Produktu Hipotecznego oraz opłat i prowizji do poziomu wynikającego z umowy Produktu Hipotecznego od terminu wymagalności najbliższej raty Produktu Hipotecznego, przypadającego po wystąpieniu takiego naruszenia, z zastrzeżeniem postanowień ust. 4.

16. Oświadczam, że zapoznałem się oraz akceptuję treść postanowień niniejszej Promocji i w przypadku niedopełnienia oraz nie przestrzegania warunków Zasad Promocji, wyrażam zgodę na zastosowanie przez Bank marży Kredytu wskazanej w §, 1 ust. 1 Umowy Produktu Hipotecznego, bez konieczności sporządzania aneksu do umowy o Produkt Hipoteczny.

(24) W przypadku promocji o nazwach:

1. Promocja wiosenna,
2. Promocja bezpieczne 0 %,
3. Promocja non stop niska marża,
4. Promocja non stop niska marża II,
5. Promocja non stop niska marża III - tylko PLN,
6. Promocja zimowa 2011/2012 - tylko PLN,
7. Promocja zimowa II 2011/2012,
8. Specjalna oferta cenowa HSBC,
9. Promocja zimowa 2012,

w stosowanych wzorcach umów występowało postanowienie, zgodnie z którym „podane kwoty/wysokości aktywów dotyczą okresów miesięcznych i aktywów łącznie zgromadzonych na wszystkich rachunkach prowadzonych w ramach Pakietu lub produktów dystrybuowanych/oferowanych przez Bank. Aktywa te mogą być również zgromadzone jako równowartość podanych kwot w walucie obcej” (dalej jako „Zastrzeżenie”).

Ad zarzut I

(25) Przy ocenie tego, czy dany konsument wypełnił warunki promocji Bank uznawał, że dokonanie tzw. przelewu wewnętrznego (tj. takiego, który dokonywany jest pomiędzy rachunkami konsumenta prowadzonymi przez Bank) nie wypełnia warunku, zgodnie z którym konsument powinien zasilić co miesiąc konta osobiste lub konta oszczędnościowe, a także konta walutowe prowadzone w Banku kwotą nie niższą niż 5 000 zł (w przypadku wyboru pakietu „Personale”) albo 40 000 zł (w przypadku wyboru pakietu „Eksklusiv”). Bank stwierdził wystąpienie takich sytuacji w przypadku 15 promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych (8 przypadków),
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem (44 przypadki),
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II (8 przypadków),
- Produkt hipoteczny z pakietem (84 przypadki),
- Produkt hipoteczny w PLN (1 przypadek),
- Promocja powakacyjna w EUR (11 przypadków),
- Na Szczytach (7 przypadków),
- Na Szczytach II (30 przypadków),
- Promocja Wiosenna (46 przypadków),
- Promocja bezpieczne 0 % (82 przypadki),
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA (1 przypadek),

- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II (2 przypadki),
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN (24 przypadki),
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN (1 przypadek),
- Specjalna oferta cenowa HSBC (1 przypadek).

(26) W ocenie Prezesa UOKiK, przedmiotowe działanie Banku mogło nie znajdować potwierdzenia w treści podpisywanych przez konsumentów warunków promocji, które przewidywały obowiązek przelewania na rachunki założone w Banku określonej kwoty pieniędzy jednocześnie nie zastrzegając zakazu dokonywania zasileń rachunków prowadzonych przez Bank za pomocą „przelewów wewnętrznych”. Oznacza to, że Bank mógł podnieść konsumentom oprocentowanie kredytu pomimo braku podstawy umownej.

(27) Działanie to potwierdziły także skargi i zawiadomienia konsumentów oraz pismo Powiatowego Rzecznika Konsumentów we Wrocławiu.

(28) Bank twierdził, że podstawą zakazu, o którym mowa powyżej (nb. 26) jest Zastrzeżenie. W uzasadnieniu do postanowienia o wszczęciu postępowania, Prezes UOKiK wskazał jednak, że z treści Zastrzeżenia nie wynikało, że wpływ środków musi następować z rachunku konsumenta, który nie jest prowadzony przez Bank (wskazywało ono jedynie, że wpływ na którykolwiek z rachunków prowadzonych przez Bank będzie traktowany jako wypełnienie warunku). W uzasadnieniu zwrócono również uwagę, że Zastrzeżenie było elementem tylko dziewięciu warunków promocji, w pozostałych sześciu promocjach to postanowienie umowne nie występowało.

Ad zarzut II

(29) Analiza wzorców umowy promocji, które zgodnie z oświadczeniem Banku były monitorowane (załączone do pisma Banku z dnia 22 kwietnia 2015 r.) wykazała, że w przypadku promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Promocja bezpieczne 0 %,

warunkami wzięcia w nich udziału było:

- zasilanie co miesiąc rachunków założonych w Banku kwotą minimum 5 000 zł albo utrzymywanie w Banku aktywów w wysokości minimum 50 000 złotych przez 5 lat od pierwszego uruchomienia umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),
- zasilanie co miesiąc rachunków założonych w Banku kwotą minimum 40 000 zł albo utrzymywanie w Banku aktywów w wysokości minimum 100 000 euro przez 5 lat od pierwszego uruchomienia umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”).

(30) W przypadku zaś promocji o nazwach:

- Produkt hipoteczny w PLN,

- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,

warunkami wzięcia udziału było:

- zasilanie co miesiąc rachunków założonych w Banku kwotą minimum 5 000 zł albo utrzymywanie w Banku aktywów w wysokości minimum 50 000 złotych przez 5 lat od pierwszego uruchomienia umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),
- zasilanie co miesiąc rachunków założonych w Banku kwotą minimum 40 000 zł albo utrzymywanie w Banku aktywów w wysokości minimum 100 000 euro przez 5 lat od pierwszego uruchomienia umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”),
- dokonywanie minimum jednej transakcji miesięcznie kartą kredytową (główną lub dodatkową) przez kolejne 5 lat licząc od daty aktywacji karty kredytowej (w każdym wypadku).

(31) Natomiast w przypadku promocji o nazwach:

- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA II 2011/2012,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,
- Promocja zimowa 2012,

warunkami wzięcia w nich udziału było:

- zasilanie co miesiąc rachunków założonych w Banku kwotą minimum 5 000 zł albo utrzymywanie w Banku aktywów w wysokości minimum 50 000 złotych przez cały okres trwania umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Personale”),
- zasilanie co miesiąc rachunków założonych w Banku kwotą minimum 40 000 zł albo utrzymywanie w Banku aktywów w wysokości minimum 100 000 euro przez cały okres trwania umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w wypadku wyboru przez konsumenta pakietu usług bankowych „Eksklusiv”),
- dokonywanie minimum jednej transakcji miesięcznie kartą kredytową (główną lub dodatkową) przez cały okres trwania umowy kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej (w każdym wypadku).

(32) Niedotrzymanie choćby jednego z tych warunków powodowało podwyższenie oprocentowania kredytu lub pożyczki hipotecznej do wysokości wskazanej w umowie kredytu. Odbywało się to bez wyznaczenia dodatkowego terminu na spełnienie warunku. Bank przeprowadził monitoring wykonania ww. warunków promocji i podwyższył oprocentowanie tym konsumentom, którzy nie wypełnili tych warunków.

(33) Fakt braku ostrzeżenia konsumenta o zamiarze podwyższenia oprocentowania potwierdziły skargi i zawiadomienia konsumentów.

Ad zarzut III

(34) Jednym z warunków występujących w promocjach o nazwach:

- Produkt hipoteczny z pakietem usług bankowych,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem,
- Produkt hipoteczny z pakietem lub ubezpieczeniem II,
- Zyskowy produkt hipoteczny,
- Zyskowy produkt hipoteczny - zmiana,
- Produkt hipoteczny z pakietem,
- Promocja wakacyjna,
- Promocja wakacyjna II,
- Produkt hipoteczny w PLN,
- Promocja powakacyjna w EUR,
- Na Szczytach,
- Na Szczytach II,
- Promocja Wiosenna,
- Promocja bezpieczne 0 %,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA II,
- Promocja NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA 2011/2012 -tylko PLN,
- PROMOCJA ZIMOWA II 2011/2012,
- Specjalna oferta cenowa HSBC,
- PROMOCJA ZIMOWA 2012,

było korzystanie z pakietu „Personale”.

(35) Jak wynikało z „Taryf Opłat i Prowizji dla Klientów Indywidualnych” (które stanowiły integralną część „Kompleksowej umowy o usługi bankowe”), stosowanych od 3 sierpnia 2009 r. do 1 stycznia 2015 r., tj. także w okresie oferowania ww. promocji, miesięczna opłata abonamentowa za produkty w ramach pakietu „Personale” wynosiła 18 zł.

(36) Zmiana Taryfy Opłat i Prowizji dla Klientów Indywidualnych w zakresie podwyższenia od dnia 1 stycznia 2015 r. opłaty za pakiet „Personale” do 22 zł została dokonana na podstawie par. 47 ust. 2 pkt 2-3 i ust. 4 „Regulaminu rachunków bankowych, bankowości elektronicznej oraz kart debetowych dla klientów indywidualnych” (który stanowił integralną część „Kompleksowej umowy o usługi bankowe”) w brzmieniu, które obowiązywało od dnia 15 sierpnia 2014 r. do 14 stycznia 2015 r.

(37) Bank poinformował konsumentów o zmianie wysokości opłaty za pomocą następującego komunikatu:

Uprzejmie informujemy, że działając na podstawie par. 47 ust. 2, punkt 2-3 i ust. 4 oraz par. 8 ust. 5 „Regulaminu rachunków bankowych, bankowości elektronicznej oraz kart debetowych dla klientów indywidualnych” z dniem 1 stycznia 2015 r. zmianie ulegną zapisy „Taryfy opłat i prowizji dla klientów indywidualnych” („Taryfy”) oraz oprocentowanie Konta Oszczędnościowego.

Modyfikacja Taryfy podyktowana jest wzrostem kosztu obsługi produktów i usług w związku ze zmianą przepisów prawa, w tym ustawowym obniżeniem poziomu opłaty interchange, wzrostem kosztów obsługi kart płatniczych ponoszonych przez Bank na rzecz firm współpracujących z Bankiem, w tym organizacji płatniczej oraz zmianami technologicznymi w produktach w okresie od ostatniej zmiany w Taryfie.

[...]

Nowe regulacje są załączone do niniejszego komunikatu oraz dostępne na stronie internetowej <http://www.dnb.pl/pl/regulaminy-i-taryfy/>.

Informujemy, że w przypadku braku akceptacji zmian, przysługuje Państwu prawo wypowiedzenia Umowy ze skutkiem natychmiastowym przed datą wejścia w życie zmian, o których mowa w niniejszym piśmie. W przypadku wypowiedzenia, do czasu rozwiązania Umowy zastosowanie ma dotychczasowa Taryfa i Regulaminy, jak również dotychczasowe oprocentowanie Konta Oszczędnościowego. W przypadku zgłoszenia sprzeciwu i braku wypowiedzenia Umowy, Umowa wygasa z dniem poprzedzającym dzień wejścia w życie proponowanych zmian. W przypadku braku sprzeciwu i braku wypowiedzenia Umowy uznaje się, że Posiadacz wyraża zgodę na wprowadzenie zmian.

(38) Komunikat ten był rozsyłany:

a) 31 października 2014 r. - w formie elektronicznej, klientom, którzy posiadają dostęp do bankowości elektronicznej;

b) 6 listopada 2014 r. - w formie papierowej (listownie), klientom, którzy nie posiadają dostęp do bankowości elektronicznej.

(39) Fakt podniesienia opłat potwierdziły także skargi i zawiadomienia konsumentów.

(40) Przedmiotowe ustalenia były podstawą do wszczęcia w dniu 24 października 2016 r. wobec Banku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na względzie powyższe ustalenia faktyczne, Prezes UOKIK zważył co następuje

Naruszenie interesu publicznego

(41) Treść art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowanej w interesie publicznym. Oznacza to, że warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w tej ustawie jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców - naruszających jej przepisy - stanowią potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Niniejsze postępowanie dotyczy praktyk stosowanych przez Bank wobec nieograniczonego

kręgu kredytobiorców kredytów (lub pożyczek) powiązanych z umowami rachunków bankowych, posiadających jednocześnie status konsumentów.

(42) W opinii Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, bowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zdecydowali się na skorzystanie z oferty kredytowej Banku i jednocześnie z przystąpienia do związanych z nią promocji. Przedmiotowa oferta nie była ograniczona do określonej grupy odbiorców, wyodrębnionych ze względu na konkretną cechę. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, że każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem w niniejszej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

(43) W tym stanie rzeczy przyjąć należy, że do oceny stanu faktycznego niniejszej sprawy zastosowanie mają przepisy ww. ustawy, a dotyczące jej postępowanie jest prowadzone w interesie publicznym.

Uprawdopodobnienie stosowania przez Bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

(44) Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, 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 uokik, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań.

(45) Przytoczony przepis ustanawia przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji zobowiązującej przez Prezesa Urzędu: uprawdopodobnienie naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik, zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane takie naruszenie, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, a także uznanie przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

(46) Jednocześnie zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ Kodeksu cywilnego w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych lub dobrymi obyczajami. W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- 1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- 2) jest sprzeczne z prawem lub z dobrymi obyczajami,

3) narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

(47) Zgodnie z przepisem art. 4 pkt 1 uokik w zw. z art. 196 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Przepisy wprowadzające ustawę - Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej (Dz. U. poz. 650), ilekroć w ustawie tej jest mowa o przedsiębiorcy, pojmuje się przez to w pierwszej kolejności przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2168 ze zm.). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

(48) Podmiot będący stroną niniejszego postępowania posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu przywołanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik, gdyż jest wpisany do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy pod numerem: 0000022156. Przedmiotem działalności Banku jest m.in. działalność bankowa, finansowa działalność usługowa oraz pośrednictwo pieniężne. Wobec powyższego, Bank jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik.

(49) Tym samym, zachowanie Banku podlega kontroli dokonywanej na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Uprawdopodobnienie bezprawności w zakresie praktyki opisaney w pkt I sentencji decyzji

(50) W świetle przepisu art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.

(51) W ocenie Prezesa UOKiK, w analizowanym przypadku bezprawność działań podejmowanych przez Bank może polegać na naruszeniu zakazu określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.; dalej także „upnpr”), tj. zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

(52) Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

(53) Stosownie do art. 4 ust. 1 upnpr do uznania stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki za nieuczciwą koniecznym jest wykazanie, że:

- stoi ona w sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz

- w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

(54) Przez praktykę rynkową rozumie się - zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr - 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 wskazane w art. 2 pkt 3 upnpr ma szeroki zakres i obejmuje także usługę. Zatem, wykonywane przez Bank umowy kredytu lub pożyczki mieszczą się w definicji produktu zawartej w art. 2 pkt 3 upnpr. Są to bowiem usługi finansowe świadczone przez Bank w ramach wykonywania działalności bankowej.

Model przeciętnego konsumenta

(55) Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej. Przepis art. 2 pkt 8 upnpr 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.

(56) Adresatem działań Banku są konsumenci, którzy mogli skorzystać z jego oferty i zawrzeć z nim umowy (wraz z przystąpieniem do określonych promocji) wymienione w sentencji Decyzji. Przyjąć należy, że oferta handlowa Banku kierowana była do niedookreślonej grupy osób fizycznych, konsumentów, którzy zawierali umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą. Charakter oferowanej usługi finansowej nie wskazuje na to, by DNB kierował swoje praktyki do szczególnej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie określonej i wspólnej im cechy. Przyjęty zatem w niniejszej sprawie model przeciętnego konsumenta nie odwołuje się do szczególnej grupy konsumentów.

(57) W przedmiotowej sprawie konstruowany model przeciętnego konsumenta dotyczy osoby, która zna warunki promocji stanowiące część umowy kredytu lub pożyczki. Konsument ten zdaje sobie sprawę, że warunki te mają wpływ na wysokość oprocentowania, które jest najistotniejszym, faktycznym czynnikiem kształtującym wysokość całkowitego kosztu kredytu lub pożyczki hipotecznej. Przeciętny konsument jest w stanie ustalić, że wśród warunków promocji nie ma normy, która wskazywałaby, że powinien on co miesiąc zasilać konta nowymi środkami. W konsekwencji przeciętny konsument przyjmuje, że zasilenie przez niego konta z innego konta prowadzonego przez Bank spowoduje wypełnienie warunków promocji.

(58) Przez przeciętnego konsumenta należy zatem rozumieć konsumenta dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji przekazywanych w sposób niewprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegający na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. W niniejszej sprawie przeciętny konsument, zawierający z Bankiem

umowę, ma prawo oczekiwać, że będzie ona wykonywana w taki sposób w jaki uzgodnił to w treści zawartej z DNB umowy. Dodatkowo, przeciętny konsument ma prawo przypuszczać, że Bank formułując warunki promocji, zrobił to w sposób rzetelny i ujął w nich wszystkie informacje z jakimi konsument powinien się zapoznać.

(59) Ponadto, przeciętny konsument zakłada, że przekazywane przez przedsiębiorcę informacje są prawdziwe, w tym zakresie, że podejmowane przez niego działania powinny być zgodne zarówno z warunkami umowy, jak również z powszechnie obowiązującymi przepisami oraz z dobrymi obyczajami. Ma prawo przypuszczać, że sposób wykonywania umowy będzie zgodny z jej treścią.

Dobre obyczaje

(60) W celu stwierdzenia, że wskazane w pkt I sentencji Decyzji działanie Banku stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 upnpr). Pojęcie dobrych obyczajów jest klauzulą generalną, niezawierającą swej definicji normatywnej. Jak wskazuje doktryna i orzecznictwo, klauzule generalne to przepisy prawne, w których nie są dokładnie sprecyzowane wszystkie elementy składające się na hipotezę czy dyspozycję normy prawnej, a ocena konkretnego stanu faktycznego zostaje przerzucona na organ stosujący prawo³. Istotą i funkcją klauzul generalnych w prawie cywilnym jest możliwość uwzględnienia w ocenie różnego rodzaju okoliczności faktycznych, które nie mogą - w oderwaniu od konkretnego stanu faktycznego - być według jakiegoś schematu, mającego walor bezwzględny, oceniane raz na zawsze i w sposób jednakowy⁴. Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny⁵. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Przy takim założeniu, sprzeczne z dobrymi obyczajami są m.in. działania wykorzystujące niewiedzę, brak doświadczenia konsumenta, naruszenie równorzędności stron umowy, działania zmierzające do dezinformacji i wywołania błędnego przekonania konsumenta. Chodzi więc o działania potocznie określane jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające „*in minus*” od standardów postępowania. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami istotą zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami „*jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności*”⁶.

³ A. Wolter, „Prawo cywilne. Zarys części ogólnej”, wyd. VIII, Warszawa 1986, str. 83.

⁴ Orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 29 marca 1979 r., sygn. akt III CRN 59/79, niepubl.

⁵ Np. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia 13 listopada 1991 r., sygn. akt I ACr 411/91, „Wokanda” 1992/4; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 stycznia 2003 r., sygn. akt II CKN 1097/00, Lex nr 78878; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 czerwca 2003 r., sygn. akt I CKN 473/01, Lex nr 80257; J. Szwaja [w:] „Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - Komentarz”, Warszawa 2000, str. 122-133; R. Stefanicki, „Dobre obyczaje w prawie polskim”, „Przegląd Prawa Handlowego”, 2002/5.

⁶ Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04.

(61) Klauzula dobrych obyczajów zamieszczona w upnpr powinna być również interpretowana przez pryzmat jej pierwowzoru zawartego w Dyrektywie 2005/29/WE⁷, w której odpowiednikiem klauzuli dobrych obyczajów jest zasada staranności zawodowej oznaczająca standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności (por. art. 2 lit. h). Oznacza to, że przedsiębiorca - jako profesjonalista, który sporządzał postanowienia wzorców umów - powinien dokładać należytej staranności na etapie wykonywania umowy, tj. nie podejmować działań, które były sprzeczne z jej treścią, a tym bardziej - w wyniku tego - wywodzić z tych działań negatywnych dla konsumentów skutków. Poprzez wskazaną powyżej staranność zawodową rozumie się takie działanie, w którym to przedsiębiorca będzie tak wykonywał umowę, aby nie wprowadzać do niej nowych treści, na które nie zezwalają mu zarówno postanowienia samej umowy, jak i obowiązujące przepisy prawa. Klienci przedsiębiorcy mają więc prawo oczekiwać - na zasadach dobrej wiary i w zaufaniu, że Bank jest instytucją zaufania społecznego - że nie będzie on wykonywał umowy w sposób, do którego nie jest on uprawniony.

(62) Literatura dopuszcza także dokonywanie stosownych ocen w zakresie dobrych obyczajów na podstawie norm środowiskowych, a więc o węższym zasięgu oddziaływania. Konsekwentnie, za naruszające dobre obyczaje przyjmuje się przekroczenie postanowień zawartych w kodeksach etycznych opracowywanych dla poszczególnych grup zawodowych⁸.

(63) Jak wskazuje motyw 20 Dyrektywy 2005/29/WE „Należy nadać odpowiednie znaczenie kodeksom postępowania, które umożliwiają przedsiębiorcom skuteczne stosowanie zasad niniejszej dyrektywy w poszczególnych dziedzinach gospodarki. W sektorach, w których istnieją szczególne obligatoryjne wymogi regulujące postępowanie przedsiębiorców, powinny one również stanowić podstawę oceny staranności zawodowej w określonym sektorze”.

(64) Co się tyczy obowiązujących w bankowości zwyczajów, w tym także dobrych obyczajów - jak wskazał Sąd Apelacyjny w Warszawie⁹ - to zostały one skodyfikowane w „Kodeksie Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej)”¹⁰. Wiążący charakter tychże zasad potwierdza art. 136 ust. 1 Prawa bankowego, który nakazuje biegłym rewidentom przeprowadzającym badanie sprawozdań finansowych banku powiadamiać Komisję Nadzoru Finansowego, radę nadzorczą i zarząd banku o ujawnionych faktach wskazujących na naruszenie zasad dobrej praktyki bankowej lub inne zagrożenie interesów klientów banku. Zgodnie z tym kodeksem, „banki, jako instytucje zaufania publicznego, w swojej działalności kierują się przepisami prawa, rekomendacjami Komisji Nadzoru Finansowego, uchwałami samorządu bankowego, normami przewidzianymi w Kodeksie oraz dobrymi zwyczajami kupieckimi. Banki i ich pracownicy oraz osoby, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe, uwzględniają zasady: profesjonalizmu, rzetelności, rzeczowości, staranności i najlepszej wiedzy”. Kodeks ten przewiduje, że „Bank w stosunkach z Klientami i przy wykonywaniu czynności na rzecz Klientów, powinien działać zgodnie z zawartymi umowami, w granicach dobrze pojętego interesu własnego

⁷ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. 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”).

⁸ M. Kępiński, „Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”, RPEiS 1994, nr 2, s. 7.

⁹ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 18 czerwca 2010 r., sygn. akt VI ACa 1431/09.

¹⁰ Przyjęty na XXV Walnym Zgromadzeniu Związku Banków Polskich 18.04.2013 r.

i z uwzględnieniem interesów Klientów. Bank nie może wykorzystywać swego profesjonalizmu w sposób naruszający interesy Klientów” (pkt 1.3).

(65) Do poszanowania ochrony interesów klientów odwołuje się także „Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego”¹¹ rekomendowany przez Komisję Nadzoru Finansowego. Jedną z zasad wyrażonych w Kanonie jest ta, zgodnie z którą podmiot finansowy działa uczciwie i rozważnie, z poszanowaniem słusznego interesu klientów i dobra rynku finansowego, oraz nie nadużywa swojej dominującej pozycji wynikającej z przewagi zasobów, w tym kwalifikacji lub kompetencji osób działających w jego imieniu (pkt 1 Uczciwość).

Sprzeczność działania przedsiębiorcy z dobrymi obyczajami

(66) W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy utożsamiać z przestrzeganiem przez Bank obowiązku dotrzymania zawartych z konsumentami umów kredytu lub pożyczki, w tym wykonywania ich zgodnie z opracowanymi przez Bank zasadami promocji. Bank przewidział w warunkach promocji obowiązek zasilenia konta i jednocześnie nie wskazał podstawy umownej, z której by wynikało, że dokonanie przez konsumenta zasilenia konta z innego konta prowadzonego przez Bank nie spełnia warunków promocji. Analiza warunków promocji prowadzi jednak do wniosku, że ich postanowienia były w tym zakresie jasne i precyzyjne - nie zawierały ograniczenia co do rodzaju rachunków, z których miało być zasilane konto. Dlatego należy przyjąć, że Bank mógł postąpić niezgodnie z umowami, które zawarł z konsumentami. Uznanie przez Bank, że konsumenci nie wypełniają zasad promocji niosło ze sobą dla nich negatywne konsekwencje w postaci wzrostu wysokości oprocentowania kredytu/pożyczki hipotecznej. Bank mógł zatem naruszyć dobre obyczaje poprzez nadużycie swojej pozycji profesjonalisty w stosunku do słabszego uczestnika obrotu. Takie działanie może stanowić naruszenie jednej z podstawowych zasad prawa cywilnego, według której umów należy dotrzymywać (*pacta sunt servanda*), a także ogólnej reguły prawa zobowiązań współdziałania wierzyciela i dłużnika przy wykonywaniu zobowiązania, zgodnie z jego treścią i w sposób odpowiadający zasadom współżycia społecznego, a jeżeli istnieją w tym zakresie ustalone zwyczaje - także w sposób odpowiadający tym zwyczajom (art. 354 kodeksu cywilnego). Przeciętny konsument ma prawo oczekiwać, że Bank dotrzyma postanowień zawartej z nim umowy - zgodnie z dobrymi obyczajami kupieckimi. Co istotne, twórcą postanowień promocji, do których w ramach adhezji przystępowali konsumenci, był Bank który miał w związku z tym możliwość ich redakcji wedle swoich intencji. Bank jako profesjonalista, formułując postanowienia umowne, powinien rozważyć wszystkie stany faktyczne, które mogą mieć miejsce przy wykonywaniu przez konsumenta postanowień umowy (np. wziąć pod uwagę, że konsumenci będą dokonywali przelewy pomiędzy rachunkami w ramach posiadanego pakietu) i - jeżeli intencją Banku było wyłączenie możliwości dokonywania w ramach promocji przelewów pomiędzy określonymi rodzajami kont - odpowiednie i wyraźne sformułowanie stosownych ograniczeń. Niemniej jednak, Bank w treści umowy nie zawarł takich postanowień.

(67) W ocenie Prezesa UOKiK, należy uznać za prawdopodobne, że działanie Banku naruszało zasady rzetelności, staranności oraz ciążyący na Banku obowiązek wykonywania umów zgodnie z ich treścią, a tym samym pozostawało w sprzeczności z dobrymi obyczajami.

¹¹ Uchwała Nr 99/08 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 18 marca 2008 r. w sprawie rekomendacji stosowania Kanonu Dobrych Praktyk Rynku Finansowego.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu

(68) Zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta może być zniekształcone w wyniku praktyki stosowanej przez Bank - konsument może dokonać przelewu określonej w warunkach promocji kwoty z innego rachunku, który prowadzony jest przez Bank, będąc przeświadczonym o tym, że działanie to będzie zgodne z warunkami promocji (skoro w tym zakresie Bank nie ustanowił żadnych ograniczeń), gdy tymczasem Bank uzna ten przypadek za naruszenie zasad promocji. Konsekwencją takiego zachowania konsumenta będzie żądanie zapłaty wyższych (zawierających podwyższoną kwotę odsetek) rat przez Bank. Ponadto, konsument, jako słabsza strona umowy kredytu/pożyczki może się obawiać konsekwencji nieuiszczenia rat w wysokości wymaganej przez silniejszego kontrahenta takich, jak wypowiedzenie umowy kredytu/pożyczki z tytułu niedotrzymania jej warunków, a w konsekwencji, w przypadku umów zabezpieczonych hipoteką, utraty nieruchomości. Dodatkowo konsument narażony jest na obowiązek zapłaty odsetek od zadłużenia przeterminowanego oraz innych opłat związanych z dochodzeniem roszczeń przez Bank. Należy przy tym zauważyć, że Bank mógł dochodzić ww. roszczeń poprzez wystawienie bankowego tytułu egzekucyjnego¹², który znacznie ogranicza konsumenta w możliwości obrony jego praw przed wszczęciem postępowania egzekucyjnego. W konsekwencji konsument może istotnie zmienić swoje zachowanie rynkowe i spłacać należności w kwocie wskazywanej przez Bank w harmonogramie spłaty, tj. uiszczać raty o wyższej wartości niż te, które musiałby płacić gdyby dalej obejmowały go postanowienia promocji.

(69) W ocenie Prezesa UOKiK, Bank poprzez podwyższenie oprocentowania kredytów lub pożyczek hipotecznych konsumentom, którzy przystąpili do jednej z promocji, wskazanych w pkt I sentencji Decyzji, oraz zasilali konta z innych kont prowadzonych dla nich przez DNB, mógł dopuścić się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 unpr.

Uprawdopodobnienie sprzeczności działania Banku z dobrymi obyczajami w zakresie praktyki opisaney w pkt II i III sentencji Decyzji

(70) Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu dokonał oceny działania Banku pod kątem sprzeczności z dobrymi obyczajami.

(71) Uwagi i argumentacja przedstawione powyżej w zakresie praktyki zarzucanej Bankowi w pkt I sentencji Decyzji przez Prezesa UOKiK w odniesieniu do pojęcia dobrych obyczajów i sposobów jego wykładni (nb 60, 62, 64 i 65) zachowują aktualność również na gruncie praktyk zarzucanych Bankowi w pkt II i III sentencji Decyzji.

(72) Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji w okolicznościach danego stanu faktycznego. W niniejszej sprawie, w odniesieniu zarówno do praktyki zarzucanej Bankowi w pkt II, jak i III sentencji Decyzji, dobre obyczaje należy

¹² Wyrokiem z dnia 14 kwietnia 2015 r. (sygnatura akt P 45/12) Trybunał Konstytucyjny orzekł, że art. 96 ust. 1 i art. 97 ust. 1 ustawy z 29 sierpnia 1997 r. - Prawo bankowe są niezgodne z art. 32 ust. 1 konstytucji.

utożsamiać z zasadą lojalności i uczciwości na etapie wykonywania kontraktu oraz poszanowaniem kontrahenta umowy. Podkreślenia wymaga, że konsumenci są faktycznie słabszą stroną stosunku umownego w relacji z przedsiębiorcą - w tym przypadku bankiem.

Pkt II sentencji Decyzji

(73) W rozpatrywanym przypadku, działanie Banku, o którym mowa w pkt II sentencji Decyzji może stanowić naruszenie dobrych obyczajów, zgodnie z którymi Bank, przy wykonywaniu długoterminowych umów o świadczenie usług finansowych o dużym znaczeniu ekonomicznym dla konsumentów, powinien powstrzymać się od stosowania w stosunku do konsumentów, bez ich wcześniejszego ostrzeżenia, uciążliwych następstw, które trwają do końca obowiązywania tych umów, w wypadku niedotrzymania choćby raz w ciągu 5 lat albo całego okresu trwania kredytu lub pożyczki jednego z warunków umowy.

(74) Należy zwrócić uwagę, że obowiązek przestrzegania warunków promocji dotyczy aż 5 lat albo wręcz całego okresu kredytowania (najdłuższy czas kredytowania wystąpił w wypadku kredytu udzielonego w ramach Promocji „NON STOP NISKA MARŻA III - tylko PLN” i wynosił 540 miesięcy). Zasadnym jest zatem, żeby konsument, przed poniesieniem konsekwencji otrzymał swego rodzaju ostrzeżenie. Należy zwrócić uwagę, że umowa kredytu lub pożyczki hipotecznej są umowami długoterminowymi o dużym znaczeniu ekonomicznym dla konsumenta. Służą one bowiem zazwyczaj finansowaniu zakupu nieruchomości, która stanowi główny składnik majątku konsumenta. W tak długich okresach jak przewidują regulaminy promocji istnieje duże prawdopodobieństwo, że konsument w którymś momencie może nie dotrzymać jednego z powyższych warunków promocji. W takim wypadku skutek przewidziany w warunkach promocji - podwyższenie oprocentowania do końca okresu kredytowania bez wcześniejszego wystosowania ostrzeżenia - może być zbyt dotkliwy w porównaniu do naruszenia, a konsekwencje ekonomiczne jakie wystąpią po stronie konsumenta nieporównywalnie bardziej dotkliwe w odniesieniu do ewentualnego uszczerbku finansowego Banku, jaki swoim zachowaniem może wywołać konsument. Zachowanie takie może być zatem niezgodne z obowiązkiem traktowania konsumenta w sposób uczciwy i równorzędny.

(75) W tym miejscu należy zwrócić uwagę na fakt, że ustawodawca w wielu przepisach przewidział podobne ograniczenia dla wierzycieli (w szczególności w zakresie możliwości wypowiedzenia umowy) i wprowadził obowiązek ostrzeżenia dłużnika, że niedostosowanie się przez niego do żądań wierzyciela prowadzić będzie do wystąpienia uciążliwych następstw. Jako przykład można podać np. przepisy zawarte w art. 543¹ § 2, 551 § 2, 586 § 2, 687, 703, 709¹³ § 2, 830 § 2 kodeksu cywilnego.

Pkt III sentencji Decyzji

(76) W rozpatrywanym przypadku istotą zachowania Banku jest działanie polegające na wykorzystaniu silniejszej pozycji poprzez ustanawianie warunków korzystania z umowy rachunku bankowego, powiązanej z umową kredytu hipotecznego lub pożyczki hipotecznej, na niekorzyść konsumentów, przy jednoczesnym uniemożliwieniu im rozwiązania tej umowy bez ponoszenia dalszych negatywnych konsekwencji finansowych.

(77) W przedmiotowej sprawie Prezes UOKiK nie analizował podstaw do zmian wprowadzonych w wykonywanych umowach, lecz praktyki Banku dotyczące podwyższenia konsumentom opłat za „pakiet” oraz konsekwencje ewentualnej rezygnacji przez konsumentów z tych umów.

(78) Biorąc pod uwagę powyższe, należy wskazać, że zachowanie Banku polegające na podwyższaniu konsumentom kosztów korzystania z usługi finansowej A (rachunku

bankowego) powiązanej z usługą finansową B (w tym przypadku kredytu hipotecznego, pożyczki hipotecznej, kredytu konsolidacyjnego), przy jednoczesnym uniemożliwieniu konsumentom rozwiązania umowy dotyczącej usługi A bez poniesienia negatywnych konsekwencji związanych ze wzrostem kosztów korzystania z usługi finansowej B, mogło być sprzeczne z dobrymi obyczajami.

(79) Bank, modyfikując warunki korzystania z pakietu „Personale”, mógł doprowadzać do zmiany pierwotnych warunków cenowych, które zdecydowały o wyborze danej oferty przez konsumenta. Należy bowiem wskazać, że DNB przedstawiał konsumentom ofertę zawarcia umowy kredytowej umożliwiającej uzyskanie niższego oprocentowania kredytu przy jednoczesnym skorzystaniu z pakietu „Personale”. Konsumenty, decydujący się na zawarcie umowy kredytowej na preferencyjnych warunkach (względem stawek standardowych), akceptowali określone koszty związane ze skorzystaniem z ww. pakietu. Jednocześnie Bank w toku wykonywania umów kredytowych, podwyższał opłaty związane z korzystaniem z ww. pakietu.

(80) Dodatkowo działanie Banku, polegające na pobieraniu podwyższonej opłaty za korzystanie z pakietu „Personale”, utrudniało konsumentom rozdzielenie łączących ich z Bankiem umów kredytu hipotecznego i umów rachunku bankowego, a tym samym skorzystanie z uprawnień, przysługujących na podstawie przepisów innych ustaw (tj. art. 29 ust. 2 pkt 2 ustawy o usługach płatniczych oraz art. 384¹ Kodeksu cywilnego, które przewidują prawo adherenta do wypowiedzenia umowy w sytuacji wprowadzenia do niej jednostronnych zmian, które mogą odbiegać od pierwotnego brzmienia umowy na jego niekorzyść). W omawianym przypadku ochrona konsumenta wynikająca z tych ustaw mogła okazać się iluzoryczna.

(81) Należy na marginesie wskazać, że powyższe działanie mogło także wiązać się po stronie konsumentów z koniecznością podjęcia szeregu dodatkowych czynności, np. poinformowania pracodawcy lub urzędu skarbowego o zmianie rachunku bankowego, konieczności podjęcia licznych działań w celu utrzymania odpowiedniego poziomu zabezpieczeń, w sytuacji, gdy rachunek wchodzący w skład pakietu był zabezpieczeniem spłaty kredytu. Powyższe okoliczności mogły wpływać w sposób negatywny na skłonność konsumentów do zmiany rachunku oraz zachęcać do jego dalszego prowadzenia, pomimo np. podwyższenia opłat za jego prowadzenie.

(82) Tym samym, sytuacja, w której Bank wykorzystuje swoją silniejszą pozycję i stosując ekonomiczny nacisk polegający na tym, że konsumenci muszą ponosić koszt podwyższonej opłaty za korzystanie z pakietu „Personale” (wbrew pierwotnym warunkom promocji) albo zrezygnować z pakietu, co będzie się wiązało z podwyższeniem oprocentowania kredytu lub pożyczki hipotecznej, może stanowić zachowanie naruszające dobre obyczaje. Pobieranie podwyższonej opłaty w wysokości 22 zł może bowiem prowadzić do wykorzystania przez Bank uprzywilejowanej pozycji względem konsumenta, który nie chce utracić preferencyjnego oprocentowania kredytu. Takie działanie może być oceniane jako niełojalne, gdyż Bank ma świadomość, że konsument musi wyrazić zgodę na wzrost opłaty lub, w przypadku niewyrażenia zgody, konsument i tak poniesie negatywne konsekwencje w postaci podwyższenia oprocentowania.

(83) Ponadto, Bank formułując w ten sposób warunki promocji znacznie ograniczył konsumentom możliwość decydowania o tym czy chcą kontynuować umowę o pakiet usług bankowych. Nawet jeśli konsument chciałby być stroną takiej umowy, to została mu ograniczona możliwość wyboru produktu oferowanego przez innego przedsiębiorcę, który

może być np. lepszy lub bardziej opłacalny kosztowo. W takim wypadku zmiana ceny usługi powiązanej na etapie wykonywania umowy może być odbierana jako nieuczciwa.

Powyższe zachowanie może być zatem niezgodne z obowiązkiem traktowania konsumenta w sposób uczciwy i równorzędny.

(84) Z powyższych względów, zachowania Banku wskazane w pkt II i III sentencji Decyzji mogą zostać uznane za sprzeczne z treścią art. 24 ust. 1 oraz 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

(85) Odnosząc się do wniosków złożonych w toku postępowania przez Bank o przeprowadzenie dowodów z dokumentów urzędowych w postaci prawomocnych wyroków wydanych przez sądy powszechne w sprawach indywidualnych, czy dowodu z protokołu z pozasądowego postępowania mediacyjnego (jak w nb. 10, 12 i 13 Decyzji), Prezes UOKiK wskazuje, że przedłożone przez Bank dokumenty poczytuje jako stanowisko prezentowane przez stronę postępowania. Znane są Prezesowi UOKiK stanowiska przytaczane przez Bank w niniejszej sprawie. Niemniej nie mogą one mieć znaczenia dla rozstrzygnięcia przedmiotowej sprawy z tego względu, że przywoływane przez Bank indywidualne sprawy analizowane były pod kątem naruszenia innych przepisów niż te, które stanowią podstawę zarzutów formułowanych przez Prezesa UOKiK.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

(86) Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów formułuje definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 wyżej przywołanej ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich - aktualnych lub potencjalnych klientów - traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę¹³.

(86) Stanowisko to potwierdzone zostało w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, że: „nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów”¹⁴.

(87) Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie - z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę - zbiorowością przypadkowych

¹³ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08, a także T. Skoczny, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, Warszawa 2009, s. 962.

¹⁴ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01.

jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy. Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie liczba faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

(88) W ocenie Prezesa UOKiK, zakwestionowane w pkt I i II sentencji Decyzji zachowanie Banku może godzić w zbiorowe interesy konsumentów, bowiem każdy konsument, który zawarłby z Bankiem umowę kredytu oraz przystąpił do przedmiotowych promocji byłby dotknięty stosowaną przez Bank praktyką, gdyby zaistniały okoliczności faktyczne takie jak opisane w uzasadnieniu. Z kolei praktyka wskazana w pkt III sentencji Decyzji może godzić w zbiorowe interesy konsumentów, gdyż każdy konsument, który zawarłby z Bankiem umowę kredytu, przystąpił do przedmiotowych promocji oraz wybrał pakiet „Personale”, byłby dotknięty stosowaną przez Bank praktyką.

(89) Następstwem wszystkich wskazanych w pkt I - III sentencji Decyzji działań było podwyższenie konsumentom oprocentowania kredytu hipotecznego.

(90) Prezes Urzędu, podejmując rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji, nie opierał się na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania Banku odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów.

(91) Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. W ocenie Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie zagrożone były interesy majątkowe konsumentów.

(92) Mając powyższe na względzie należy uznać, że również przesłanka dotycząca godzenia w zbiorowe interesy konsumentów została uprawdopodobniona w zakresie zarzutu z pkt I, II i III sentencji Decyzji.

Przyjęcie zobowiązania przedsiębiorcy w zakresie praktyki opisanej w punkcie I, II i III sentencji Decyzji

(93) Zgodnie z art. 28 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu - że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do

zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes UOKiK może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań.

Taka sytuacja zachodzi w niniejszej sprawie.

(94) Analiza przepisu art. 28 ust. 1 uokik pozwala jednoznacznie stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia przesłanek:

- uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;
- zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków;
- uznania przez Prezesa UOKiK za celowe nałożenia obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

(95) Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu *quasi*-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą¹⁵. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów¹⁶. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie¹⁷.

(96) Bank w toku postępowania złożył wnioski o wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 uokik w zakresie praktyk wskazanych w sentencji niniejszej decyzji, celem ich wyeliminowania i usunięcia skutków z nimi związanych. Przedmiotowe zobowiązanie było modyfikowane. Ostatecznie swoim zakresem objęło działania, które zmierzają do zaniechania stosowania praktyk określonych w pkt I, II i III sentencji Decyzji i usunięcia ich skutków, a których przedmiot został szczegółowo wskazany w pkt I, II i III sentencji Decyzji.

(97) Biorąc pod uwagę, że zarzucane Bankowi praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów zostały uprawdopodobnione oraz że Spółka złożyła wnioski o przyjęcie zobowiązania zmierzającego do zakończenia naruszeń zbiorowych interesów konsumentów i usunięcia ich skutków, dopuszczalne stało się skorzystanie przez Prezesa UOKiK z przewidzianej w art. 28 ust. 1 uokik możliwości nałożenia na Bank obowiązku wykonania tego zobowiązania.

(98) W szczególności na aprobatę zasługuje działanie Banku zmierzające do usunięcia skutków praktyk w aspekcie finansowym, które - z zastrzeżeniami i w granicach wskazanych w sentencji Decyzji - przybiera formę przywrócenia na przyszłość marży promocyjnej konsumentom, dokonania konsumentom zwrotu kwoty wynikającej z pobranego przez Bank podwyższonego oprocentowania, przywrócenia konsumentom na przyszłość opłaty za pakiet do wysokości 18 zł, dokonania konsumentom zwrotu kwoty wynikającej z pobranej przez Bank podwyższonej opłaty za pakiet.

¹⁵ D. Miąsik, [w:] Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz pod red. T. Skoczny, Warszawa 2009 r., s. 1048.

¹⁶ J. Sroczyński, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz *de lege ferenda*), IKAR 1/2012, s.99.

¹⁷ J. Sroczyński, Naruszenie... *op. cit.*, s. 99.

(99) Pożądanym dopełnieniem zobowiązania będzie opublikowanie informacji o Decyzji oraz jej treści na stronie internetowej Banku, które to działanie spełni funkcję prewencyjną i edukacyjną wobec innych uczestników rynku oraz pozwoli ustrzec przedsiębiorców i konsumentów przed negatywnymi skutkami podobnych działań.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu przyjął zobowiązanie Banku.

Mając powyższe na uwadze należało orzec jak w pkt I, II i III sentencji Decyzji.

Obowiązek składania informacji o stopniu realizacji zobowiązania

(100) Stosownie do art. 28 ust. 3 uokik, elementem obligatoryjnym decyzji zobowiązującej jest nałożenie przez Prezesa Urzędu obowiązku składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Nałożenie obowiązku sprawozdawczego zwalnia Prezesa Urzędu z konieczności monitorowania zachowań przedsiębiorcy, a pozwala skoncentrować się na efekcie końcowym realizacji zobowiązań, jakim jest sprawozdanie. Terminy wyznaczono w taki sposób, by Bank miał możliwość dokonania tych działań oraz zebrania informacji o stopniu ich wykonania.

Biorąc pod uwagę powyższe, na Bank nałożono obowiązek przekazania informacji i dokumentów wymienionych w pkt III sentencji Decyzji:

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji niniejszej decyzji.

(101) Stosownie do treści przepisu art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz. U. z 2018 r. poz. 155) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - w terminie miesięcznym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

z up. PREZESA
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
ZASTĘPCA DYREKTORA
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów
Artur Zwaliński

Otrzymuje:

1. [...]

2. a/a