

DELEGATURA

UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 2010-09-09

RKT-61-05/10/HS

Decyzja Nr RKT 28/2010

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz § 2 ust. 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887),
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie:

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** bezprawne działania Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

1/ ustalaniu łącznej kwoty wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki w sposób, który jest niezgodny z art. 7a ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.), co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2/ nieinformowaniu konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o kredyt konsumencki o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 16 b ust. 1 pkt 13 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22 poz. 271 ze zm.), co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
i nakazuje się zaniechanie ich stosowania.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** zachowania Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

1/ niezamieszczeniu w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, co jest niezgodne z art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.), co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2/ niezamieszczeniu w dotyczących kredytu konsumenckiego reklamach prasowych oraz banerach reklamowych umieszczanych na wagonach pociągów warszawskiego metra informacji o kosztach wynikających ze środka porozumiewania się na odległość, które są skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, co stanowi naruszenie art. 9 ust 1 pkt 7 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22 poz. 271 ze zm.), co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 20.12.2009r.

III. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** zachowania Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

1/ niezamieszczeniu w treści umów o kredyt konsumentki informacji o:

a/ rocznej stopie oprocentowania oraz warunkach jej zmiany, co jest niezgodne z art. 4 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.),

b/ rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, co jest niezgodne z art. 4 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.),

c/ rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunkach jej zmiany, co stanowi naruszenie art. 4 ust. 2 pkt 13 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.),

co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2/ określeniu w umowach o kredyt konsumentki odsetek, których wysokość jest niezgodna z art. 359 § 2(1) ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.),

co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 23.12.2009r.

IV. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** zachowanie Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na nieinformowaniu konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o prawie oraz sposobie odstąpienia od umowy, co jest niezgodne z art. 16 b ust. 1 pkt 9 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22 poz. 271 ze zm.), co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 10.03.2010r.

V. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się** na Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie

1. **karę pieniężną** w wysokości 325 zł (słownie: trzystu dwudziestu pięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji.
2. **karę pieniężną** w wysokości 325 zł (słownie: trzystu dwudziestu pięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji.
3. **karę pieniężną** w wysokości 137 zł (słownie: stu trzydziestu siedmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji.
4. **karę pieniężną** w wysokości 137 zł (słownie: stu trzydziestu siedmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji.
5. **karę pieniężną** w wysokości 228 zł (słownie: dwustu dwudziestu ośmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i

ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji.

6. **karę pieniężną** w wysokości 456 zł (słownie: czterystu pięćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie III ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji.
7. **karę pieniężną** w wysokości 456 zł (słownie: czterystu pięćdziesięciu sześciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie IV sentencji niniejszej decyzji.

VI. Na podstawie art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 80 tej ustawy oraz na podstawie art. 264 §1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst. jedn. Dz.U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanawia się **obciążyć** Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie **kosztami** przeprowadzonego **postępowania** i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty 26,30 PLN (słownie złotych: dwudziestu sześciu złotych i trzydziestu groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej zwany Prezesem Urzędu) przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygn. akt RKT-405-11/09/HS) w sprawie Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej zwaną Spółką), które miało na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działalnością Spółki nastąpiło naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach. W toku przedmiotowego postępowania zbadano reklamy oraz wzorce umów stosowane przez Spółkę przy zawieraniu z konsumentami krótkoterminowych umów o kredyt konsumencki, a także umowy o kredyt konsumencki faktycznie zawarte z konsumentami. W wyniku analizy rzeczonych wzorców, umów i reklam Prezes Urzędu powziął podejrzenie, iż działanie Spółki może naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i konieczne stało się wszczęcie w dniu 15.02.2010r. przedmiotowego postępowania, którego zakres określa postanowienie nr 1 (karta nr 2). Prezes Urzędu postanowieniem nr 2 zaliczył dokumenty zgromadzone w postępowaniu wyjaśniającym w poczet dowodów niniejszego postępowania (karta nr 4).

W odpowiedzi na zarzuty Prezesa Urzędu określone w pkt. II-IV sentencji decyzji Spółka podniosła, że od 20.12.2009r. nie korzysta z reklam prasowych oraz z banerów reklamowych umieszczanych na wagonach pociągów warszawskiego metra. Spółka powiadomiła Prezesa Urzędu, że stosuje zmieniony od 23.12.2009r. wzorzec umowy określającej warunki udzielania pożyczek gotówkowych (karty nr 71-72). W zmienionym wzorcu Spółka określiła w pkt. 3.1 roczną stopę oprocentowania i wysokość odsetek na 20% w stosunku rocznym, a także rzeczywistą roczną stopę oprocentowania oraz w pkt. 3.2 wzorca – roczną stopę oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunki jej zmiany (karty nr 73-79). Na potwierdzenie wprowadzenia pierwszej zmiany wzorca umowy o kredyt konsumencki Spółka przesłała umowy zawarte z konsumentami (karty nr 158-187). W toku przedmiotowego postępowania, uznając zarzuty Prezesa Urzędu, Spółka zmieniła wzorzec umowy i od dnia 10.03.2010r. stosuje po raz drugi zmieniony wzorzec umowy określającej warunki udzielania pożyczek gotówkowych, w którym w pkt. 6.8 zawarta jest informacja o prawie i sposobie odstąpienia od umowy (karta nr 190-211). Stosowanie zmienionego po raz drugi wzorca potwierdzają umowy zawarte z konsumentami (karty nr

212-243). Spółka zmieniając dwukrotnie wzorce umowy umieściła w nich informacje określone w punkcie II-IV sentencji decyzji (karty nr 108-116 i 154-155).

Spółka nie uznała zarzutów Prezesa Urzędu w zakresie określonym z punkcie I sentencji decyzji. Odnośnie postawionego zarzutu ustalania łącznej kwoty wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki w sposób niezgodny z art. 7 a ustawy o kredycie konsumenckim Spółka podniosła, iż inne koszty, takie jak: odsetki, koszty ubezpieczenia, opłaty za wezwanie do zapłaty, czy opłaty za przedłużenie spłaty, nie podlegają wliczeniu, a ustalona przez nią prowizja nie przekracza 5 %.

Spółka wnosi o umorzenie postępowania w zakresie tego zarzutu (karty nr 108-116). Odnośnie zarzutu nieinformowania konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o kredyt konsumencki o miejscu i sposobie składania reklamacji Spółka podniosła, że cyt: „za chwilę złożenia propozycji zawarcia umowy należy uznać chwilę zapoznania się klienta z ofertą przedstawioną na stronie internetowej Spółki, co jest warunkiem koniecznym do procedury rejestracyjnej w serwisie”, a (...) „informacja znajduje się w dziale FAQ (Frequently Asked Questions – Najczęściej zadawane pytania): Nie otrzymałem/am z SMS365 rachunku na spłatę pożyczki. Co robić? Odpowiedź: Zadzwoń do nas na numer 022 3227700 lub napisz na info@sms365.pl.” W przypadku nie uznania tego argumentu Spółka zobowiązuje się w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do zmiany postanowień umowy poprzez bezpośrednie wskazanie w umowie informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji oraz do zamieszczenia rzeczonych informacji w serwisie internetowym w terminie 2 miesięcy od dnia wydania decyzji (karty nr 108-116).

Prezes Urzędu działając na podstawie art. 10 § 1 K.p.a., w celu umożliwienia wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań, zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy (karty nr 259-260). Spółka nie skorzystała z uprawnienia określonego w art. 10 § 1K.p.a.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje.

Spółka wpisana jest do KRS pod nr 0000327459 (karty nr 10-12). Rodzaj prowadzonej przez Spółkę przeważającej działalności to pozostałe formy udzielania kredytów (karta nr 14). Spółka swoim działaniem obejmuje obszar Rzeczypospolitej Polskiej, a umowy pożyczki krótkoterminowej zawierane z konsumentami są umowami zawieranymi na odległość (karta nr 6-7 i 61-65).

Według ustalonych przez Spółkę zasad konsumentów zarejestrowani na stronie internetowej po uiszczeniu opłaty rejestracyjnej (1 zł) powiadamiani są przez Spółkę smsem o potwierdzeniu rejestracji lub jej odmowie. Następnie konsument wysyła smsem wniosek o pożyczkę. Spółka wskazała, że przy rejestracji każdy zainteresowany konsument potwierdza, że zapoznał się z warunkami umowy pożyczki oraz ubezpieczenia na życie (karty nr 6-7). Spółka oświadczyła, że umowa pożyczki wraz z warunkami ubezpieczenia niezwłocznie wysyłana jest na adres podany przez konsumenta przy rejestracji. Każdemu konsumentowi wysyłane są dwa egzemplarze umowy wraz z załącznikami i kopertą zwrotną (karta nr 33). Załącznikami do umowy pożyczki są: upoważnienie do wystąpienia i uzyskania informacji o pożyczkobiorcy oraz warunki ubezpieczenia (karty nr 66-67). Spółka poprzez ogólnie dostępną witrynę internetową WWW.sms365.pl udostępnia konsumentom informacje o zasadach, warunkach i kosztach udzielania kredytów (karty nr 15-32).

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu ocenił następujące trzy wzorce umów o kredyt konsumencki stosowane przez Spółkę przy zawieraniu z konsumentami krótkoterminowych umów o kredyt konsumencki:

1/ wzorzec o nazwie „Umowa” stosowany od 01.08.2009r. do 22.12.2009r. (karty nr 23-28), którego stosowanie potwierdzają faktycznie zawarte z konsumentami umowy określające warunki udzielania pożyczek gotówkowych (karty nr 34-60) –dalej zwany starym wzorcem,

2/ wzorzec o nazwie „umowa określająca warunki udzielania pożyczek gotówkowych”, z pierwszymi zmianami dokonany przez Spółkę, stosowany od dnia 23.12.2009r. do dnia 09.03.2010r. (karty nr 71-72), którego stosowanie potwierdzają umowy zawarte z konsumentami (karty nr 158-187) –dalej zwany pierwszym wzorcem.

3/ wzorzec o nazwie „umowa określająca warunki udzielania pożyczek gotówkowych” stosowany od 10.03.2010r. (karty nr 191-211), w którym Spółka dokonała po raz drugi zmian i którego stosowanie potwierdzają umowy zawarte z konsumentami (karty nr 212-243) –dalej zwany drugim wzorcem.

Na stronie internetowej Spółki podany jest koszt opłaty rejestracyjnej 1 zł, która nie podlega zwrotowi oraz koszt smsa 2,44 zł (karta nr 19), a także określona przez Spółkę prowizja za udzielenie pożyczki (karta nr 21). Konsument korzystający z usług Spółki ponosi koszt opłaty rejestracyjnej i smsa o podwyższonej opłacie. Spółka w pkt. 3.1 starego wzorca umowy dostępnego na stronie internetowej określiła 5 % prowizję za udzielenie pożyczki. Tak więc łączna kwota wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki przekracza 5 % kwoty udzielonego kredytu. W tym zakresie Spółka nie dokonała zmian w pierwszym i drugim wzorcu umowy.

Spółka przy użyciu środków porozumiewania się na odległość zawiera z konsumentami umowy o kredyt konsumencki. Na stronie internetowej Spółki, a także we wzorcach umowy konsumentów nie mają udostępnionej informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji. Tak więc Spółka używając w kontaktach z konsumentami środka porozumiewania się na odległość, nie informuje konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Spółka poinformowała Prezesa Urzędu, że reklamy swoich usług umieszcza w prasie oraz na banerach zamieszczonych w pociągach warszawskiego metra (karty nr 6-7). Spółka przesłała stosowane od października 2009r. poświadczony kserokopie reklam prasowych oraz baneru reklamowego (karty nr 61-65). W reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego brak jest informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania. Według zasad ustalonych przez Spółkę, konsument zainteresowany otrzymaniem kredytu wysyła wniosek sms-em (karty nr 6-7), którego koszt wynosi 2,44 zł (karta nr 19). W reklamach usług Spółki umieszczonych w prasie oraz w pociągach warszawskiego metra brak jest informacji o kosztach wynikających ze środka porozumiewania się na odległość, które są skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy. Spółka oświadczyła, że od dnia 20.12.2009r. nie korzysta z reklam prasowych oraz nie korzysta z banerów reklamowych w metrze (karty nr 71-72 i 110-111).

W starych wzorcach umowy Spółka określiła prowizję za korzystanie z pożyczki licząc 23 % rocznie (karta nr 27). W zawieranych przez Spółkę z konsumentami umowach o kredyt konsumencki z zastosowaniem starego wzorca brak jest informacji o rocznej stopie oprocentowania oraz warunkach jej zmiany, a także o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania oraz o rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunkach jej zmiany (karty nr 34-60).

W przedmiotowej sprawie Spółka w umowach z dnia 4 i 5 sierpnia 2009r. (karty nr 34-41, 43-50, 52-59) nalicza według kolumny 4. punktu 3.1 umów „prowizję za korzystanie z pożyczki licząc 23 % rocznie”, co jak wyjaśnia Spółka stanowi oprocentowanie pożyczki (karta nr 66-67). Na stronie internetowej pod adresem: <http://www.nbp.pl/Dzienne/Stopy> publikowane są podstawowe stopy procentowe NBP. Stopa lombardowa na dzień 25.06.2009r. wynosiła 5 % (karta nr 262). Spółka w umowach zawieranych od dnia 23.12.2009r. z zastosowaniem pierwszego wzorca określiła w pkt. 3.1 prowizję za korzystanie z pożyczki, licząc 20 % rocznie. W umowach tych Spółka określiła roczną stopę oprocentowania oraz warunki jej zmiany, a także rzeczywistą roczną stopę oprocentowania. W umowach tych znajduje się także informacja o rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunkach jej zmiany. W umowach o kredyt konsumencki zawieranych z konsumentami od dnia 23.12.2009r. Spółka określiła wysokość odsetek na 20% w stosunku rocznym (karty nr 73-103).

Spółka w kontaktach z konsumentami stosuje środki porozumiewania się na odległość i najpóźniej w chwili składania konsumentom propozycji zawarcia umowy o kredyt konsumencki nie informuje konsumentów o prawie oraz sposobie odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy. W tym zakresie w toku postępowania Spółka zmieniła swoje zachowania zmieniając po raz drugi od dnia 10.03.2010r. wzorzec umowy i umieszczając w pkt. 6.8 wzorca umowy następującą informację „Zgodnie z art. 16c ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny Pożyczkobiorca może każdorazowo bez podania przyczyny odstąpić od Umowy Pożyczki w terminie 14 dni od daty jej zawarcia. Termin do odstąpienia liczy się od dnia otrzymania przez Pożyczkobiorcę środków pieniężnych na rachunku bankowym” (karty nr 191-211).

Osiągnięty w roku 2009 przychód Spółki wyniósł 650.954,03 zł. W tym okresie Spółka nie osiągnęła zysku (karty nr 255-257).

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*. Przepis art. 24 ust. 2 ww. ustawy stanowi, że *Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji*. Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ k.c. w zw. z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań naruszających zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się terminem „w szczególności”, co oznacza, że ma on charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę określoną w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działań, które naruszyły przepisy innych aktów prawnych. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem.

Aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie następujących trzech przesłanek:

- kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- zachowanie przedsiębiorcy musi nosić znamiona bezprawności,
- zachowanie powyższe musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera definicję przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 4 pkt 1 powołanej ustawy, pod pojęciem tym należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1905 ze zm.) oraz: a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej, b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, d) związek

przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2 – na potrzeby przepisów dotyczących (...) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (trzeci człon definicji przedsiębiorcy zawartej w art. 4 pkt 1 lit. c) znajduje zastosowanie wyłącznie w postępowaniach w sprawach koncentracji). Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, przedsiębiorcą w jej rozumieniu jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 ww. ustawy).

Regita Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada ona status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Druga przesłanka zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem lub gdy nie dopełnia ciążącego na nim obowiązku. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy i stopień tej winy, a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

Trzecia przesłanka niezbędna do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest natomiast spełniona wówczas, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów określa zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów konsumentów oraz reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, co wynika z treści art. 1 ust. 1 i 2 tej ustawy. Zbiorowy interes konsumentów dotyczy nieokreślonego ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce wtedy, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą o ochronie konkurencji konsumentów dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku oraz wtedy, gdy działania te wywołują inne niekorzystne zjawiska. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni zatem ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. W przedmiotowej sprawie opisane działania Spółki dotyczą zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane są do nieokreślonego kręgu konsumentów, których nie sposób jednoznacznie zidentyfikować. Stosowane praktyki wymierzone są bowiem we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez Spółkę usług, z którymi zawarto umowy o kredyt konsumencki o treści zakwestionowanej w toku niniejszego postępowania, jak również w potencjalnych odbiorców jej usług, będących konsumentami w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wskazuje to na naruszenie w przedmiotowej sprawie interesu publicznego, przez który należy rozumieć prawo wszystkich konsumentów do bezpieczeństwa ekonomicznego oraz do otrzymania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni bowiem ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym; znajduje zastosowanie wówczas, gdy określone zachowanie dotyka nieokreślonej z góry liczby uczestników rynku.

Jak wynika z powyższego dla stwierdzenia, że w zakresie objętym postawionym w niniejszej sprawie zarzutem doszło do naruszenia przez Spółkę art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zachodzi konieczność wykazania, że zakwestionowane przez Prezesa Urzędu zachowania Spółki są zachowaniami bezprawnymi.

Ad I.

1. Spółce postawiono zarzut bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na ustalaniu łącznej kwoty wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki w sposób, który jest niezgodny z art. 7a ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.).

Punktem wyjścia w ocenie, czy zachowanie Spółki będące przedmiotem postawionego jej zarzutu nosi cechy bezprawności stanowi art. 7a ustawy o kredycie konsumenckim stanowiącym, że *Łączna kwota wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki, z wyłączeniem udokumentowanych lub wynikających z innych przepisów prawa kosztów, związanych z ustanowieniem, zmianą lub wygaśnięciem zabezpieczeń i ubezpieczeń (w tym kosztów ubezpieczenia spłaty kredytu (...), nie może przekroczyć 5% kwoty udzielonego kredytu konsumenckiego.*

Odnośnie postawionego zarzutu ustalania łącznej kwoty wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki w sposób niezgodny z art. 7a ustawy o kredycie konsumenckim Spółka podniosła, iż inne koszty, takie jak: odsetki, koszty ubezpieczenia, opłaty za wezwanie do zapłaty, czy opłaty za przedłużenie spłaty, nie podlegają wliczeniu, a ustalona przez nią prowizja nie przekracza 5 %.

W opinii Prezesa Urzędu w przedmiotowej sprawie bezsporne jest, że konsument ponosi koszt opłaty rejestracyjnej 1 zł oraz podwyższonej opłaty za smsa wynoszący 2,44 zł, a także 5% prowizji za udzielenie pożyczki. Tak więc w przedmiotowej sprawie łączna kwota ponoszonych przez konsumenta wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki przekracza 5% kwoty udzielonego kredytu, co potwierdza bezprawność działania Spółki. Ustawodawca w treści ww. przepisu wyraźnie wskazał górną granicę ponoszonych przez konsumenta kosztów zawarcia umowy o kredyt konsumencki „...nie może przekroczyć 5% kwoty udzielonego kredytu konsumenckiego”.

Biorąc powyższe pod uwagę Prezes Urzędu uznał, iż zakwestionowane działania Spółki godzą w interesy konsumentów, albowiem oddziałują na interesy odbiorców. Zakwestionowane postanowienia nakładają na odbiorców ciężar większy od powszechnie przyjętych w stosunkach danego rodzaju.

W tym stanie rzeczy stwierdzić należy, iż opisane działanie świadczy o godzącym w interesy konsumentów bezprawnym działaniu Spółki.

W tym stanie rzeczy należy przyjąć, że zachowanie Spółki będące przedmiotem postawionego w niniejszej sprawie zarzutu stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

2. Postawiony Spółce zarzut dotyczy bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegającej na nieinformowaniu konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o kredyt konsumencki o miejscu i sposobie składania reklamacji, co jest niezgodne z art. 16b ust. 1 pkt 13 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22 poz. 271 ze zm.- dalej zwanej ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów (...)).

Stosownie do definicji zawartej w art. 16a ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) usługami finansowymi są umowy kredytu konsumenckiego. Stosownie do szczególnych regulacji zawartych ww. ustawie, zgodnie z art. 16b ust. 1 pkt 13 *Konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o miejscu i sposobie składania reklamacji.*

Spółka nie uznała ww. zarzutu i podniosła cyt: „za chwilę złożenia propozycji zawarcia umowy należy uznać chwilę zapoznania się klienta z ofertą przedstawioną na stronie internetowej Spółki, co jest warunkiem koniecznym do procedury rejestracyjnej w serwisie”, a (...) „informacja znajduje się w dziale FAQ (Frequently Asked Questions – Najczęściej zadawane pytania): Nie otrzymałem/am z SMS365 rachunku na spłatę pożyczki. Co robić? Odpowiedź: Zadzwoń do nas na numer 022 3227700 lub napisz na info@sms365.pl.” W przypadku nie uznania tego argumentu Spółka zobowiązuje się w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do zmiany postanowień umowy poprzez bezpośrednie wskazanie w umowie informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji oraz do zamieszczenia rzeczonyj informacji w serwisie internetowym w terminie 2 miesiące od dnia wydania decyzji (karty nr 108-116).

Spółka zorganizowała swoją działalność w taki sposób, że zawiera z konsumentami umowy o kredyt konsumencki na odległość (karta nr 6-7 i 61-65) i w przedmiotowej sprawie wiodące znaczenie ma ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów (...). Ustawodawca wymaga, by w informacjach podanych konsumentowi znalazły się dane na temat tego, w jakich miejscach i w jaki sposób konsument może składać reklamację. Należy zwrócić uwagę, że ww. informacja przede wszystkim ma ułatwić konsumentowi orientację, co do sposobu i miejsca złożenia reklamacji. Dla konsumenta istotne znaczenie mają informacje o rozmieszczeniu punktów reklamacyjnych, czasie ich otwarcia, możliwości przyjmowania zgłoszeń reklamacji za pomocą środka porozumiewania się na odległość oraz o czasie załatwienia reklamacji. Należy zwrócić uwagę na obowiązujące w porządku prawnym unormowanie zawarte w art. 11 ust. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) *Umowa powinna określać miejsce i sposób składania reklamacji, nie powodując nadmiernych trudności lub kosztów po stronie konsumenta.*

W opinii Spółki umieszczona na stronie internetowej informacja i możliwości zadawania pytań przez konsumentów jest równoznaczna z określeniem miejsca i sposobu składania reklamacji. W opinii Prezesa Urzędu brak jest podstaw do uwzględnienia stanowiska Spółki w przedmiotowej sprawie. Powołane powyżej unormowania określają zakres nałożonych na Spółkę obowiązków. „Szeroko ujęty obowiązek informacyjny jest jednym z filarów ochronnego reżimu umowy zawieranej na odległość”¹. „Zasadą jest udzielanie informacji przez przedsiębiorcę w sposób nieprzymuszony, samorzutnie; nie zaś tylko umożliwienie konsumentowi jej uzyskania, w razie inicjatywy konsumenta”². W niniejszym przypadku doszło do złamania ustawowego obowiązku spoczywającego na Spółce poprzez niedopełnianie obowiązku przekazywania konsumentom wymaganego zakresu informacji, w konsekwencji czego zakres przysługującej konsumentom ochrony uległ ograniczeniu. W opinii Prezesa Urzędu Spółka zobowiązana jest do działania zgodnego z art. 16b ust. 1 pkt 13 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) i w sprawie bezsporne jest, że Spółka nie informuje konsumentów o miejscu i sposobie składania reklamacji. W świetle przedstawionych okoliczności niniejszej sprawy należało uznać, że wskutek naruszenia art. 16b ust. 1 pkt 13 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) Spółka dopuściła się naruszenia art. 24 ust. 1 i ust 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Spółka zobowiązała się, że w terminie 2 miesiące od dnia wydania decyzji, w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dokona zmiany postanowień umowy poprzez bezpośrednie wskazanie w umowie informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji, co także zamieści w serwisie internetowym. Odnosząc się do powyższego Prezes Urzędu wyjaśnia, co następuje. Stosownie do zapisu art. 28 ust. 1 ustawy, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą

¹ Ewa Łętowska, „Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz”, Wydawnictwo C.H. Beck, Wydanie 3., Warszawa 2001r., str. 57

² tamże

wszczęcia postępowania - że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Przedmiotowa regulacja wymaga uprawdopodobnienia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Uprawdopodobnienie naruszenia prawa pojmowane jest jako środek zastępczy dowodu w ścisłym znaczeniu, niedający pewności, a wyłącznie prawdopodobieństwo twierdzenia o jakimś fakcie. Stanowi ono odstępstwo od ogólnej reguły dowodzenia twierdzonych faktów. Jest to środek zwolniony od formalizmu zwykłego postępowania dowodowego³. Uprawdopodobnienie określonej okoliczności nie jest równoznaczne z jej pełnym udowodnieniem. Wystarczają także dowody pośrednie i domniemania faktyczne, czyli wyciąganie logicznych wniosków o faktach na podstawie innych ustalonych faktów⁴. W przedmiotowym stanie faktycznym nie można jednak mówić o uprawdopodobnieniu lecz o udowodnieniu przez organ naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy, w postaci zaniechania polegającego na nieinformowaniu konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o kredyt konsumencki o miejscu i sposobie składania reklamacji. Należy również podkreślić, iż zobowiązanie do podjęcia lub zaniechania określonych działań, zmierzających do zapobieżenia naruszeniom, zakłada po stronie przedsiębiorcy niejako „przyznanie się” do stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Tymczasem składający zobowiązanie, w toku postępowania, poddawał w wątpliwość niezgodny z prawem charakter zaniechania, będącego przedmiotem powyższego zarzutu. Regita Sp. z o.o. nie uznawała słuszności przedmiotowego zarzutu. Ponadto, wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy jest fakultatywne. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wskazał, że „Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie jest zobligowany do zastosowania art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów” (por. wyrok o sygn. akt Ama 98/09 opubl. w Dz. Urz. UOKiK Nr 2009/3/22). Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu nie przyjął złożonych przez spółkę zobowiązań i uznał za zasadne wydanie decyzji w trybie art. 26 ustawy.

Stosownie do art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. Ponieważ Spółka nadal stosuje ww. praktyki przy zawieraniu umów z konsumentami, zasadne jest nałożenie na Spółkę nakazu zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów stosownie do art. 26 ust. 1 ustawy antymonopolowej. Stąd należało orzec jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

Ad II 1 i 2.

Stosowane przez Spółkę reklamy dały asumpt do postawienia kolejnych dwóch zarzutów. Pierwszy dotyczy bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, poprzez niezamieszczenie w stosowanych przez Spółkę reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, co jest niezgodne z art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.). Drugi z

³ J. Bodio, T. Demendecki, A. Jakubecki, O. Marcewicz, P. Telenga, P. M. Wójcik, Komentarz do art. 243 kodeksu postępowania cywilnego, [w:] Bodio J., Demendecki T., Jakubecki A., Marcewicz O., Telenga P., Wójcik M.P., Kodeks postępowania cywilnego. Komentarz, Oficyna, 2008, wyd. III – Lex.

⁴ Por. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 20 kwietnia 1995 r. (sygn. akt SA/Gd 340/94).

zarzutów dotyczy bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez niezamieszczenie w dotyczących kredytu konsumenckiego reklamach prasowych oraz banerach reklamowych umieszczanych na wagonach pociągów warszawskiego metra informacji o kosztach wynikających ze środka porozumiewania się na odległość, które są skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, co stanowi naruszenie art. 9 ust 1 pkt 7 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22 poz. 271 ze zm.).

Bezsporne jest, że w reklamach usług Spółki dotyczących kredytu konsumenckiego brak jest informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania (karty nr 61-65). Także w reklamach usług Spółki dotyczących kredytu konsumenckiego umieszczonych w prasie oraz na banerach reklamowych umieszczonych na wagonach warszawskiego metra brak jest informacji o kosztach wynikających ze środka porozumiewania się na odległość, które są skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy (karty nr 61-65).

Odnosząc się do rzeczonych zarzutów Spółka oświadczyła Prezesowi Urzędu, że od dnia 20.12.2009r. nie korzysta z reklam prasowych oraz nie korzysta z banerów reklamowych w metrze (karty nr 71-72 i 110-111).

Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu uznał, że z dniem 20.12.2009r. Spółka zaniechała stosowania praktyk określonych w pkt. II pkt 1 i 2 sentencji decyzji.

Stosownie do art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli Prezes Urzędu stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy - decyzji, o której mowa w art. 26 nie wydaje się, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 3 ww. ustawy ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, spoczywa na przedsiębiorcy. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z dniem 20.12.2009r. doszło do zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w tym punkcie.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt. II sentencji decyzji.

Ad III.

Spółce postawiono zarzuty bezprawnego działania noszącego znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na:

1/ niezamieszczeniu w treści umów o kredyt konsumencki informacji o:

a/ rocznej stopie oprocentowania oraz warunkach jej zmiany, co jest niezgodne z art. 4 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.),

b/ rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, co jest niezgodne z art. 4 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm.),

c/ rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunkach jej zmiany, co jest niezgodne z art. 4 ust. 2 pkt 13 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100 poz. 1081 ze zm. – dalej zwanej ustawą o kredycie konsumenckim),

2/ określeniu w umowach o kredyt konsumencki odsetek, których wysokość jest niezgodna z art. 359 § 2(1) ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.).

1. Stosownie do art. 2 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim - *Przez umowę o kredyt konsumencki rozumie się umowę, na mocy której przedsiębiorca w zakresie swojej działalności, (...) udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu w*

jakiegokolwiek postaci. Według art. 2 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim - Za umowę o kredyt konsumencki uważa się w szczególności: 1/ umowę pożyczki, 2/ umowę kredytu w rozumieniu przepisów prawa bankowego (...). Według art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy o kredycie konsumenckim ustawy nie stosuje się do umów o kredyt konsumencki w wysokości większej niż 80.000 zł albo równowartości tej kwoty w innej walucie niż waluta polska (...).

Uwzględniając powyższe regulacje działanie Spółki oceniono przez pryzmat ww. ustawy. Zgodnie z wymogami art. 4 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim *Umowa o kredyt konsumencki powinna być zawarta na piśmie, chyba że odrębne przepisy przewidują inną szczególną formę. Kredytodawca jest obowiązany niezwłocznie doręczyć konsumentowi egzemplarz umowy.* Ustawodawca w art. 4 ust. 2 ww. ustawy enumeratywnie określił minimalny zakres informacji jakie powinna zawierać umowa o kredyt konsumencki.

Stosownie do art. 4 ust. 2 ww. ustawy umowa powinna zawierać następujące dane:

- pkt 4 -roczną stopę oprocentowania oraz warunki jej zmiany,
- pkt 6 -informację o całkowitym koszcie kredytu i rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, o których mowa w art. 7 ust. 1 i ust. 2,
- pkt 13 -informację o rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunkach jej zmiany (...).

W sprawie bezspornym jest, że zawierane przez Spółkę umowy z konsumentami z zastosowaniem starego wzorca umowy, stosowanego do dnia 22.12.2009r., nie zawierały powyższych informacji.

W tych okolicznościach należało stwierdzić, że działanie Spółki jest niezgodne odpowiednio z art. 4 ust. 2 pkt. 4, pkt. 6 i pkt. 13 ustawy o kredycie konsumenckimi w związku z czym jest bezprawne. Opisane praktyki niekorzystnie kształtują pozycję konsumentów, przez co godzą one w zbiorowe interesy konsumentów. W świetle poczynionych ustaleń należało orzec, iż Spółka stosując praktykę opisaną w pkt. III.1 niniejszej decyzji, dopuściła się naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Spółka od dnia 23.12.2009r. stosowała pierwszy wzorzec umowy i umieściła w nim powyższe informacje. Informacje te zawarte są także w stosowanym przez Spółkę drugim wzorcu umowy. Na dowód podjętych działań Spółka przedstawiła zmieniony wzorzec umowy obowiązujący od dnia 23.12.2009r. oraz na potwierdzenie jego stosowania umowy faktycznie zawarte z konsumentami (karty nr 71-72 i 158-187). Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem doszło do zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w tym punkcie.

2. Wysokość odsetek określają przepisy art. 359 Kc. Na podstawie art. 359 § 3 Kc, rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 4 grudnia 2008r. w sprawie określenia wysokości odsetek ustawowych (Dz.U. Nr 220, poz. 1434) określa ich wysokość na 13 % w stosunku rocznym. Granica odsetek ustawowych nie jest granicą odsetek maksymalnych.

Stosownie do zapisu art. 359 § 2(1) Kc– *Maksymalna wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej nie może w stosunku rocznym przekraczać czterokrotności wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego (odsetki maksymalne).* Wprowadzenie odsetek maksymalnych i ograniczenie wysokości odsetek dotyczy wszystkich uczestników obrotu. Górna granica odsetek ma zastosowanie zarówno w stosunkach między przedsiębiorcą i konsumentem, a także w obrocie dwustronnie profesjonalnym jak i w stosunkach między konsumentami. Przyjęcie jako punktu odniesienia stopy kredytu lombardowego NBP odzwierciedla zmieniające się warunki rynkowe. Na stronie internetowej pod adresem: <http://www.nbp.pl/Dzienne/Stopy> publikowane są podstawowe stopy procentowe NBP. Stopa lombardowa obowiązująca od dnia 25.06.2009r. wynosi 5 %. Stosownie do zapisu art. 359 § 2(1) Kc maksymalna wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej nie może w stosunku rocznym przekraczać 20%.

Bezsporne jest, że Spółka w umowach z dnia 4 i 5 sierpnia 2009r. (karty nr 34-41, 43-50, 52-59), zawieranych z zastosowaniem starego wzorca umowy, naliczała według kolumny

4. punktu 3.1 umów „prowizję za korzystanie z pożyczki licząc 23% rocznie”, co jak wyjaśnia spółka stanowi oprocentowanie pożyczki (karty nr 66/67).

W tych okolicznościach należało stwierdzić, że rozważane postanowienie jest niezgodne z art. 359 § 2(1) Kc, w związku z czym jest bezprawne. Opisana praktyka niekorzystnie kształtuje pozycję konsumentów, przez co godzi ona w zbiorowe interesy konsumentów. W świetle poczynionych ustaleń należało orzec, iż Spółka stosując praktykę opisaną w pkt. III.2 niniejszej decyzji, dopuściła się naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Spółka, po pierwszej zmianie wzorca umowy, w umowach zawieranych z konsumentami od dnia 23.12.2009r. określiła w pkt. 3.1 prowizję za korzystanie z pożyczki licząc 20% rocznie (karty nr 73-103). Na dowód podjętych działań Spółka przedstawiła zmieniony wzorec umowy obowiązujący od dnia 23.12.2009r. oraz na potwierdzenie jego stosowania umowy faktycznie zawarte z konsumentami (karty nr 71-72 i 158-187). Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z tym dniem doszło do zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów rozważanych w tym punkcie.

Stosownie do art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli Prezes Urzędu stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy - decyzji, o której mowa w art. 26 nie wydaje się, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 3 ww. ustawy ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, spoczywa na przedsiębiorcy. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z dniem 23.12.2009r. doszło do zaniechania stosowania ww. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt. III sentencji decyzji.

Ad IV.

Spółce postawiono zarzut bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nieinformowaniu konsumenta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o prawie oraz sposobie odstąpienia od umowy, co jest niezgodne z art. 16b ust. 1 pkt 9 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22 poz. 271 ze zm.).

Punkt wyjścia w ocenie, czy zachowanie Spółki będące przedmiotem postawionego jej zarzutu nosi cechy bezprawności stanowi art. 16b ust. 1 pkt 13 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), który stanowi - *Konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o prawie oraz sposobie odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 16c ust. 1 i ust. 2, albo wskazaniu, że prawo takie nie przysługuje, oraz wysokości ceny, którą konsument jest obowiązany zapłacić w przypadku, o którym mowa w art. 16c ust. 5.*

Stosownie do art. 16c ust. 1 ww. ustawy *Konsument, który zawarł na odległość umowę o usługi finansowe, może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie, w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy lub od dnia potwierdzenia informacji, o którym mowa w art. 16b ust. 3, jeżeli jest to termin późniejszy.*

Bezspornym jest, że do dnia 10.03.2010r. Spółka nie udzielała konsumentom informacji określonej w powołanym powyżej przepisie. Po dokonaniu drugiej zmiany w zamieszczonym na stronie internetowej wzorcu umowy określającym warunki udzielania pożyczek gotówkowych, wymagana informacja umieszczona jest pkt. 6.8 tego wzorca.

W sytuacji zawierania na odległość umów z konsumentami jednym z uprawnień konsumenta jest jego prawo do odstąpienia od zawartej umowy. Istotne w tym przypadku jest to, że

odstąpienie może nastąpić z jakiegokolwiek przyczyny, której konsument nie musi nawet ujawniać przedsiębiorcy. Konsument może odstąpić od umowy w terminie czternastodniowym, a więc dłuższym niż przewidziany w art. 7 ust. 1 ww. ustawy dla umów zawieranych na odległość. W świetle poczynionych ustaleń należało orzec, iż Spółka stosując praktykę opisaną w pkt. IV niniejszej decyzji, dopuściła się naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z udostępnieniem konsumentom informacji na temat przysługującego konsumentom prawa do odstąpienia od umów zawieranych na odległość oraz udokumentowaniem, że najwcześniej nastąpiło to dnia 10 marca 2010r., należało orzec, że z tą datą Spółka zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, której dotyczy niniejszy punkt tej decyzji.

Stosownie do art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli Prezes Urzędu stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy - decyzji, o której mowa w art. 26 nie wydaje się, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 3 ww. ustawy ciężar udowodnienia okoliczności, o których mowa w ust. 1, spoczywa na przedsiębiorcy. Powyższe dało podstawy do przyjęcia, że z dniem 10.03.2010r. Spółka zaniechała stosowania ww. praktyki.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt. IV sentencji decyzji.

Ad V.

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

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar. Norma prawna wynikająca z art. 111 ww. ustawy stanowi jedynie, iż przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa między innymi w art. 106 należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Wskazać również należy, że kara pieniężna może być nałożona na przedsiębiorcę niezależnie od tego, czy dopuścił się naruszenia przepisów ustawy umyślnie, czy też nieumyślnie. Z powyższego wynika, że kara może być nałożona bez względu na okoliczność występowania po stronie przedsiębiorcy winy rozumianej jako świadomość bezprawnego zachowania. Nałożona przez Prezesa Urzędu kara powinna ponadto pełnić funkcję represyjną (tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów), a także prewencyjną, dyscyplinującą (tj. zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości). W zależności od stopnia naruszenia przepisów ustawy, ustala się funkcję prewencyjną lub represyjną za wiodącą. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

1. Pierwsza kara określona w niniejszej decyzji jest wymierzona w związku ze stosowaniem przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji. Praktyka ta polega na ustaleniu niezgodnie z art. 7a ustawy o kredycie konsumenckim łącznej kwoty wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki, a Prezes Urzędu nakazał zaniechanie jej stosowania. Charakter i uciążliwość tego naruszenia uzasadnia nałożenie na Spółkę kary pieniężnej. Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu określił wysokość kwoty bazowej na 0,05 % przychodu Spółki, czyli kwotę na poziomie 325 zł.

Prezes Urzędu uwzględnił charakter stwierdzonego naruszenia na etapie przedkontraktowym, które wpływa na etap zawierania kontraktu, gdy w efekcie zagrożone zostały interesy prawne najsłabszych uczestników rynku. Należy podkreślić, że każdy konsument ma prawo do bezpieczeństwa ekonomicznego, do pełnej i wyczerpującej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesów.

Rozważana praktyka ujawniła się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mają swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą i wybór ten nie jest ograniczony poprzez znikomą liczbę uczestników danego rynku. Przy określaniu kary pieniężnej Prezes Urzędu uwzględnił również trwający od 01.08.2009r. okres stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów stwierdzonej w pkt I ppkt 1 niniejszej decyzji. Rzeczona praktyka trwała ponad rok, wobec czego jest długotrwała. Spółka stosuje określoną w tym punkcie praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i naruszenie to jest nieumyślne.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Prezes Urzędu ustalając wymiar kary pieniężnej wziął pod uwagę, że Spółka jako profesjonalista o długoletnim doświadczeniu rynkowym formułując treść umów o kredyt konsumencki zawieranych w obrocie z konsumentami powinna wykazać się odpowiednią dbałością tak, aby nie zostały naruszone interesy najsłabszych uczestników rynku. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk, co wpłynęło na obniżenie kwoty bazowej o 20%. Okolicznością obciążającą jest natomiast w niniejszej sprawie znaczny zasięg terytorialny oddziaływania kwestionowanych praktyk, tj. zasięg ogólnopolski, co wpłynęło na podwyższenie kwoty bazowej kary o 20%.

W związku z powyższym z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji, ustalono wysokość kary na kwotę 325 zł (słownie: trzystu dwudziestu pięciu złotych). W ocenie Prezesa Urzędu wymierzona kara w wysokości 0,05% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2009 r. i stanowiąca 0,5 % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki. Powyżej określona kara pieniężna nie przewyższa wysokości kary maksymalnej.

2. Druga kara określona w niniejszej decyzji jest wymierzona w związku ze stosowaniem

przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji. Praktyka ta polega na niedopełnieniu obowiązków informacyjnych o miejscu i sposobie składania reklamacji, a Prezes Urzędu nakazał zaniechanie jej stosowania. Charakter i uciążliwość tego naruszenia uzasadnia nałożenie na Spółkę kary pieniężnej. Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu określił wysokość kwoty bazowej na 0,05 % przychodu Spółki, czyli kwotę na poziomie 325 zł.

Prezes Urzędu uwzględnił charakter stwierdzonego naruszenia na etapie przedkontraktowym, gdy w efekcie zagrożone zostały interesy prawne najsłabszych uczestników rynku. Należy podkreślić, że każdy konsument ma prawo do bezpieczeństwa ekonomicznego, do pełnej i wyczerpującej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesów.

Rozważana praktyka ujawniła się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mają swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą i wybór ten nie jest ograniczony poprzez znikomą liczbę uczestników danego rynku. Przy określaniu kary pieniężnej Prezes Urzędu uwzględnił również długotrwały, trwający od 01.08.2009r. okres stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów stwierdzonej w pkt I ppkt 2 niniejszej decyzji. Rzeczone naruszenie jest nieumyślne.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk, co wpłynęło na obniżenie kwoty bazowej o 20%. Okolicznością obciążającą jest natomiast w niniejszej sprawie znaczny zasięg terytorialny oddziaływania kwestionowanych praktyk, tj. zasięg ogólnopolski, co wpłynęło na podwyższenie kwoty bazowej kary o 20%.

W związku z powyższym z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji, ustalono wysokość kary na kwotę 325 zł (słownie: trzystu dwudziestu pięciu złotych). W ocenie Prezesa Urzędu wymierzona kara w wysokości 0,05% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2009 r. i stanowiąca 0,5 % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki. Powyżej określona kara pieniężna nie przewyższa wysokości kary maksymalnej.

3. Trzecia kara pieniężna wymierzona w niniejszej sprawie jest konsekwencją niezamieszczania w rozpowszechnianych od października 2009r. reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, co zostało zaniechane z dniem 20.12.2009r., po zakończeniu postępowania wyjaśniającego, przed wszczęciem postępowania administracyjnego.

Prezes Urzędu uwzględnił, że Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, rzeczona praktyka trwała kilka miesięcy, a stwierdzone naruszenie było nieumyślne.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W oparciu o osiągnięty przez Spółkę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie 0,03% przychodu, czyli na poziomie 195 zł.

Prezes Urzędu uwzględnił charakter stwierdzonego naruszenia na etapie przedkontraktowym.

Wpływ na wymiar kary miała również okoliczność, jakiego rodzaju kontraktów dotyczy przedmiotowa praktyka, specyfika rynku, na jakim się ona ujawnia. Na rynku tym działa wiele konkurujących ze sobą podmiotów, co powoduje, że konsumenci mogą swobodnie decydować, z którym z przedsiębiorców zawrą umowę, wobec czego panujące okoliczności nie wymuszają na konsumentach zawierania umów z konkretnym przedsiębiorcą.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogły mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest zaniechanie stosowania zarzucanej praktyki po zakończeniu postępowania wyjaśniającego. Okolicznością łagodzącą, którą uwzględniono w tym przypadku jest również aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk oraz działań podjętych celem ich wyeliminowania. Uwzględniając ww. okoliczności łagodzące kwota bazowa kary została obniżona o 50%. Okolicznością obciążającą, którą należało uwzględnić w procesie miarkowania niniejszej kary, jest natomiast znaczny zasięg terytorialny, na jakim ujawniała się rozważna praktyka. Zasięg ten można określić, jako ogólnopolski. Wymieniona okoliczność obciążająca podwyższa kwotę bazową kary o 20%. Po uwzględnieniu ww. okoliczności łagodzących i obciążających, kwota kary łącznie została obniżona o 30%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. II ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 137 zł (słownie: stu trzydziestu siedmiu złotych), co stanowi 0,021% przychodu.

4. Czwarta kara pieniężna wymierzona w niniejszej sprawie jest konsekwencją niezamieszczania w stosowanych od października 2009r. dotyczących kredytu konsumenckiego reklamach prasowych oraz banerach reklamowych umieszczanych na wagonach pociągów warszawskiego metra informacji o kosztach wynikających ze środka porozumiewania się na odległość, które są skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy, których stosowanie zostało zaniechane z dniem 20.12.2009r., po zakończeniu postępowania wyjaśniającego, przed wszczęciem postępowania administracyjnego.

Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, rzeczona praktyka trwała kilka miesięcy i stwierdzone naruszenie było nieumyślne.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka

może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W oparciu o osiągnięty przez Spółkę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie 0,03% przychodu, czyli na poziomie 195 zł.

Prezes Urzędu uwzględnił charakter stwierdzonego naruszenia na etapie przedkontraktowym.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogły mieć wpływ na wymiar kary. Okolicznością łagodzącą, która wystąpiła w niniejszej sprawie jest zaniechanie stosowania zarzucanej praktyki po zakończeniu postępowania wyjaśniającego. Okolicznością łagodzącą, którą uwzględniono w tym przypadku jest również aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk oraz działań podjętych celem ich wyeliminowania. Uwzględniając ww. okoliczności łagodzące kwota bazowa kary została obniżona o 50%. Okolicznością obciążającą, którą należało uwzględnić w procesie miarkowania niniejszej kary, jest natomiast znaczny zasięg terytorialny, na jakim ujawniała się rozważna praktyka. Zasięg ten można określić, jako ogólnopolski. Wymieniona okoliczność obciążająca podwyższa kwotę bazową kary o 20%. Po uwzględnieniu ww. okoliczności łagodzących i obciążającej, kwota kary łącznie została obniżona o 30%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. II ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 137 zł (słownie: stu trzydziestu siedmiu złotych), co stanowi 0,021% przychodu.

5. Piąta z kar wymierzonych w niniejszej decyzji jest nakładana w związku ze stosowaniem przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt. III ppkt 1 sentencji decyzji. Charakter i uciążliwość tego naruszenia uzasadnia nałożenie na Spółkę kary pieniężnej. Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wskazane w tym punkcie decyzji naruszenie było nieumyślne.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W oparciu o osiągnięty przez Spółkę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie 0,5 % przychodu, czyli na poziomie 325 zł.

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania praktyki określonej w pkt. III ppkt 1 sentencji decyzji, naruszenia na etapie zawierania kontraktu.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogły mieć wpływ na wymiar kary.

Jako okoliczność łagodzącą należało uwzględnić fakt zaniechania przez Spółkę stosowania praktyki określonej w pkt. III ppkt 1 sentencji decyzji. Praktykę określoną w pkt. III ppkt 1 decyzji Spółka stosowała w okresie od 01.08.2009r. do 22.12.2009r. tj. przez okres niemal 5 miesięcy i zaniechała jej stosowania po zakończeniu postępowania wyjaśniającego.

Drugą uwzględnioną okolicznością łagodzącą jest aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk, działań podjętych celem ich wyeliminowania. Wymienione okoliczności łagodzące spowodowały obniżenie kwoty bazowej kary o 50%.

W niniejszej sprawie wystąpiła także okoliczność obciążająca, za którą uznano ogólnopolski zasięg terytorialny rozważanych naruszeń prawa. Ta okoliczność obciążająca wpłynęła na podwyższenie kwoty bazowej kary o 20%.

Uwzględnienie ww. okoliczności łagodzących i obciążającej doprowadziło łącznie do obniżenia kwoty bazowej o 30%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. III ppkt 1 sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 228 zł (słownie: dwustu dwudziestu ośmiu złotych), a więc 0,035% przychodu.

6. Szósta z kar wymierzonych w niniejszej decyzji jest nakładana w związku ze stosowaniem przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt. III ppkt 2 sentencji decyzji. Charakter i uciążliwość tego naruszenia uzasadnia nałożenie na Spółkę kary pieniężnej. Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wskazane w tym punkcie decyzji naruszenie było nieumyślne.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W oparciu o osiągnięty przez Spółkę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie 0,1 % przychodu, czyli na poziomie 651 zł.

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania praktyki określonej w pkt. III ppkt 2 sentencji decyzji, a więc naruszenie na etapie zawierania kontraktu wpływającego na etap wykonywania kontraktu.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogły mieć wpływ na wymiar kary.

Jako okoliczność łagodzącą należało uwzględnić fakt zaniechania przez Spółkę stosowania praktyki określonej w pkt. III ppkt 2 sentencji decyzji. Praktykę określoną w pkt. III ppkt 2 sentencji decyzji Spółka stosowała w okresie od 01.08.2009r. do 22.12.2009r., z czego wynika, że trwała prawie 5 miesięcy, i zaniechała jej stosowania po zakończeniu postępowania wyjaśniającego.

Drugą uwzględnioną okolicznością łagodzącą jest aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk, działań podjętych celem ich wyeliminowania. Wymienione okoliczności łagodzące spowodowały obniżenie kwoty bazowej kary o 50%.

W niniejszej sprawie wystąpiła także okoliczność obciążająca, za którą uznano ogólnopolski zasięg terytorialny rozważanych naruszeń prawa. Ta okoliczność obciążająca wpłynęła na podwyższenie kwoty bazowej kary o 20%.

Uwzględnienie ww. okoliczności łagodzących i obciążającej doprowadziło łącznie do

obniżenia kwoty bazowej o 30%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. III ppkt 2 sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 456 zł (słownie: czterystu pięćdziesięciu sześciu złotych), a więc 0,07% przychodu.

7. Siódma z kar wymierzonych w niniejszej decyzji jest nakładana w związku ze stosowaniem przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt. IV sentencji decyzji. Charakter i uciążliwość tego naruszenia uzasadnia nałożenie na Spółkę kary pieniężnej. Wskazane w tym punkcie decyzji naruszenie było nieumyślne. Spółka nie dopuściła się uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W 2009 roku przychód uzyskany przez Spółkę wyniósł 650.954,03 zł. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynosi zatem 65.094 zł.

W oparciu o osiągnięty przez Spółkę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie 0,1 % przychodu, czyli na poziomie 651 zł.

Na wysokość tej kwoty miał wpływ fakt, że niniejsza kara dotyczy stosowania praktyki określonej w pkt. IV sentencji decyzji, naruszenia na etapie zawierania kontraktu wpływającego na etap wykonywania kontraktu.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogły mieć wpływ na wymiar kary.

Jako okoliczność łagodzącą należało uwzględnić fakt zaniechania przez Spółkę stosowania praktyki określonej w pkt. IV decyzji. Praktykę określoną w pkt. IV decyzji Spółka stosowała w okresie od 01.08.2009r. do 09.03.2010r. i zaniechała jej stosowania niezwłocznie po wszczęciu przeciwko niej postępowania administracyjnego.

Drugą uwzględnioną okolicznością łagodzącą jest aktywne współdziałanie z organem prowadzącym postępowanie w czasie jego trwania, które przejawiało się w niezwłocznym przekazywaniu z inicjatywy Spółki szerokiego zakresu informacji na temat motywów stosowania zarzucanych praktyk, działań podjętych celem ich wyeliminowania. Wymienione okoliczności łagodzące spowodowały obniżenie kwoty bazowej kary o 50%.

W niniejszej sprawie wystąpiła także okoliczność obciążająca, za którą uznano ogólnopolski zasięg terytorialny rozważanych naruszeń prawa. Ta okoliczność obciążająca wpłynęła na podwyższenie kwoty bazowej kary o 20%.

Uwzględnienie ww. okoliczności łagodzących i obciążającej doprowadziło łącznie do obniżenia kwoty bazowej o 30%.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt. IV sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 456 zł (słownie: czterystu pięćdziesięciu sześciu złotych), a więc 0,07% przychodu.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt. V sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Ad VI. Stosownie do art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Niniejsze postępowanie zostało wszczęte z urzędu i zakończone decyzją, w której w pkt. I Prezes Urzędu określone zachowanie Spółki uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania, a w pkt. III-V określone zachowanie Spółki uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie ich stosowania. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze Spółką, których wysokość wyniosła 26,30 zł. Wobec czego Spółkę obciąża się kosztami postępowania w kwocie 26,30 zł (słownie: dwudziestu sześciu złotych i trzydziestu groszy).

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie VI sentencji decyzji.

Koszty niniejszego postępowania, na podstawie art. 264 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

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

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie VI niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Dyrektor Delegatury
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów w Katowicach
Maciej Fragsztajn