**PREZES**
**URZĘDU OCHRONY**
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
**DELEGATURA UOKIK W KRAKOWIE**
pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków
tel./fax (0-12) 421-75-79, 421-74-98
e-mail: krakow@uokik.gov.pl

RKR-61-6/15/PP-/15 Kraków, dnia 28 grudnia 2015 r.

**DECYZJA NR RKR - 17/2015**

Stosownie do art. 33 ust. 4-6 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz.U. z 2015 r. poz. 184, z późn. zm.)

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

po przeprowadzeniu, z urzędu, przeciwko przedsiębiorcy Danielowi Osnowskiemu, prowadzącemu działalność pod firmą Lombard Mielec Daniel Osnowski w Mielcu, postępowania pod zarzutem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów:

**I.** na podstawie art. 26 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy, polegające na naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepodawanie w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim* (tekst jedn. Dz.U. z 2014 r. poz. 1497, z późn. zm.) zamieszczanych na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, zawierających dane dotyczące kosztu tego kredytu, w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, na podstawie reprezentatywnego przykładu, o którym mowa w art. 8 ust. 1 i 2 *ustawy o kredycie konsumenckim*:

a) stopy oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu – co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 1 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim,*
b) całkowitej kwoty kredytu – co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 2 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim,*
c) rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania – co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 3 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim,*
d) czasu obowiązywania umowy – co jest niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 1 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim,*
e) całkowitej kwoty do zapłaty – co jest niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 2 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim,*
f) informacji, że do zawarcia umowy o kredyt na warunkach określonych w tych reklamach niezbędne jest zawarcie umowy zastawu oraz poniesienie kosztu przechowania i zabezpieczenia przedmiotu zastawu, którego wysokości nie można z góry określić – co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim,*

które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* **oraz nakazuje się zaniechanie jej stosowania**;

**II.** na podstawie 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i

pełnej informacji poprzez niepodawanie w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* oferowanego przez przedsiębiorcę w charakterze pośrednika kredytowego, zamieszczanych na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, informacji:

a) o zakresie umocowania pośrednika kredytowego do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych – co jest niezgodnie z art. 7 ust. 4 pkt 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
b) czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami – co jest niezgodne z art. 7 ust. 4 pkt 2 *ustawy o kredycie konsumenckim*,

które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 21 października 2015 r.;

**III.** 1. na podstawie art. 26 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nieokreślenie w *„Umowach pożyczki lombardowej*", stanowiących umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*: informacji o sposobie i skutkach odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek w przypadku odstąpienia od umowy oraz kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 15 *ustawy o kredycie konsumenckim*, które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania**;

2. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nieokreślenie w *„Umowach pożyczki lombardowej*", stanowiących umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*, informacji o:

a) imieniu i nazwisku kredytodawcy – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
b) prawie konsumenta do spłaty kredytu przed terminem – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 16 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
c) organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 21 *ustawy o kredycie konsumenckim*,

które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania:** z dniem 28 września 2015 r. w odniesieniu do działania, o którym mowa w lit. a, oraz z dniem 19 października 2015 r. w odniesieniu do działań, o których mowa w lit. b i c;

**IV.** na podstawie art. 26 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nieprzekazywanie im przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* danych, o których mowa w jej art. 13 ust. 1 i 2, na formularzu informacyjnym sporządzonym zgodnie z wzorem określonym w załączniku nr 1 do tej *ustawy* – co jest niezgodne z art. 14 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*, które to działania naruszają art. 24 ust. 1

i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania**;

**V.** na podstawie art. 26 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niewręczanie im przy zawarciu umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tej umowy – co jest niezgodne z art. 53 ust. 3 *ustawy o kredycie konsumenckim*, które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania**;

**VI.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na umieszczeniu na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, nieprawdziwych informacji dotyczących oferowanych przez niego kredytów konsumenckich o treści: *„Najniższy procent w Polsce”*, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz.U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.), które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 8 maja 2015 r.;

**VII.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na umieszczeniu na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, nieprawdziwych informacji dotyczących oferowanych kredytów konsumenckich o treści: *„Chwilówki bez BIK – na sam dowód”*, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do oferty przedsiębiorcy prezentowanej w dziale *"Chwilówki"*, sugerując bezwarunkowe udzielenie kredytu konsumenckiego, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 8 maja 2015 r.;

**VIII.** 1. na podstawie art. 26 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu we wzorcu umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* pod nazwą „*Umowa pożyczki lombardowej*”, stosowanym w obrocie z konsumentami, postanowienia o treści: *„Uprzedzony o odpowiedzialności karnej wynikającej z art. 233 k.k. za składanie fałszywych oświadczeń Pożyczkobiorca oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie.”* sugerującego kredytobiorcom, niezgodnie z prawdą, że do oświadczeń odbieranych od nich przez kredytodawcę mają zastosowanie przepisy o odpowiedzialności karnej za składanie fałszywych zeznań mających służyć za dowód w postępowaniu sądowym lub w innym postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **nakazuje się zaniechanie jej stosowania**;

2. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu we wzorcu umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* pod nazwą „*Umowa pożyczki lombardowej*", stosowanym w obrocie z konsumentami, postanowienia o treści: *„Oświadczenie: Świadom(a) odpowiedzialności karnej za złożenie nieprawdziwego oświadczenia, oświadczam, że posiadam dochody lub środki wystarczające do spłaty kwoty pożyczki wraz z kosztami"* sugerującego kredytobiorcom, niezgodnie z prawdą, że do oświadczeń odbieranych od nich przez kredytodawcę mają zastosowanie przepisy o odpowiedzialności karnej za składanie fałszywych zeznań mających służyć za dowód w postępowaniu sądowym lub w innym postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, które to działania naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, oraz **stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 19 października 2015 r.;

**IX.** na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w związku z ust. 6 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **nakłada się kary pieniężne** na przedsiębiorcę Daniela Osnowskiego, prowadzącego działalność pod firmą Lombard Mielec Daniel Osnowski w Mielcu:

1) w wysokości 800,00 zł (słownie: osiemset złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I. niniejszej decyzji,
2) w wysokości 300,00 zł (słownie: trzysta złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt II. niniejszej decyzji,
3) w wysokości 800,00 zł (słownie: osiemset złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt III. niniejszej decyzji,
4) w wysokości 500,00 zł (słownie: pięćset złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt IV. niniejszej decyzji,
5) w wysokości 800,00 zł (słownie: osiemset złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt V. niniejszej decyzji,
6) w wysokości 1 000,00 zł (słownie: tysiąc złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt VI. niniejszej decyzji,
7) w wysokości 600,00 zł (słownie: sześćset złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt VII. niniejszej decyzji,
8) w wysokości 800,00 zł (słownie: osiemset złotych 00/100) - z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt VIII. niniejszej decyzji,

płatne do budżetu państwa;

**X.** na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jedn. Dz. U. z 2013 r. poz. 267, z późn. zm.), w związku z art. 83 *ustawy ochronie konkurencji i konsumentów* postanawia się **obciążyć** przedsiębiorcę Daniela Osnowskiego, prowadzącego działalność pod firmą Lombard Mielec Daniel Osnowski w Mielcu **kosztami niniejszego postępowania**, w wysokości

31,00 zł (słownie: trzydzieści jeden złotych 00/100) i zobowiązać przedsiębiorcę do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

Prezes UOKiK przeprowadził postępowanie wyjaśniające o sygnaturze RKR-405-30/15/PP, mające na celu wstępne ustalenie, czy działania przedsiębiorcy Daniela Osnowskiego, prowadzącego działalność pod firmą Lombard Mielec Daniel Osnowski w Mielcu, podejmowane w związku z reklamą pożyczek zamieszczoną na stronie internetowej www.lombardmielec.pl, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

Na podstawie ustaleń dokonanych w toku postępowania wyjaśniającego, postanowieniem nr RKR-219/2015 w dniu 17 sierpnia 2015 r. wszczęte zostało postępowanie pod zarzutem stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepodawanie w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim* (tekst jedn. Dz.U. z 2014 r. poz. 1497, z późn. zm.) zamieszczanych na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, zawierających dane dotyczące kosztu tego kredytu, w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, na podstawie reprezentatywnego przykładu, o którym mowa w art. 8 ust. 1 i 2 *ustawy o kredycie konsumenckim*:
   a) stopy oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu – co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 1 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   b) całkowitej kwoty kredytu – co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 2 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   c) rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania – co jest niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 3 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   d) czasu obowiązywania umowy – co jest niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 1 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   e) całkowitej kwoty do zapłaty – co jest niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 2 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   f) informacji, że do zawarcia umowy o kredyt na warunkach określonych w tych reklamach niezbędne jest zawarcie umowy zastawu oraz poniesienie kosztu przechowania i zabezpieczenia przedmiotu zastawu, którego wysokości nie można z góry określić – co jest niezgodne z art. 7 ust. 3 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,

   które to działania mogą naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;

2. naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepodawanie w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* oferowanego przez przedsiębiorcę w charakterze pośrednika kredytowego, zamieszczanych na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, informacji:

a) o zakresie umocowania pośrednika kredytowego do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych – co jest niezgodnie z art. 7 ust. 4 pkt 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
b) czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami – co jest niezgodne z art. 7 ust. 4 pkt 2 *ustawy o kredycie konsumenckim*,

które to działania mogą naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;

3. naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nieokreślenie w *„Umowach pożyczki lombardowej*", stanowiących umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*, informacji o:
   a) imieniu i nazwisku kredytodawcy – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   b) sposobie i skutkach odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek w przypadku odstąpienia od umowy oraz kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 15 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   c) prawie konsumenta do spłaty kredytu przed terminem – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 16 *ustawy o kredycie konsumenckim*,
   d) organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów – co jest niezgodne z art. 30 ust. 1 pkt 21 *ustawy o kredycie konsumenckim*,

   które to działania mogą naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;
4. naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nieprzekazywanie im przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* danych, o których mowa w jej art. 13 ust. 1 i 2, na formularzu informacyjnym sporządzonym zgodnie z wzorem określonym w załączniku nr 1 do tej *ustawy* – co jest niezgodne z art. 14 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* oraz może naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;
5. naruszaniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niewręczanie im przy zawarciu umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tej umowy – co jest niezgodne z art. 53 ust. 3 *ustawy o kredycie konsumenckim* oraz może naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;
6. umieszczeniu na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, nieprawdziwych informacji dotyczących oferowanych przez niego kredytów konsumenckich o treści: *„Najniższy procent w Polsce"*, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz.U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;
7. umieszczeniu na stronie internetowej przedsiębiorcy, w domenie www.lombardmielec.pl, nieprawdziwych informacji dotyczących oferowanych kredytów konsumenckich o treści: *„Chwilówki bez BIK – na sam dowód",* które mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do oferty przedsiębiorcy prezentowanej w dziale "Chwilówki", sugerując bezwarunkowe udzielenie kredytu konsumenckiego, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom*

*rynkowym* oraz naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;

8. stosowaniu we wzorcu umowy o kredyt konsumencki w rozumieniu art. 3 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* pod nazwą „*Umowa pożyczki lombardowej*", stosowanym w obrocie z konsumentami, postanowień o treści:
   - *„Uprzedzony o odpowiedzialności karnej wynikającej z art. 233 k.k. za składanie fałszywych oświadczeń Pożyczkobiorca oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie.",*
   - *„Oświadczenie: Świadom(a) odpowiedzialności karnej za złożenie nieprawdziwego oświadczenia, oświadczam, że posiadam dochody lub środki wystarczające do spłaty kwoty pożyczki wraz z kosztami",*

   sugerujących kredytobiorcom, niezgodnie z prawdą, że do oświadczeń odbieranych od nich przez kredytodawcę mają zastosowanie przepisy o odpowiedzialności karnej za składanie fałszywych zeznań mających służyć za dowód w postępowaniu sądowym lub w innym postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* oraz naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

Postanowieniem nr RKR-220/2015 w dniu 17 sierpnia 2015 r. zaliczono w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu dokumenty, wyjaśnienia i inne dowody uzyskane przez Prezesa UOKiK w toku postępowania wyjaśniającego, to jest:

- wydruki informacji zawartych na stronach internetowych w domenie www.lombardmielec.pl – notatki: z dnia 5 maja 2015 r. oraz z dnia 13 sierpnia 2015 r., wraz z załącznikami;
- wezwanie zn. RKR-405-30/15/PP-1/15 z dnia 5 maja 2015 r.;
- pismo przedsiębiorcy z dnia 18 maja 2015 r., wraz z załącznikami.

Pismem z dnia 17 sierpnia 2015 r. zawiadomiono przedsiębiorcę o wszczęciu wobec niego niniejszego postępowania oraz wezwano do ustosunkowania się do postawionych zarzutów. Pismem z dn. 31 sierpnia 2015 r. przedsiębiorca oświadczył, że zarzucane mu naruszenia wynikały z braku posiadania obsługi prawnej oraz świadomości co do istniejących nieprawidłowości, a także, że podjął działania zmierzające do usunięcia wszystkich zarzucanych mu nieprawidłowości oraz że zobowiązuje się do ich usunięcia. Pismem tym przedsiębiorca wniósł o zastosowanie wobec niego art. 28 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, nie wskazując żadnych określonych działań zmierzających do deklarowanego zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków. Pismem z dnia 7 września 2015 r. szczegółowo wyjaśniono przedsiębiorcy treści i zasady stosowania przepisów art. 28 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. W szczególności poinformowano przedsiębiorcę, że złożona przez niego ogólnikowa deklaracja zaniechania zarzucanych naruszeń, bez określenia konkretnych działań, które przedsiębiorca zamierza w tym celu podjąć, jest niewystarczająca do dokonania rozstrzygnięcia w postaci decyzji zobowiązującej. W toku postępowania przedsiębiorca nie przedłożył zobowiązania podjęcia określonych działań zmierzających do zaniechania zarzucanych naruszeń lub ich skutków.

Pismem z dnia 14 grudnia 2015 r. zawiadomiono przedsiębiorcę o możliwości zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym oraz wypowiedzenia się co do niego.

**W toku postępowania Prezes UOKiK ustalił, co następuje.**

Daniel Osnowski prowadzi od kwietnia 2014 r. na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej działalność gospodarczą pod firmą Lombard Mielec Daniel Osnowski w Mielcu. Przeważającą działalność przedsiębiorcy stanowi udzielanie kredytów konsumenckich (PKD 64.92.Z Pozostałe formy udzielania kredytów) w ramach prowadzonego przez przedsiębiorcę lombardu. W działalności tej wykorzystuje dla celów informacyjnych i reklamowych stronę internetową w domenie www.lombardmielec.pl.

[dowód: karty nr 22, 47]

Pojęcie "lombard" nie posiada ustawowej definicji. Zgodnie z definicją słownikową tego terminu jest to «instytucja kredytowa, udzielająca krótkoterminowych pożyczek pod zastaw cennych przedmiotów lub papierów wartościowych»[1]. Biorąc pod uwagę przedmiot prowadzonej przez niego działalności, przedsiębiorca jest kredytodawcą w rozumieniu art. 5 pkt 2 *ustawy o kredycie konsumenckim*, zgodnie z którym przez kredytodawcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów *ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny*, który w zakresie swojej działalności gospodarczej lub zawodowej udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu. Przedsiębiorca jest tym samym również instytucją pożyczkową, w rozumieniu art. 5 pkt 2a *ustawy o kredycie konsumenckim*.

Zgodnie z art. 59a ust. 1 i 2 tej *ustawy* instytucja pożyczkowa może prowadzić działalność wyłącznie w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością albo spółki akcyjnej, o kapitale zakładowym w wysokości co najmniej 200 000 zł. Takie wymagania w odniesieniu do instytucji pożyczkowych zostały wprowadzone do przepisów *ustawy o kredycie konsumenckim* w wyniku zmian tej *ustawy* dokonanej z dniem 11 października 2015 r., to jest z dniem wejścia w życie *ustawy dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw* (Dz. U. poz. 1357). Przedsiębiorca nie spełnia tych wymagań, jednakże, zgodnie z art. 10 powołanej *ustawy* zmieniającej, przedsiębiorcy będący kredytodawcami, oferujący w dniu wejścia w życie tej *ustawy* zawieranie umów o kredyt konsumencki, zobowiązani są dostosować swoją działalność do określonych nią wymagań w terminie 6 miesięcy od dnia jej wejścia w życie, czyli do dnia 11 kwietnia 2016 r.

W ramach prowadzonej działalności przedsiębiorca oferuje konsumentom kredyty konsumenckie (nazywane dalej również "pożyczkami"), określane jako pożyczki lombardowe. Są to kredyty, których zabezpieczenie spłaty stanowi zastaw na ruchomościach kredytobiorców, deponowanych u kredytodawcy. Oprócz tego przedsiębiorca oferuje konsumentom, jako pośrednik kredytowy, w rozumieniu art. 5 pkt 3 *ustawy o kredycie konsumenckim*, kredyty udzielane przez innych kredytodawców. Zgodnie z tym przepisem pośrednik kredytowy, to przedsiębiorca w rozumieniu przepisów *ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny*, inny niż kredytodawca, który w zakresie swojej działalności gospodarczej lub zawodowej uzyskuje korzyści majątkowe, w szczególności wynagrodzenie od konsumenta, dokonując czynności faktycznych lub prawnych związanych z przygotowaniem, oferowaniem lub zawieraniem umowy o kredyt.

Oferowane przez przedsiębiorcę kredyty, w odniesieniu do których dokonuje on czynności w charakterze pośrednika kredytowego, również były prezentowane na stronie internetowej przedsiębiorcy.

[dowód: karty nr 36-39]

[1] Słownik Języka Polskiego PWN, http://sjp.pwn.pl/sjp/lombard;2566336

*praktyka, o której mowa w pkt I. decyzji*

Stosownie do art. 7 ust. 1 i 2 *ustawy o kredycie konsumenckim* kredytodawca lub pośrednik kredytowy w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego zobowiązany jest podać konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny:
- stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu;
- całkowitą kwotę kredytu;
- rzeczywistą roczną stopę oprocentowania;

a w stosownych przypadkach, dodatkowo:
- czas obowiązywania umowy;
- całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat;
- cenę towaru lub usługi oraz kwotę wszystkich zaliczek w przypadku umowy o kredyt przewidującej odroczenie płatności.

Natomiast stosownie do art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* powyższe informacje należy podać na podstawie reprezentatywnego przykładu. Przy określaniu reprezentatywnego przykładu należy określić warunki umowy o kredyt konsumencki, na których kredytodawca lub pośrednik kredytowy spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju przy uwzględnieniu przez te umowy średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju (art. 8 ust. 2 *ustawy o kredycie konsumenckim*).

Na swojej stronie internetowej przedsiębiorca zamieścił, najpóźniej w maju 2015 r., kalkulator, zawierający następujące pola:
- „*Ile chciałbyś pożyczyć pod zastaw?*” - ……
- „*Na ile dni?*” - ……

W polach tych można wprowadzić – przy użyciu suwaka lub poprzez wprowadzenie za pomocą klawiatury – wartości odpowiadające niektórym parametrom pożyczki. Po ustawieniu tych parametrów kalkulator wyświetlał poniżej informację:
- *„Pożyczasz .....zł + odsetki .... zł = do spłaty ……. zł”*

Przykładowo:
- *„Ile chciałbyś pożyczyć pod zastaw?”* - *300 zł*
- *„Na ile dni?”* - *10 dni*
- *„Pożyczasz 300 zł + odsetki 9 zł = do spłaty 309 zł”*

Na stronie internetowej przedsiębiorcy z kalkulatorem nie został zamieszczony reprezentatywny przykład pożyczki reklamowanej przez przedsiębiorcę, prezentujący wskazane przez ustawodawcę parametry tej pożyczki.

[dowód: karty nr 27-28, 66]

Przedsiębiorca wyjaśnił, że kwota wyświetlana jako "odsetki" stanowi całość kosztów związanych z pożyczką, potocznie nazywanych przez klientów odsetkami. Natomiast kwota wyświetlana jako "do spłaty" dotyczyła faktycznie całej kwoty do zwrotu, wraz z wszelkimi kosztami "około-pożyczkowymi". Przedsiębiorca wyjaśnił, że tworząc kalkulator sugerował się zachowaniem klientów, którzy najczęściej pytają "ile będzie do spłaty".

Zgodnie z art. 7 ust. 3. *ustawy o kredycie konsumenckim* - jeżeli do zawarcia umowy o kredyt konsumencki, na warunkach określonych w reklamie, niezbędne jest zawarcie umowy dodatkowej, w szczególności umowy ubezpieczenia, a kosztu takiej umowy nie można z góry określić, kredytodawca lub pośrednik kredytowy podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny informację o tym obowiązku wraz z rzeczywistą roczną stopą oprocentowania. Taki charakter ma umowa zastawu, zawierana w ramach udzielanej przez przedsiębiorcę pożyczki "lombardowej". Według wyjaśnień przedsiębiorcy na koszt przechowania i zabezpieczenia przedmiotu zastawu składa się wiele czynników, które powodują, że informacja podawana na stronie internetowej jest zupełnie orientacyjna i może ulec zmianie, jeżeli okaże się, że przedmiot zastawu jest trudny w przechowaniu. Okoliczność ta jest odpowiednio uwzględniana, a koszt przeliczany i uwzględniany w ofercie proponowanej klientowi, natomiast zawarcie umowy następuje po akceptacji tej propozycji. Informacja o tym aspekcie oferowanych pożyczek nie była podawana przez przedsiębiorcę w dotyczącej ich reklamie.

[dowód: karta nr 49]

Po wszczęciu postępowania wyjaśniającego przedsiębiorca zmodyfikował z dniem 8 maja 2015 r. kalkulator, rozbudowując treść pola wyświetlającego wynik, przez nadanie mu brzmienia, np.:

- *„Pożyczasz 300 zł + odsetki ustawowe, prowizja, koszt zabezpieczenia 9 zł = całkowita kwota do spłaty 309 zł”*

Ponadto, bezpośrednio pod polem wyświetlającym wynik, w obszarze kalkulatora, dodane zostało postanowienie o treści:

- *"Ogłoszenia i treści znajdujące się w serwisie www.lombardmielec.pl nie stanowią oferty w myśl art. 65 par. 1 Kodeksu Cywilnego. Cena całkowitego kosztu pożyczki może ulec nieznacznej zmianie. Wynika to z różnych metod zabezpieczeń i przechowania zastawu.*"

[dowód: karta nr 67]

Pismem z dnia 21 października 2015 r. przedsiębiorca poinformował, że jego strona internetowa została całkowicie usunięta z serwera w dniu 21 października 2015 r. i że aktualnie nie posiada on żadnej strony internetowej.

[dowód: karta nr 114]

Z ustaleń dokonanych w toku postępowania wynika, że po dacie wskazanej przez przedsiębiorcę, jako data usunięcia strony internetowej przedsiębiorcy, rzeczywiście usunięta została dotychczasowa treść strony internetowej i zastąpiona pojedynczą, "szczątkowa" stroną, z informacją o treści: *"Strona w budowie. Zmieniamy się na lepsze. Prosimy o cierpliwość."*, zawierająca także informacje kontaktowe przedsiębiorcy – numer telefonicznej infolinii, godziny pracy, logo i nazwę, pod którą przedsiębiorca prowadzi działalność.

Z ustaleń dokonanych w dniu 25 listopada 2015 r. wynika, że przedsiębiorca wznowił następnie działanie swojej strony internetowej, modyfikując i ograniczając zamieszczone na niej treści. Na stronie tej w dalszym ciągu umieszczony jest kalkulator pożyczkowy, w dotychczasowej formie, to jest w wersji ustalonej po modyfikacji dokonanej z dniem 8 maja

2015 r. Przy kalkulatorze w dalszym ciągu nie są podawane, na reprezentatywnym przykładzie, wymagane dane dotyczące oferowanej pożyczki.

[dowód: karty nr 125, 135-140]

*praktyka, o której mowa w pkt II. decyzji*

Zgodnie z art. 7 ust. 4 *ustawy o kredycie konsumenckim* pośrednik kredytowy w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny:
- zakres umocowania do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych;
- informację, czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami.

Przedsiębiorca, począwszy od kwietnia 2014 roku oferuje konsumentom szereg kredytów udzielanych przez innych kredytodawców, występując w roli pośrednika kredytowego. Działalność w tym zakresie prowadzona jest przez przedsiębiorcę w ramach programu partnerskiego Kredytum, na podstawie "Umowy o współpracy o świadczeniu usług pośrednictwa finansowego", zawartej z Kredytum.pl S.A. z siedzibą w Kołobrzegu. Przedmiotem tej umowy jest "świadczenie przez Partnera usług pośrednictwa finansowego, handlowego oraz innych usług znajdujących się w ofercie Kredytum.pl przy wykorzystaniu narzędzia w postaci serwisu Kredytum oraz innych materiałów oraz środków dostarczonych lub udostępnionych Partnerowi przez Kredytum.pl". Umowa ta, wraz z regulaminem serwisu, szczegółowo określa czynności wykonywane przez partnerów.

[dowód: karty nr 59-63, 127-134]

Kredyty konsumenckie oferowane przez przedsiębiorcę w charakterze pośrednika kredytowego, jako partnera programu Kredytum, były prezentowane w dziale "Chwilówki" poprzez zamieszczanie znaków graficznych (logo) stosowanych w prowadzonej działalności przez poszczególnych kredytodawców, wraz ze zwięzłymi informacjami na temat oferowanych przez nich kredytów

Na stronie internetowej przedsiębiorcy brak było jakichkolwiek informacji wskazanych w wyżej powołanym przepisie art. 7 ust. 4 *ustawy o kredycie konsumenckim*, precyzujących jaką rolę przy ich udzielaniu pełni przedsiębiorca.

[dowód: karty nr 36-39]

W toku postępowania wyjaśniającego przedsiębiorca dokonał modyfikacji treści podstrony w zakładce "Chwilówki", polegającej na dodaniu na jej początku postanowienia o treści: *"Firma Lombard Mielec występuje w roli pośrednika pożyczkowego udzielając pożyczek chwilówek poniżej prezentowanych Firm"*

Postanowienie to w dalszym ciągu nie dostarczało informacji, wskazanych w przepisie art. 7 ust. 4 *ustawy o kredycie konsumenckim*.

Z dniem 21 października 2015 r. przedsiębiorca zawiesił działanie swojej strony internetowej w sposób omówiony w części dotyczącej pkt I. decyzji, w ramach czego usunął z niej m.in. treści, których dotyczy praktyka określona w pkt II. decyzji. Z ustaleń dokonanych w dniu 25 listopada 2015 r. wynika, że przedsiębiorca wznowił działanie swojej strony internetowej. Na stronie tej nie są już prezentowane informacje dotyczące kredytów z oferty innych kredytodawców, oferowanych przez przedsiębiorcę w charakterze pośrednika kredytowego. Na podstronie do której prowadzi odnośnik "Chwilówki", w której uprzednio prezentowana była oferta kredytowa innych kredytodawców, zamieszczony jest jedynie kalkulator pożyczkowy, w tej samej formie, jak zamieszczony na stronie głównej witryny.

[dowód: karty nr 135-140]

*praktyki, o których mowa w pkt III. decyzji*

W toku postępowania wezwano przedsiębiorcę do przedłożenia wszystkich wzorców dokumentów i formularzy (umowy pożyczki, formularz informacyjny, oświadczenia, regulaminy, inne) stosowanych w obrocie z konsumentami przy udzielaniu (we własnym imieniu – jako kredytodawca) kredytów konsumenckich.

Przedsiębiorca przedłożył m.in. wzorzec stosowany przez niego przy zawieraniu umów z konsumentami. Przedsiębiorca zawiera na jego podstawie umowy od maja 2014 roku. Wzorzec ten, mieszczący się na jednej stronie formatu A5, posiada część wydzieloną jako "*formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego*" oraz cześć wydzieloną jako "*umowa pożyczki lombardowej*". Część oznaczona jako *"formularz informacyjny"* oddzielona jest poziomą przerywana linią od części oznaczonej jako "umowa pożyczki lombardowej". Taki układ dokumentu umożliwia fizyczne rozdzielenie go (np. przez rozcięcie) na dwie samodzielne części, z których każda ma charakter integralnej całości, nieposiadającej oznak zdekompletowania czy niepełności.

Łącznie obydwie części powyższego wzorca zawierają szereg informacji dotyczących umowy pożyczki, o których mowa w art. 30 *ustawy o kredycie konsumenckim.* Zgodnie z tym przepisem umowa o kredyt konsumencki powinna określać m.in.:
- imię, nazwisko i adres konsumenta oraz imię, nazwisko (nazwę) i adres (siedzibę) kredytodawcy i pośrednika kredytowego;
- termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5, a także kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym;
- prawo konsumenta do spłaty kredytu przed terminem;
- wskazanie organu nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów.

Wzorzec umowy pożyczki lombardowej, stosowany przez przedsiębiorcę, jak i zawierane na jego podstawie umowy, nie zawierały powyższych elementów. Przedsiębiorca nie podawał w nich swojego imienia i nazwiska, posługując się jedynie oznaczeniem nazwy, pod którym prowadzi swoją działalność: "Lombard Mielec".

Informacja dotycząca prawa odstąpienia od umowy ograniczona jest w treści umowy pożyczki lombardowej do postanowienia o treści: *"Pożyczkobiorca ma prawo do odstąpienia od niniejszej umowy na zasadach określonych w art. 53 ustawy o kredycie konsumenckim z dnia 12 maja 2011 (Dz. U. nr 126, pozycja 715)"*. Nie zawiera ono wymaganych informacji, w tym o sposobach i skutkach odstąpienia przez konsumenta od umowy, o obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionego mu przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek, a także o kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym.

Wzorzec umowy pożyczki lombardowej nie zawierał także informacji o prawie pożyczkobiorcy do spłaty kredytu przed terminem. Wzmianka na temat spłaty kredytu przed terminem była umieszczona na formularzu informacyjnym, dołączonym do umowy, w postaci lakonicznego postanowienia o treści: *"Spłata kredytu przed terminem: tak"*. Postanowienie to nie wskazuje w szczególności, czy dotyczy ono obowiązku, czy uprawnienia konsumenta. Jest ono ponadto umiejscowione bezpośrednio po również lakonicznej informacji o prawie do odstąpienia od umowy, o treści: *"Odstąpienie od umowy: tak, 14 dni"*. Wzajemne umiejscowienie tych dwóch postanowień mogło sugerować, że wzmianka o spłacie kredytu przed terminem dotyczy obowiązku pożyczkobiorcy w przypadku skorzystania przez niego z prawa odstąpienia od umowy.

[dowód: karty nr 53-56]

W toku postępowania przedsiębiorca zmodyfikował stosowany przez siebie wzorzec umowy pożyczki lombardowej wprowadzając do niego informację o imieniu i nazwisku kredytodawcy oraz udokumentował wprowadzenie tak zmienionego wzorca do stosowania od dnia 28 września 2015 r.

[dowód: karta nr 98]

Następnie przedsiębiorca dokonał dalszej zmiany wzorca, polegającej na wprowadzeniu do treści umowy pożyczki lombardowej informacji o przysługującym pożyczkobiorcy prawie do spłaty kredytu przed terminem oraz o organie właściwym w sprawach konsumentów. Przedsiębiorca udokumentował wprowadzenie tak zmienionego wzorca do stosowania od dnia 19 października 2015 r.

Zmodyfikowany w powyższy sposób wzorzec umowy w dalszym ciągu nie określa natomiast sposobu i skutków odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek, a także kwoty odsetek należnych w stosunku dziennym.

[dowód: karta nr 123]

*praktyka, o której mowa w pkt IV. decyzji*

Zgodnie z art. 13 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* kredytodawca przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki jest zobowiązany podać konsumentowi, na trwałym nośniku, szereg informacji dotyczących oferowanego mu kredytu. Stosownie natomiast do art. 14. ust. 1 tej *ustawy* kredytodawca przekazuje konsumentowi te dane na formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego, którego wzór określa załącznik nr 1 do tej *ustawy*.

Stosowany przez przedsiębiorcę wzorzec "Umowy pożyczki lombardowej", zawiera wydzieloną (poziomą linią) część, zatytułowaną jako "formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego". Formularz ten nie jest zgodny z wzorem, stanowiącym załącznik do *ustawy o kredycie konsumenckim.* Stanowi on rodzaj wyciągu z ustawowo określonego wzoru formularza, zawierającego wybrane pozycje, które mają zastosowanie do oferowanej przez przedsiębiorcę pożyczki. Wyciąg ten zawiera większość wymaganych informacji, niemniej są one przedstawione w inny sposób i w innym układzie, niż określony przez ustawodawcę. Formularz stosowany przez przedsiębiorcę składa się z 17 pozycji, jest on przy tym połączony - w formie jednego dokumentu - z projektem umowy o kredyt konsumencki. Wzór formularza, określony *ustawą*, liczy natomiast 52 pola, przy czym część z nich opatrzona jest odnośnikiem do przypisu zamieszczonego na końcu wzoru formularza: *"Kredytodawca lub pośrednik kredytowy wypełnia odpowiednie pole, w przypadku, gdy informacja dotyczy danego kredytu, lub wskazuje, że dana informacja tego rodzaju kredytu nie dotyczy"*.

Treść formularza informacyjnego, stosowanego przez przedsiębiorcę, jest ponadto zredagowana w sposób lakoniczny, przy użyciu równoważników zdań, nie wyrażających informacji w sposób jasny, pełny i jednoznaczny, niezgodnie z ustawowym wzorem. Np. informacja o odstąpieniu od umowy w formularzu ograniczona jest do postanowienia treści: *"Odstąpienie od umowy: tak, 14 dni"*, a informacja o prawie do spłaty kredytu przed terminem ograniczona jest do postanowienia treści: "*Spłata kredytu przed terminem: tak*". Natomiast w ustawowym wzorze formularza informacyjnego przewidziano udzielanie informacji na ten temat poprzez formułowanie ich w sposób jednoznaczny, z zastosowaniem pełnych i poprawnych językowo zdań, odpowiednio: "*W terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy ma Pan/Pani prawo do odstąpienia od umowy*" oraz *"Ma Pan/Pani prawo w każdym czasie do spłaty całości lub części kredytu przed terminem określonym w umowie"*. Z treści

postanowień zawartych w formularzu stosowanym przez przedsiębiorcę nie wynika, w przeciwieństwie do wzoru ustawowego, której ze stron przysługuje prawo odstąpienia od umowy (kredytodawcy, kredytobiorcy, czy obydwu stronom), co oznaczają wymienione w nich terminy (np. czy w ciągu 14 dni można odstąpić, czy odstąpienie odnosi skutek po 14 dniach), czy spłata kredytu przed terminem jest uprawnieniem czy obowiązkiem kredytobiorcy, a także czy spłata ta może zostać dokonana w części, czy tylko w całości.

Ponadto, w ocenie Prezesa UOKiK, formularz informacyjny powinien być sporządzany w formie odrębnego dokumentu, co umożliwia doręczanie go konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki. W toku postępowania przedsiębiorca zmodyfikował stosowany przez siebie formularz informacyjny wyłącznie poprzez uzupełnienie danych kredytodawcy o jego imię i nazwisko, natomiast w pozostałym zakresie formularz ten w dalszym ciągu pozostaje niezgodnym z określonym ustawowo wzorem.

[dowód: karty nr 53-56, 98, 123]

*praktyka, o której mowa w pkt V. decyzji*

Stosownie do art. 53. ust. 3. *ustawy o kredycie konsumenckim* kredytodawca lub pośrednik kredytowy jest zobowiązany przy zawarciu umowy wręczyć konsumentowi, na trwałym nośniku, wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy, z oznaczeniem swojego imienia, nazwiska (nazwy) i adresu zamieszkania (siedziby).

W toku postępowania wyjaśniającego wezwano przedsiębiorcę do przedłożenia wszystkich wzorców, formularzy, stosowanych przez niego w obrocie z konsumentami. Wśród przedłożonych w odpowiedzi z dnia 18 maja 2015 r. wzorców, jak i wśród kopii dokumentów dotyczących przykładowych umów pożyczek, brak było wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

[dowód: karty nr 44, 47-64]

W toku postępowania, w piśmie z dnia 28 września 2015 r. przedsiębiorca oświadczył, że *"od początku swojej działalności udostępnia klientom pismo dotyczące możliwości odstąpienia od umowy w ciągu 14 dni. Druk zawsze jest do dyspozycji klienta, o czym jest informowany, druk ten leży na ladzie w miejscu gdzie klienci zawsze podpisują umowę."*

Jako dowód stosowania takiej praktyki przedsiębiorca przedłożył przy piśmie wzorzec dokumentu zatytułowanego "Oświadczenie o odstąpieniu od umowy pożyczki lombardowej" oraz zdjęcie lady w pomieszczeniu lombardu, na której wyłożony został plik kilku formularzy tego oświadczenia.

[dowód: karty nr 81, 94-95]

W piśmie z dnia 21 października 2015 r. przedsiębiorca ponownie oświadczył, że *"konsumenci byli i są informowani o możliwości odstąpienia od umowy, od początku prowadzenia działalności gospodarczej. Druki odstąpienia od umowy są dostępne na ladzie w miejscu widocznym i w pełni dostępnym dla klienta. Konsumenci korzystali z takiej możliwości, załącznik nr 1,2"*

W załączeniu do tego pisma przedsiębiorca przedłożył kopie dwóch przykładowych umów pożyczki lombardowej z września i listopada 2014 roku, wraz z kopią oświadczeń o odstąpieniu od tych umów, złożonych przez pożyczkobiorców, odpowiednio: we wrześniu i grudniu 2014 r. Oświadczenia te zostały złożone na formularzu zgodnym ze wzorem przedłożonym przy piśmie z dnia 28 września 2015 roku. W przedłożonych oświadczeniach o odstąpieniu od umowy z 2014 roku przedsiębiorca określony jest przez podanie samej nazwy

pod którą prowadzi działalność (Lombard Mielec), natomiast przedłożony w toku postępowania wzorzec oświadczenia uzupełniony jest także o dane stanowiące imię i nazwisko przedsiębiorcy.

[dowód: karty nr 115-118]

*praktyka, o której mowa w pkt VI. decyzji*

Na stronie internetowej przedsiębiorcy zamieszczane były hasła reklamowe, w formie wyświetlanych naprzemiennie informacji, przewijanych w animowanym banerze, wśród których znajdowało się m.in. hasło o treści: *„Najniższy procent w Polsce. Tylko 0,3 % dziennie”*. Przedsiębiorca wyjaśnił, że posługiwał się tym hasłem w oparciu o wyniki przeprowadzonych przez niego telefonicznie wraz z żoną i innymi osobami badań, w ramach których dokonano sprawdzenia oferty każdego lombardu w Polsce, z których to badań wynikało, że żaden inny lombard w Polsce nie oferował niższego od niego „oprocentowania" pożyczek.

[dowód: karty nr 29, 48]

W odniesieniu do tego hasła przedsiębiorca wyjaśnił także, że kwota wskazywana przez niego jako "odsetki" dotyczy całkowitych kosztów związanych z pożyczką, potocznie nazywanych przez klientów „odsetkami”. Na tak rozumiane "odsetki" składają się: "odsetki ustawowe" (przedsiębiorca przytacza tu wartości stopy procentowej w różnych okresach wskazujące, że przez "odsetki ustawowe" rozumie on "odsetki maksymalne", w rozumieniu art. 359 § $2^1$ *kodeksu cywilnego*), "prowizja ustawowa 5 %" oraz "koszt zabezpieczenia pożyczki, indywidualnie uzgadniany z klientem, wynika to z różnych metod zabezpieczeń i przechowywania zastawu".

Przedsiębiorca w toku postępowania wyjaśniającego usunął powyższe hasło ze swojej strony internetowej z dniem 8 maja 2015 r.

[dowód: karta nr 48 ]

*praktyka, o której mowa w pkt VII. decyzji*

Na stronie internetowej przedsiębiorca zamieszczał także hasło reklamowe w formie hasła prezentowanego w formie grafiki umieszczonej przy odnośniku do zakładki: "Chwilówki", o treści: *"Chwilówki bez BIK – na sam dowód"*.

[dowód: karty nr 30, 48]

W świetle złożonych przez przedsiębiorcę wyjaśnień treść tego hasła była "nieaktualna". Przedsiębiorca miał w planach wprowadzić własne pożyczki "chwilówki" bez sprawdzania klienta w Biurze Informacji Kredytowej, ale nie udało mu się tego zrealizować,

ani zaoferować choćby jednej takiej umowy, ze względu na brak dobrego oprogramowania, na którym mógłby drukować takie umowy.

W dziale "Chwilówki", prowadzonym w formie podstrony, zamieszczone były wyłącznie kredyty konsumenckie oferowane przez przedsiębiorcę jako pośrednika kredytowego. Udzielane przez niego we własnym imieniu pożyczki lombardowe prezentowane były natomiast w odrębnym dziale, oznaczonym hasłem prezentowanym w formie grafiki, o treści "Lombard – pożyczki pod zastaw wszystkiego". Sposób prezentacji tych informacji na stronie internetowej przedsiębiorcy sugerował jednoznacznie, że kredyty określane na niej jako "Chwilówki" stanowią odrębną kategorię od "pożyczek lombardowych".

Przedsiębiorca w toku postępowania wyjaśniającego usunął zakwestionowane hasło ze swojej strony internetowej z dniem 8 maja 2015 r.

[dowód: karta nr 48 ]

*praktyki, o których mowa w pkt VIII. decyzji*

We wzorcu "Umowy pożyczki lombardowej" stosowanym przez przedsiębiorcę oraz zawieranych na jego podstawie umowach, zawarte były następujące oświadczenia, składane przez kredytobiorców:

- *„Uprzedzony o odpowiedzialności karnej wynikającej z art. 233 k.k. za składanie fałszywych oświadczeń Pożyczkobiorca oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie.”,*
- *„Oświadczenie: Świadom(a) odpowiedzialności karnej za złożenie nieprawdziwego oświadczenia, oświadczam, że posiadam dochody lub środki wystarczające do spłaty kwoty pożyczki wraz z kosztami”.*

[dowód: karty nr 53-56]

Odnośnie pierwszego z powyższych postanowień przedsiębiorca wyjaśnił, że jest ono "stosowane w celu ochrony kredytodawcy przed konsekwencjami karnymi w sytuacji, w której okazałoby się, że przedmiot zastawu pochodzi z kradzieży, co wiązałoby się z przedstawieniem kredytodawcy zarzutu o paserstwo. W wyniku braku takiego oświadczenia pożyczkobiorca [prawdopodobnie: "pożyczkodawca" – przyp. UOKiK] mógłby zostać pociągnięty do odpowiedzialności karnej".

[dowód: karty nr 113-114]

W toku postępowania przedsiębiorca zmodyfikował wzorzec w powyższym zakresie i wprowadził go do stosowania od dnia 19 października 2015 r. W zmienionym wzorcu powyższe postanowienia otrzymały brzmienie:

- *„Uprzedzony o odpowiedzialności karnej wynikającej z art. 233 k.k. za składanie fałszywych oświadczeń Pożyczkobiorca oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie. Pożyczkobiorca oświadcza ponadto, że jeżeli okaże się, że przedmiot umowy pochodził z kradzieży bierze na siebie całą odpowiedzialność, zwalniając z odpowiedzialności Pożyczkodawcę i zobowiązuje się do zwrotu pożyczki.”,*
- *„Oświadczenie: oświadczam, że posiadam dochody lub środki wystarczające do spłaty kwoty pożyczki wraz z kosztami”.*

[dowód: karta nr 123]

W 2014 roku przedsiębiorca osiągnął obrót w wysokości 217 757,87 zł. W latach poprzednich przedsiębiorca nie prowadził działalności gospodarczej.

[dowód: karty nr 81-93]

**Prezes UOKiK zważył, co następuje**

*interes publiczny*

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 - naruszając jej przepisy – stanowią potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Niniejsze postępowanie dotyczyło informacji dotyczących kredytów konsumenckich, kierowanych do nieograniczonego kręgu adresatów, posiadających status konsumentów oraz treści zawieranych z konsumentami umów i stosowanych przy tym dokumentów. W ocenie Prezesa UOKiK rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, wiąże się bowiem z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zawarli, mogli zawrzeć lub zawrą z przedsiębiorcą umowę pożyczki, lub w inny sposób zainteresują się jego ofertą. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. W niniejszej sprawie uzasadnione było zatem podjęcie przez Prezesa UOKiK działań przewidzianych w *ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów*. W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego w niniejszej sprawie zastosowanie mają przepisy tej *ustawy*, a dotyczące jej postępowanie było prowadzone w interesie publicznym.

*przesłanki stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*

Stosownie do treści art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* – „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy".

W związku z powyższym dla stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zachodzi w niniejszej sprawie konieczność stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorcę art. 24 *ustawy*. Wymaga to wykazania łącznego zaistnienia następujących przesłanek:

- kwestionowane działania są działaniami przedsiębiorcy,
- działania te mają bezprawny charakter,
- działania te godzą zbiorowe interesy konsumentów.

*strona jako przedsiębiorca*

Zgodnie z art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, pod pojęciem przedsiębiorcy należy m.in. rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej* (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 584 z późn. zm.). Natomiast, stosownie do art. 4 ust. 1 *ustawy o swobodzie działalności gospodarczej*, przedsiębiorcą jest m.in. osoba fizyczna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. 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

tej *ustawy*).

Daniel Osnowski prowadzi we własnym imieniu działalność gospodarczą pod firmą Daniel Osnowski Lombard Mielec. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada on status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, a jego działania podejmowane w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej podlegają rygorom określonym w tej *ustawie*, w tym mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

*bezprawność*

Bezprawność w rozumieniu regulacji dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa, ale także z zasadami współżycia społecznego bądź dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy zatem ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami.

W niniejszej sprawie bezprawność działań przedsiębiorcy, o których mowa w pkt I.-V. decyzji wynika z ich niezgodności z regulacjami zawartymi w przepisach *ustawy o kredycie konsumenckim*. Bezprawność działań przedsiębiorcy, o których mowa w pkt VI.-VIII. decyzji wynika natomiast z ich niezgodności z regulacjami określonymi w przepisach *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*.

*godzenie w zbiorowe interesy konsumentów*

*Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów* nie objaśnia znaczenia pojęć „godzenia w interesy konsumentów" oraz „zbiorowego interesu konsumentów", wskazując jedynie w art. 24 ust. 3, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Nie ulega jednak wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Stąd konkluzja, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na dokonaniu ich naruszenia, jak i na jedynie stworzeniu dla nich zagrożenia.

Kwestionowane w niniejszym postępowaniu działania przedsiębiorcy dotyczyły konsumentów, jako klientów (choćby potencjalnych) lombardu. W ramach świadczenia usług związanych z udzielaniem kredytów konsumenckich przedsiębiorca naruszał prawo konsumentów do ukształtowania zawieranych z nimi umów kredytów konsumenckich zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Działanie przedsiębiorcy naruszało również prawo konsumentów do uzyskiwania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji wskutek nienależytej realizacji obowiązków informacyjnych sprecyzowanych w przepisach regulujących zasady udzielania kredytów konsumenckich. Inne działania przedsiębiorcy, stanowiące nieuczciwe praktyki rynkowe, mogły natomiast w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe klienta lombardu przed zawarciem umowy o kredyt

konsumencki lub po jej zawarciu, godząc tym samym w ich interesy, w szczególności te o charakterze ekonomicznym.

W ocenie Prezesa UOKiK nie ulega również wątpliwości, iż interesy konsumentów w które godziły kwestionowane działania przedsiębiorcy, miały charakter zbiorowy. Praktyki stosowane przez przedsiębiorcę skierowane były bowiem do nieokreślonego kręgu konsumentów, których nie sposób jednoznacznie zidentyfikować. Działanie przedsiębiorcy mogło dotykać zarówno wszystkich konsumentów poszukujących w internecie oferty kredytu konsumenckiego, jak i zawierających z przedsiębiorcą umowy w lokalu prowadzonego przez niego lombardu.

Wykazanie zatem w niniejszej sprawie, że działania przedsiębiorcy mają charakter bezprawny i naruszają zbiorowy interes konsumentów, przesądza, iż działania te mają charakter praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

*praktyka, o której mowa w pkt I. decyzji*

Stosownie do art. 7. ust. 1 i 2 *ustawy o kredycie konsumenckim* kredytodawca lub pośrednik kredytowy w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny:
- stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu;
- całkowitą kwotę kredytu;
- rzeczywistą roczną stopę oprocentowania;

a w stosownych przypadkach, dodatkowo:
- czas obowiązywania umowy;
- całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat;
- cenę towaru lub usługi oraz kwotę wszystkich zaliczek w przypadku umowy o kredyt przewidującej odroczenie płatności.

Stosownie do art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* informacje wskazane w art. 7 ust. 1-3 tej *ustawy* należy podać na podstawie reprezentatywnego przykładu. Przy określaniu reprezentatywnego przykładu przedsiębiorca powinien określić warunki umowy o kredyt konsumencki, na których spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju przy uwzględnieniu przez te umowy średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju - w tym przypadku pożyczek lombardowych. W tym celu kredytodawca lub pośrednik kredytowy jest zobowiązany gromadzić odpowiednie dane w celu ustalenia na ich podstawie reprezentatywnego przykładu.

Kalkulator pożyczkowy zamieszczany na stronie internetowej przedsiębiorcy można uznać za element reklamy prowadzonej przez niego działalności, zawierający dane dotyczące kosztu oferowanych przez niego pożyczek. Reklama ta nie zawierała jednak ww. informacji dotyczących reprezentatywnego przykładu umowy, wymaganych zgodnie z art. 7 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*. Nie prezentowała ona również stosownych danych dotyczących reprezentatywnego przykładu umowy (a jedynie dla wariantów wybranych przez korzystającego ze strony), wymienionych w art. 7 ust. 2 pkt 1 i 2 ww. *ustawy*, tj. czasu obowiązywania oraz całkowitej kwoty do zapłaty, mimo że składają się one na pełną informację dotyczącą obciążenia konsumenta kosztami reprezentatywnej pożyczki.

Natomiast, zgodnie z art. 7 ust. 3. *ustawy o kredycie konsumenckim* - jeżeli do zawarcia umowy o kredyt konsumencki, na warunkach określonych w reklamie, niezbędne

jest zawarcie umowy dodatkowej, w szczególności umowy ubezpieczenia, a kosztu takiej umowy nie można z góry określić, kredytodawca lub pośrednik kredytowy podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny informację o tym obowiązku wraz z rzeczywistą roczną stopą oprocentowania. W świetle wyjaśnień przedsiębiorcy taki charakter ma umowa zastawu, zawierana w ramach udzielanej przez przedsiębiorcę pożyczki "lombardowej", a związanego z tą umowa kosztu nie można z góry określić. Informacja o tym nie jest natomiast podawana przez przedsiębiorcę w reklamie. Wprowadzoną przez przedsiębiorcę w toku postępowania modyfikację, polegającą na dodaniu w kalkulatorze postanowienia – w świetle którego wysokość całkowitego kosztu pożyczki może ulec nieznacznej zmianie, co wynika z różnych metod zabezpieczeń i przechowania zastawu – ocenia się jako niewystarczającą na potrzeby realizacji tego obowiązku. Użycie we wprowadzonym przez przedsiębiorcę postanowieniu zwrotu "nieznacznie" stoi w sprzeczności z wyjaśnieniami przedsiębiorcy, w świetle których koszt zabezpieczenia "zależy od wielu czynników" a jego oszacowanie ma charakter "zupełnie orientacyjny". W świetle wyjaśnień przedsiębiorcy nie jest zatem przesądzone, że rzeczywisty koszt zabezpieczenia będzie odbiegał tylko nieznacznie od kosztu założonego. Zastosowane określenie "nieznacznie" jest nieostre i nieprecyzyjne, a w niektórych sytuacjach może być wprost nieprawdziwe – gdy rzeczywisty koszt będzie odbiegał "znacznie" od kosztu uwzględnionego w całości kosztów prezentowanych w reklamie (kalkulatorze). W związku z tym wprowadzone przez przedsiębiorcę postanowienie nie czyni zadość wymogom wynikającym z art. 7 ust. 3 *ustawy o kredycie konsumenckim.*

Działania przedsiębiorcy w powyższym zakresie są bezprawne, poprzez ich sprzeczność z normami zawartymi w przepisach art. 7 ust. 1–3 w związku z art. 8 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim*. Działania te naruszają prawo konsumentów do otrzymywania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a przez to naruszają art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* godząc w interes konsumentów. W związku z dalszym zamieszczaniem tak skonstruowanego kalkulatora pożyczkowego na stronie internetowej przedsiębiorcy, której działanie zostało wznowione, nie można uznać, że stosowanie zakwestionowanej praktyki zostało zaniechane.

Zgodnie z art. 26 ust. 1. *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, jeżeli Prezes UOKiK stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24, wówczas wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt I. sentencji.

*praktyka, o której mowa w pkt II. decyzji*

Zgodnie natomiast z art. 7 ust. 4 *ustawy o kredycie konsumenckim* pośrednik kredytowy w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny:
- zakres umocowania do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych;
- informację, czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami.

Na stronie głównej swojej witryny internetowej przedsiębiorca reklamował kredyty konsumenckie udzielane przez innych kredytodawców, oferowane przez niego w charakterze pośrednika kredytowego. W reklamach tych przedsiębiorca nie podawał informacji określonych w powyższym przepisie. Dodane w toku postępowania na stronie internetowej przedsiębiorcy postanowienie, informujące, iż działa on w charakterze pośrednika kredytowego również nie dostarczało informacji wskazanych w wyżej przywołanym przepisie. Stwierdzone naruszenie zostało zaniechane dopiero z chwilą zawieszenia przez

przedsiębiorcę, z dniem 21 października 2015 r. – w omówiony wcześniej sposób – działania jego witryny internetowej, w tym usunięcia zakwestionowanych reklam kredytów. Reklamy te nie są już umieszczane na stronie, której działanie przedsiębiorca wznowił w listopadzie 2015 roku.

Działania przedsiębiorcy w powyższym zakresie były bezprawne, poprzez ich niezgodność z regulacjami z przepisu art. 7 ust. 4 *ustawy o kredycie konsumenckim*. Działania te naruszały prawo konsumentów do otrzymywania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, godząc w ich interesy, a przez to naruszały art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Stosownie do art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* w przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej *ustawy* Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt II. sentencji.

*praktyki, o których mowa w pkt III. decyzji*

Zgodnie z art. 30 ust. 1 pkt 1, 15, 16 i 21 *ustawy o kredycie konsumenckim* umowa o kredyt konsumencki powinna zawierać m.in.:
- imię, nazwisko i adres konsumenta oraz imię, nazwisko (nazwę) i adres (siedzibę) kredytodawcy i pośrednika kredytowego;
- termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 tej *ustawy*, a także kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym;
- prawo konsumenta do spłaty kredytu przed terminem;
- wskazanie organu nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów.

Umowy zawierane przez przedsiębiorcę z konsumentami nie zawierały tych informacji.

Działanie przedsiębiorcy w tym zakresie było bezprawne poprzez jego niezgodność z regulacjami wyżej powołanego przepisu *ustawy o kredycie konsumenckim*. Działanie to naruszało prawo konsumentów do otrzymywania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, potrzebnej im dla zadbania o własny interes i świadome wykonywanie umowy zawartej z przedsiębiorcą. Działanie to godziło zatem w interesy konsumentów, naruszając art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

W toku postępowania przedsiębiorca dokonywał zmian wzorca umowy pożyczki, stosowanego w obrocie z konsumentami, uzupełniając go o niektóre brakujące, a wymagane elementy. Wzorzec ten nie został jednak uzupełniony o informacje wskazane w art. 30 ust. 1 pkt 15 *ustawy o kredycie konsumenckim,* to jest: sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 tej *ustawy*, a także kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym, w związku z czym naruszenie w tym zakresie jest przez przedsiębiorcę kontynuowane.

Zgodnie z art. 26 ust. 1. *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, jeżeli Prezes UOKiK stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24, wówczas wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt III.1. sentencji.

Wzorzec umowy pożyczki lombardowej, na podstawie którego przedsiębiorca zawiera umowy z konsumentami, został natomiast przez niego uzupełniony w toku postępowania:

- o informacje wskazane w art. 30 ust. 1 pkt 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* (imię i nazwisko kredytodawcy) – z dniem 28 września 2015 r,
- o informacje wskazane w art. 30 ust. 1 pkt 16 i pkt 21 (prawo konsumenta do spłaty kredytu przed terminem oraz organ nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów) – z dniem 19 października 2015 r,

w związku z czym należy uznać, że przedsiębiorca zaniechał w tym zakresie naruszeń.

Stosownie do art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* w przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej *ustawy* Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt III.2. sentencji.

*praktyka, o której mowa w pkt IV. decyzji*

Zgodnie z art. 13 ust. 1 *ustawy o kredycie konsumenckim* kredytodawca przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki jest zobowiązany podać konsumentowi, na trwałym nośniku, szereg informacji dotyczących oferowanego mu kredytu. Stosownie natomiast do art. 14. ust. 1 tej *ustawy* kredytodawca przekazuje konsumentowi te dane na formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego, którego wzór określa załącznik nr 1 do *tej ustawy*.

Stosowany przez przedsiębiorcę "formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego" jest niezgodny z wzorem ustalonym przez ustawodawcę, zarówno pod względem formy, jak i treści. Działanie to zatem jest sprzeczne z powołanym przepisem *ustawy o kredycie konsumenckim*. Stosowanie formularza informacyjnego, niezgodnego z obligatoryjnym wzorem, a zatem odmiennego niż formularze informacyjne stosowane przez innych przedsiębiorców oferujących kredyty konsumenckie, może powodować dezorientację u konsumenta oraz utrudniać mu porównanie oferowanej pożyczki z ofertą kredytową innych przedsiębiorców. Ponadto, zastosowanie rozwiązania polegającego na połączeniu w formie jednego dokumentu formularza informacyjnego wraz z umową pożyczki lombardowej, również może naruszać prawidłowe wywiązanie się przez przedsiębiorcę z obowiązku podania konsumentowi formularza informacyjnego przed zawarciem umowy, jak i wywoływać dezorientację co do samego charakteru tego dokumentu. Rozwiązanie to również stoi w sprzeczności z powołanym przepisem *ustawy o kredycie konsumenckim*, gdyż sporządzony w ten sposób formularz informacyjny siłą rzeczy będzie niezgodny z wzorem określonym w tej *ustawie*.

Wprowadzenie obowiązku stosowania ustandaryzowanego, co do treści i formy, formularza informacyjnego było celowym zamysłem ustawodawcy i został on ujęty w przepisach *ustawy o kredycie konsumenckim* w ramach wdrażania *dyrektywy 2008/48/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki* (…). Ustawodawca, określając przyjęte nią regulacje, miał na uwadze, że *wzór formularza jest objęty maksymalną harmonizacją w celu zapewnienia we wszystkich państwach członkowskich względnej jednolitości nie tylko co do treści, ale również formy przekazu informacji przed zawarciem umowy. Pozwoli to konsumentowi na łatwe porównanie ofert kredytowych również w stosunku do ofert z różnych państw członkowskich.* (z uzasadnienia projektu *ustawy*).

Stosowanie przez przedsiębiorcę formularza informacyjnego, niezgodnego z wzorem określonym *ustawą o kredycie konsumenckim*, narusza zatem prawo konsumentów do otrzymywania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, utrudniając im porównanie oferowanego kredytu z ofertą innych kredytodawców, godząc w ich interes, a przez to narusza art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Zgodnie z art. 26 ust. 1. *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, jeżeli Prezes UOKiK stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24, wówczas wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt IV. sentencji.

*praktyka, o której mowa w pkt V. decyzji*

Zgodnie art. 53 ust. 3 *ustawy o kredycie konsumenckim* kredytodawca lub pośrednik kredytowy jest zobowiązany przy zawarciu umowy wręczyć konsumentowi, na trwałym nośniku, wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy, z oznaczeniem swojego imienia, nazwiska (nazwy) i adresu zamieszkania (siedziby).

Z wyjaśnień złożonych przez przedsiębiorcę w toku postępowania wynika, że nie wręcza on konsumentom przy zawieraniu umowy wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tej umowy, a jedynie wzory te są wyłożone na ladzie w miejscu dostępnym dla klienta, o czym klient jest przez przedsiębiorcę ustnie informowany. W ocenie organu ochrony konsumentów postępowanie takie jest niewystarczające, stwarzające pole do nieprawidłowości lub nadużyć. Samo wyłożenie formularzy w miejscu dostępnym dla klienta nie daje gwarancji, że klient – zaabsorbowany dopełnianiem formalności związanych z zawieraniem umowy pożyczki – wykaże się *ad hoc* odpowiednią zapobiegliwością i inicjatywą, aby taki wzór odstąpienia sobie zabrać, aby móc się z nim później zapoznać. Konsument, otrzymując wzór odstąpienia od umowy może się z nim zapoznać np. w domu, a więc w warunkach, które pozbawione są czynników wywołujących potencjalną presję na konsumenta, takich jak obecność pracownika kredytodawcy lub pośrednika kredytowego, obecność innych osób znajdujących się w lokalu przedsiębiorcy, a także bez presji czasu.

Użyty przez ustawodawcę termin "wręczyć" oznacza «podać coś komuś do rąk, zwykle w sposób uroczysty lub oficjalny»[2]. Przedsiębiorca nie wręcza konsumentom z którymi zawiera umowy wzoru odstąpienia. Dokument ten może być przez to pomijany w relacjach z konsumentami. Zadeklarowana przez przedsiębiorcę praktyka wiąże się z ryzykiem, że informacja przekazywana ustnie przez pracownika lombardu na temat wzoru odstąpienia od umowy może zostać zniekształcona lub w ogóle pominięta w trakcie zawierania umowy, a konsument może przeoczyć leżącą w jego interesie potrzebę pobrania sobie tego wzoru. Również sam przedsiębiorca wezwany w toku postępowania wyjaśniającego do przedłożenia wszystkich wzorców i formularzy stosowanych w obrocie z konsumentami – nie przedłożył między nimi wzoru odstąpienia od umowy, a uczynił to dopiero ustosunkowując się do postawionego mu w tym zakresie zarzutu. Uprawdopodabnia to przypuszczenie, że stosowanie tego wzoru może być przez niego w praktyce zaniedbywane. Należy ponadto wskazać, że stosowany przez przedsiębiorcę wzór odstąpienia od umowy nie zawierał wszystkich obligatoryjnych elementów - to jest imienia i nazwiska przedsiębiorcy - które zostały wprowadzone do niego dopiero po zmodyfikowaniu wzoru w toku niniejszego postępowania. Szkodliwość stwierdzonej praktyki przedsiębiorcy potęguje okoliczność, że przedsiębiorca narusza obowiązki informacyjne dotyczące uprawnienia

[2] http://sjp.pwn.pl/sjp/wreczyc;2537766.html

konsumentów do odstąpienia od umowy również w treści zawieranych z nimi umów (vide: pkt III.1 niniejszej decyzji).

Działanie przedsiębiorcy może zatem skutkować niedostatecznym – w świetle standardów ustalonych przepisami regulującymi zasady udzielania kredytów konsumenckich – wypełnieniem obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, w tym przypadku informacji dotyczącej możliwości odstąpienia od umowy. Godzi to w interes konsumentów, jako stron umów zawieranych z przedsiębiorcą, a przez to narusza art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Zgodnie z art. 26 ust. 1. *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, jeżeli Prezes UOKiK stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24, wówczas wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt V. sentencji.

*praktyka, o której mowa w pkt VI. decyzji*

Praktyka stwierdzona w pkt VI. polegała na zamieszczaniu przez przedsiębiorcę na jego stronie internetowej nieprawdziwych informacji o tym, że udzielane przez niego pożyczki są pożyczkami o najniższym oprocentowaniu w Polsce.

Bezprawność tej praktyki wynika z naruszenia przez przedsiębiorcę art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*.

Przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 i 4 tej *ustawy*). Niewątpliwie działania przedsiębiorcy polegające na reklamowaniu oferowanych konsumentom pożyczek lombardowych na jego stronie internetowej mieszczą się w pojęciu praktyki rynkowej.

W art. 4 ust. 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* określono dwie przesłanki, których łączne spełnienie pozwala na zakwalifikowanie praktyki przedsiębiorcy jako nieuczciwej, a mianowicie: sprzeczność z dobrymi obyczajami oraz rzeczywiste lub potencjalne zniekształcenie w istotny sposób zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przepis ten ma charakter klauzuli generalnej, która w celu wykazania stosowania danej praktyki wymaga odpowiedniej konkretyzacji.

Art. 4 ust. 2 ustawy, który zawiera otwarty katalog nieuczciwych praktyk rynkowych, wyróżnia m.in. praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Uznanie praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd za nieuczciwą praktykę rynkową nie wymaga poddania jej ocenie pod kątem zaistnienia przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*. Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać na działaniu (art. 5) bądź zaniechaniu (art. 6). Działanie wprowadzające w błąd może polegać natomiast m.in. na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1).

Przepisy *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* posługują się pojęciem przeciętnego konsumenta, z punktu widzenia którego powinna być dokonana ocena każdej praktyki rynkowej. W świetle art. 2 pkt 8 tej *ustawy* za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tych cech dokonuje się 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.

Adresatem zakwestionowanej w niniejszym przypadku reklamy był ogół konsumentów, będących użytkownikami internetu. Przekaz przedsiębiorcy nie był kierowany do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale do nieograniczonego kręgu odbiorców - ogółu konsumentów zainteresowanych uzyskaniem środków finansowych w formie kredytu konsumenckiego. Brak szczególnych wymagań dotyczących kredytobiorców związanych z udzieleniem pożyczki lombardowej wskazuje, że przekaz reklamowy był kierowany do nieograniczonego i nieoznaczonego kręgu konsumentów. W ocenie Prezesa UOKiK, adresatem reklamy był konsument nie bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice działań przedsiębiorców związanych z reklamą. Jest to osoba, która oczekuje, że podane w reklamach informacje o ofercie są rzetelne i nie wprowadzają w błąd. Uzasadnia to przyjęcie, że ocena praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę powinna być dokonana z punktu widzenia przeciętnego konsumenta - osoby zainteresowanej uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

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

Ustalony w powyższy sposób model nie pozbawia przeciętnego konsumenta prawa do bycia rzetelnie poinformowanym o reklamowanym produkcie. Przedsiębiorca ma obowiązek informowania klientów w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w lokalu przedsiębiorcy[3]. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy reklamowe w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

Zarzucona przedsiębiorcy praktyka, o której mowa w pkt VI. decyzji, polegała na prezentowaniu w reklamie nieprawdziwej informacji, która wprost wskazywała, że udziela on pożyczek o najniższym oprocentowaniu w całym kraju. Zgodnie z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, przy czym działaniem tym może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

[3] wyrok SOKiK z dnia 19 grudnia 2007 r., sygn. XVII Ama 64/07.

W zakwestionowanym materiale o charakterze reklamowym przedsiębiorca wykorzystywał hasło o treści: „Najniższy procent w Polsce” wskazując obok niego wysokość – 0,3 % dziennie (czyli 109,5 % w skali roku). Jak wykazano, informacja ta nie mogła być literalnie prawdziwa – oprocentowanie w wysokości wskazanej przez przedsiębiorcę wielokrotnie przekraczało maksymalną dopuszczalną wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej. Informacja ta mogłaby być prawdziwa wyłącznie w sytuacji, w której wszyscy pożyczkodawcy w kraju prowadziliby działalność z naruszeniem przepisu art. 359 § $2^1$ *kodeksu cywilnego*, stosując oprocentowanie udzielanych pożyczek w wysokości wielokrotnie wyższej, niż dopuszczalna. Założenie takie jest wysoce nieprawdopodobne i bez trudu falsyfikowalne, np. informacje posiadane przez Prezesa UOKiK dotyczące wysokości oprocentowania pożyczek, stosowanego w tym samym okresie przez innych kredytodawców, potwierdzają wprost, że założenie to jest nieprawdziwe.[4] Przeprowadzona przez Prezesa UOKiK w 2013 roku kontrola podmiotów udzielających pożyczek konsumentom wykazała, że oprocentowanie takich pożyczek ustalane jest z reguły na poziomie odsetek maksymalnych lub niższym.[5]

Nieprawdziwości zakwestionowanego hasła reklamowego nie niweluje również wyjaśnienie przedsiębiorcy, w świetle którego hasło to dotyczy procentu w "potocznym rozumieniu", jako "całkowitych kosztów związanych z pożyczką". Wyjaśnienie to stoi w sprzeczności z literalnym brzmieniem hasła, w którym użyty jest termin "procent". Termin ten jest synonimem określenia "odsetki", które są "wynagrodzeniem za korzystanie z cudzych pieniędzy lub rzeczy zamiennych bądź rekompensatą za opóźnienie w zapłacie sumy pieniężnej, przy czym ich wysokość ustalana jest jako ułamek (procent) należności głównej za określony czas (np. za rok) korzystania z tych dóbr (lub czas opóźnienia)"[6]. Z kolei całkowity koszt kredytu, zgodnie z art. 5 pkt 6 *ustawy o kredycie konsumenckim,* to wszelkie koszty, które konsument jest zobowiązany ponieść w związku z umową o kredyt, w szczególności: odsetki, opłaty, prowizje, podatki i marże jeżeli są znane kredytodawcy oraz koszty usług dodatkowych w przypadku gdy ich poniesienie jest niezbędne do uzyskania kredytu z wyjątkiem kosztów opłat notarialnych ponoszonych przez konsumenta. Całkowity koszt kredytu to zatem parametr wyrażany w pieniądzu, w formie kwoty, natomiast "procent" jest to ułamek wyrażony jako ilość setnych części danej wielkości. Te dwa parametry mają różne znaczenia i nie mogą być używane zamiennie. Całkowitych kosztów kredytu nie wyraża się w formie procentu, w związku z czym nie mogło się do nich odnosić zakwestionowane hasło reklamowe, jak to wyjaśnił przedsiębiorca. Owszem, istnieje parametr, który umożliwia wyrażenie całkowitego koszt kredytu, ponoszonego przez konsumenta, jako wartość procentową całkowitej kwoty kredytu w stosunku rocznym - jest nim rzeczywista roczna stopa procentowa (r.r.s.o.), o której mowa w art. 5 pkt 12 *ustawy o kredycie konsumenckim.* Nie ulega jednak najmniejszej wątpliwości, że zakwestionowane hasło reklamowe nie odnosiło się do tego parametru.

Rzeczywista roczna stopa procentowa obliczana jest według formuły określonej w *ustawie o kredycie konsumenckim:*

$$\sum_{k=1}^{m} C_k (1 + X)^{-t_k} = \sum_{l=1}^{m'} D_l (1 + X)^{-s_l}$$

gdzie poszczególne litery i symbole użyte we wzorze oznaczają:

X – rzeczywistą roczną stopę oprocentowania;

m – numer kolejny ostatniej wypłaty raty kredytu;

---

[4] np. w decyzji Prezesa UOKiK nr RBG-45/2014 z dn. 31 grudnia 2014 - ustalono stosowanie przez przedsiębiorcę oprocentowania udzielanych kredytów konsumenckich w wysokości 4 % rocznie.

[5] "Opłaty stosowane przez instytucje parabankowe", UOKiK, Warszawa, czerwiec 2013, s.14.

[6] "Kodeks cywilny. Komentarz. Tom III. Zobowiązania - część ogólna.", pr. zb. pod red. A. Kidyba, komentarz do art. 359 k.c., LEX 2014.

k – numer kolejny wypłaty, zatem $1 \leq k \leq m$;
$C_k$ – kwotę wypłaty k;
$t_k$ – okres, wyrażony w latach lub ułamkach lat, między dniem pierwszej wypłaty a dniem każdej kolejnej wypłaty, zatem $t_1 = 0$;
m′ – numer kolejny ostatniej spłaty lub wnoszonych opłat;
l – numer kolejny spłaty lub wnoszonych opłat;
$D_l$ – kwotę spłaty lub wnoszonych opłat;
$S_l$ – okres, wyrażony w latach lub ułamkach lat, między dniem pierwszej wypłaty a dniem każdej spłaty lub wniesienia opłat.

Na wartość tego parametru mają wpływ wszelkie przepływy finansowe pomiędzy kredytodawcą a kredytobiorcą (wypłaty, spłaty – zarówno kapitału jak i odsetek oraz opłat pozaodsetkowych) oraz ich rozkład w czasie. W efekcie tego r.r.s.o. może przybierać różną wartość dla różnych kredytów o takim samym oprocentowaniu, w przypadku gdy różnią się one harmonogramami spłat. W przypadku różnych pożyczek udzielonych przez samego przedsiębiorcę, przedstawionych w toku postępowania jako przykładowe, r.r.s.o. przyjmowało różne wartości, np: 185 %, 296 %, 456 %, 756 % podczas, gdy w zakwestionowanej reklamie przedsiębiorca odnosi się jednolicie do procentu o stałej wysokości – 0,3 % dziennie.

Wyjaśnienie przedsiębiorcy, w świetle którego zakwestionowane hasło reklamowe dotyczyło całkowitych kosztów związanych z pożyczką, stoi również w sprzeczności z jego własnymi wyjaśnieniami, w świetle których całkowity koszt pożyczki nie jest z góry znany, w związku z koniecznością indywidualnej oceny kosztu przechowania przedmiotu zabezpieczenia. W tej sytuacji przedsiębiorca nie jest również w stanie określić z góry na potrzeby reklamy całkowitego kosztu udzielanych przez siebie pożyczek, zarówno w postaci kwoty jaki i w formie procentowej, a tym bardziej porównać go z całkowitymi kosztami pożyczek udzielanych przez inne lombardy (przypuszczalnie również szacowanymi indywidualnie i nieznanymi z góry), tak jak to rzekomo uczynił w ramach badania, którego wyniki miały stanowić podstawę do sformułowania i używania zakwestionowanego hasła reklamowego.

Powyższe przesłanki jednoznacznie wskazują, że uzasadnienie stosowanego hasła, na które powołuje się przedsiębiorca, jest nieprawdziwe, podobnie jak i zawarta w nim informacja. Pod wpływem tej informacji przeciętny konsument mógłby podjąć decyzję odnośnie umowy z przedsiębiorcą, której inaczej by nie podjął, w szczególności mógłby on zaniechać poszukiwań tańszej oferty.

Zgodnie z art. 2 pkt 7 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się decyzję podejmowaną przez konsumenta dotycząca oferowanego mu towaru bez względu na to, czy konsument ostatecznie postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Decyzja dotycząca umowy, o której mowa w tej *ustawie*, ma szerszy zakres niż instytucja błędu uregulowana w art. 84 i nast. *kodeksu cywilnego*. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest objęty sam fakt jej dokonania, czyli w analizowanym przypadku - skorzystanie z reklamowanej oferty, a więc zawarcie umowy z przedsiębiorcą. Wystarczająca jest sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

W niniejszej sprawie decyzja dotycząca umowy sprowadzać będzie się do sytuacji, w której konsument - pod wpływem informacji znalezionych na stronie internetowej przedsiębiorcy - zainteresuje się jego ofertą lub podejmie działania w celu uzyskania dodatkowych informacji, np. uda się do lombardu, aby poznać szczegóły oferty. Kluczowe

znaczenie odgrywa wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór komunikatu reklamowego, który prowadzi do przyjęcia i zrozumienia najważniejszych informacji jakie z niego płyną. Samo zainteresowanie się ofertą przedsiębiorcy, pod wpływem rozpowszechnianych informacji stanowi o podjęciu przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*.

Poprzez zakwestionowane hasło reklamowe, wskazujące na wyjątkowe i niepowtarzalne cechy pożyczki w skali całego kraju, oferta przedsiębiorcy mogła jawić się dla przeciętnego konsumenta jako bardziej atrakcyjna, niż w rzeczywistości. Przeciętny konsument, zakładający, że twierdzenie przedsiębiorcy zawarte w komunikacie reklamowym ma jakieś oparcie w rzeczywistości (np. wynika z faktycznie przeprowadzonych badań rynku, tak jak to deklarował w składanych wyjaśnieniach przedsiębiorca), mógł uznać, że rzeczywiście może skorzystać z pożyczki o najniższym, a zatem najbardziej korzystnym dla niego pod względem finansowym, oprocentowaniu i zaniechać poszukiwań tańszej oferty. Przeciętny konsument mógłby natomiast nie podjąć takiej decyzji dotyczącej umowy, gdyby posiadał wiedzę o nieprawdziwości przekazu reklamowego.

Zakwestionowane działanie przedsiębiorcy było ponadto sprzeczne z dobrymi obyczajami i mogło w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta. Pod pojęciem sprzeczności z dobrymi obyczajami należy rozumieć naruszenie swego rodzaju klauzuli rzetelności, oznaczającej zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia zachowania konsumenta na rynku poprzez brak rzetelnego informowania go o istotnych cechach produktu. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W orzecznictwie uznaje się, że w stosunkach przedsiębiorcy z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Sprzecznymi z dobrymi obyczajami są działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności[7].

W rozpatrywanej sprawie, za dobre obyczaje należy uznać przestrzeganie prawa konsumenta do uzyskania prawdziwej i rzetelnej informacji, co obejmuje również informacje kierowane do niego przez przedsiębiorcę w reklamach jego usług. Zdaniem Prezesa UOKiK, naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów nastąpić może właśnie wskutek przekazania nieprawdziwych informacji o najniższym oprocentowaniu udzielanych przez przedsiębiorcę pożyczek. Informacja taka mogła w istotny sposób zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy w wyniku wprowadzenia go w błąd co do istotnej cechy kierowanej do niego oferty, to jest kosztów, jakie poniesie w związku z oferowaną pożyczką. Działanie to mogło w efekcie skutkować podjęciem przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Prezes UOKiK uznał tym samym, że działania przedsiębiorcy spełniały przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*. Działanie to stanowiło jednocześnie praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. W toku postępowania przedsiębiorca zaniechał stosowania tej praktyki, usuwając z dniem 8 maja 2015 r. zakwestionowane hasło reklamowe ze swojej strony internetowej.

[7] wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04.

Stosownie do art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* w przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej *ustawy* Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt VI. sentencji.

*praktyka, o której mowa w pkt VII. decyzji*

Praktyka stwierdzona w pkt VII. polegała na zamieszczaniu przez przedsiębiorcę na jego stronie internetowej nieprawdziwych informacji – w formie hasła reklamowego o treści *„Chwilówki bez BIK – na sam dowód”,* stanowiącego element grafiki prezentowanej na stronie internetowej - o tym, że pożyczki z oferty kredytowej prezentowane w dziale "Chwilówki" udzielane są wyłącznie na podstawie dowodu osobistego, bez badania zdolności kredytowej pożyczkobiorcy. Informacja ta była, jak przyznał przedsiębiorca, nieprawdziwa i odnosiła się do jego zamierzeń zaoferowania takiej pożyczki w przyszłości.

Uwzględniając, że zarzut sformułowany odnośnie tej praktyki, podobnie jak w przypadku praktyki, o której mowa w pkt VI. decyzji, dotyczy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd, aktualne pozostają wszystkie rozważania prawne przedstawione w pkt VI. uzasadnienia decyzji. Oznacza to, że ocena tej praktyki dokonana zostanie z punktu widzenia ustalonego już modelu przeciętnego konsumenta (osoby zainteresowanej uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta), a jej istota - z punktu widzenia przesłanek określonych w art. 5 ust. 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*.

Przypomnienia wymaga, że zgodnie z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, przy czym działaniem tym może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

W niniejszej sprawie należy zatem rozważyć, czy zakwestionowane hasło reklamowe mogło wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd co do dostępności pożyczki, wynikającej ze stosowanych przez przedsiębiorcę zasad weryfikacji zdolności kredytowej pożyczkobiorcy, a przez to, czy mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W ocenie Prezesa UOKiK, przekaz wynikający z zakwestionowanego hasła mógł wywołać mylne wrażenie przeciętnego konsumenta, że wszystkie pożyczki z oferty zebranej i prezentowanej w dziale "Chwilówki" udzielane są niezależnie od tego, czy konsumenci są zadłużeni i czy figurują w rejestrach dłużników. Pod wpływem tego hasła przeciętny konsument mógł uznać, że jego ewentualne zadłużenie i wpis do rejestru dłużników nie mają w ogóle znaczenia przy podejmowaniu przez kredytodawcę decyzji o udzieleniu pożyczki, ponieważ w procesie oceny ryzyka kredytowego potencjalnego pożyczkobiorcy nie bierze tych przesłanek pod uwagę. Mógł tym samym dojść do wniosku, że proces uzyskania pożyczki nie jest sformalizowany, a kredytodawca nie występuje o informacje do innych podmiotów, lecz oferuje pożyczki bez sprawdzania w BIK.

Stosownie do art. 5 pkt 16 *ustawy o kredycie konsumenckim*, ocena ryzyka kredytowego to dokonywana przez kredytodawcę ocena zdolności konsumenta do spłaty

zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki. W celu oceny ryzyka kredytowego pożyczkodawca może korzystać z baz danych prowadzonych przez biura informacji kredytowych oraz biura informacji gospodarczych (por. art. 5 pkt 15 ww. *ustawy*). Art. 9 ust. 1 tej *ustawy* zobowiązuje kredytodawcę do dokonania oceny ryzyka kredytowego przed zawarciem umowy.

Zdaniem Prezesa UOKiK, uważny i dostatecznie zorientowany przeciętny konsument utożsamia skróty: BIK, KRD lub BIG ogólnie z podmiotami, które gromadzą dane o zobowiązaniach finansowych osób wynikające m.in. z zaciągniętych przez nich pożyczek i kredytów. Hasło: „bez BIK – na sam dowód", jednoznacznie kojarzy więc z faktem rezygnacji pożyczkodawcy ze sprawdzenia, w ramach procedury udzielania pożyczek, czy potencjalny pożyczkobiorca figuruje w rejestrze takiego podmiotu. Należy wskazać, że z przekazów reklamowych zawierających hasła „bez BIK" lub równoznacznych nie korzystają banki. Mogło to wzmacniać przeświadczenie przeciętnego konsumenta, że wszystkie pożyczki z oferty przedsiębiorcy - jako podmiotu niebędącego bankiem – udzielane były bez względu na fakt figurowania (lub nie) potencjalnego kredytobiorcy w określonej bazie dłużników. Jak wynika z raportu TNS Polska opracowanego na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów najczęstszym powodem, ze względu na który konsumenci zdecydowaliby się na pożyczkę w pozabankowej instytucji finansowej, jest szybsze uzyskanie pozytywnej opinii odnośnie pożyczki[8]. Kwestie dotyczące zdolności kredytowej mają bez wątpienia zasadnicze znaczenie przy wyborze tego rodzaju instytucji finansowej przez konsumentów.

W opinii Prezesa UOKiK, zakwestionowane hasło mogło kształtować mylne wyobrażenie konsumentów o łatwej dostępności oferowanych kredytów, w tym ich bezwarunkowym i natychmiastowym udzieleniu. Prezes UOKiK uznaje, że pod wpływem zakwestionowanych reklam przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd co do pewności uzyskania pożyczki. Błąd ten mógł jednocześnie mieć wpływ na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął.

W pkt VI. uzasadnienia niniejszej decyzji wskazano, że decyzja dotycząca umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* nie musi prowadzić do faktycznego dokonania czynności przez przeciętnego konsumenta, a więc w niniejszym przypadku do zawarcia umowy pożyczki. Wystarczająca jest sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta. Podobnie jak w przypadku praktyki omówionej powyżej, decyzja ta polegać może m.in. na zainteresowaniu się przeciętnego konsumenta - pod wpływem reklamy – ofertą przedsiębiorcy bądź podjęciu działań w celu uzyskania dodatkowych informacji o ofercie, np. poprzez osobistą wizytę w lokalu lombardu.

Posłużenie się zakwestionowanym hasłem wpływa na atrakcyjność oferty kredytowej dla przeciętnego klienta firmy pożyczkowej, zapoznającego się z tą reklamą. Dla osób poszukujących możliwości szybkiego finansowania lub posiadających negatywną historię kredytową informacja, że przedsiębiorca nie bierze pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o udzieleniu pożyczki danych figurujących w dostępnych rejestrach dłużników i braku dochodów, ma podstawowe znaczenie. Przeciętny konsument mógłby nie podjąć decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 powołanej *ustawy*, gdyby posiadał pełną wiedzę o dostępności oferowanego produktu, to jest miał świadomość, że kredytodawca dokonuje w rzeczywistości oceny jego zdolności kredytowej, a wynik podjętych czynności może decydować o udzieleniu przez niego pożyczki. Mając szczegółową wiedzę o faktycznych warunkach, na jakich udzielane są wszystkie pożyczki, przeciętny konsument mógłby tym

[8] "Konsument na rynku usług finansowych", TNS Polska, 2012, http://uokik.gov.pl/download.php?plik=12138 .

samym uznać, że oferta przedsiębiorcy może nie być w pełni dostępna dla osób zadłużonych. Mógłby w wyniku tego kontynuować poszukiwanie realnie dostępnej dla niego oferty, zamiast decydować się na wizytę lokalu przedsiębiorcy.

Z uwagi na powyższe, Prezes UOKiK uznał, że rozpowszechnianie przez przedsiębiorcę tej informacji stanowiło wprowadzające w błąd działanie w rozumieniu art. 5 ust. 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, które mogło zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy.

Prezes Urzędu uznał tym samym, że działania przedsiębiorcy spełniały przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*. Działanie to stanowiło jednocześnie praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. W toku postępowania przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki, usuwając z dniem 8 maja 2015 r. zakwestionowane hasło reklamowe ze swojej strony internetowej.

Stosownie do art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* w przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej *ustawy* Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt VII. sentencji.

*praktyka, o której mowa w pkt VIII. decyzji*

Praktyka dotyczy stosowania we wzorcu "Umowy pożyczki lombardowej" następujących oświadczeń, składanych przez pożyczkobiorców zawierających umowy na podstawie tego wzorca:

- *„Uprzedzony o odpowiedzialności karnej wynikającej z art. 233 k.k. za składanie fałszywych oświadczeń Pożyczkobiorca oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie.”,*
- *„Oświadczenie: Świadom(a) odpowiedzialności karnej za złożenie nieprawdziwego oświadczenia, oświadczam, że posiadam dochody lub środki wystarczające do spłaty kwoty pożyczki wraz z kosztami”.*

Stosownie do art. 1 § 1 *ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. kodeks karny* (Dz.U. z 1997 r. nr 88, poz. 553, z późn. zm.) odpowiedzialności karnej podlega ten tylko, kto popełnia czyn zabroniony pod groźbą kary przez ustawę obowiązującą w czasie jego popełnienia.

Natomiast zgodnie z art. 233 *kodeksu karnego* odpowiedzialności karnej podlega zeznanie nieprawdy lub zatajenie prawdy w postępowaniu sądowym lub w innym postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy, a regulujące tą kwestie przepisy stosuje się odpowiednio do osoby, która składa fałszywe oświadczenie, jeżeli przepis ustawy przewiduje możliwość odebrania oświadczenia pod rygorem odpowiedzialności karnej. *Przestępstwa fałszywych zeznań można dopuścić się jedynie w postępowaniu sądowym (cywilnym, karnym, w sprawach gospodarczych, z zakresu prawa pracy itp.) albo w innym postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy. Należy do nich zaliczyć postępowanie przygotowawcze w sprawach karnych, postępowanie administracyjne, podatkowe, karno-skarbowe, dyscyplinarne, a także postępowanie przed sejmową komisją śledczą (...). Zgodnie z art. 233 § 6, przepisy o fałszywych zeznaniach stosuje się odpowiednio do fałszywych oświadczeń złożonych w postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy, jeżeli przepis ustawowy dotyczący tego postępowania wyraźnie przewiduje odebranie oświadczenia pod rygorem*

*odpowiedzialności karnej.”*.[9] Zarówno przepisy *ustawy o kredycie konsumenckim,* jak i przepisy innych ustaw, nie przewidują możliwości odbierania przez firmy pożyczkowe od swoich klientów oświadczeń na temat ich sytuacji majątkowej pod rygorem odpowiedzialności karnej.

Zakwestionowana praktyka może wprowadzać kredytobiorców w błąd, co do charakteru i skutków oświadczeń składanych przez nich w związku z zawieraniem umów z przedsiębiorcą, a także wpływać na zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie wykonywania kontraktu lub po zakończeniu jego wykonywania.

Pierwsze z zakwestionowanych oświadczeń, według wyjaśnień przedsiębiorcy, miało gwarantować, że przedmioty deponowane w lombardzie jako zastaw na zabezpieczenie pożyczek lombardowych nie pochodzą z przestępstwa, a przez to zabezpieczać pożyczkodawcę przed zarzutem paserstwa i grożącą z tego tytułu odpowiedzialnością karną.

Paserstwo to zachowanie polegające na nabyciu rzeczy uzyskanej za pomocą czynu zabronionego (najczęściej kradzieży), lub udzieleniu innej osobie pomocy do jej zbycia, albo na przyjęciu tej rzeczy lub pomocy w jej ukryciu. Przestępstwo paserstwa zostało uregulowane w przepisach art. 291-294 rozdziału XXXV *kodeksu karnego* „Przestępstwa przeciwko mieniu”. W odniesieniu do mienia, którego wartość nie przekracza 1/4 minimalnego wynagrodzenia analogiczne zachowanie stanowi wykroczenie, stosownie do art. 122 *ustawy z dnia 20 maja 1971 r. kodeks wykroczeń* (t.j. Dz.U. z 2015 r. poz. 1094, z późn. zm.).

Stosownie do art. 291 § 1 *kodeksu karnego* przestępstwo paserstwa popełnia ten, kto rzecz uzyskaną za pomocą czynu zabronionego nabywa lub pomaga do jej zbycia albo tę rzecz przyjmuje lub pomaga do jej ukrycia (paserstwo umyślne). Natomiast stosownie do art. 292 § 1 *kodeksu karnego* przestępstwo to popełnia ten, kto rzecz, o której na podstawie towarzyszących okoliczności powinien i może przypuszczać, że została uzyskana za pomocą czynu zabronionego, nabywa lub pomaga do jej zbycia albo tę rzecz przyjmuje lub pomaga do jej ukrycia (paserstwo nieumyślne).

W świetle powyższego odebranie przez osobę przyjmującą od innej osoby rzecz uzyskaną za pomocą czynu zabronionego w ramach dokonywanej pomiędzy tymi osobami czynności o charakterze cywilnoprawnym, oświadczenia o tym, że rzecz ta nie pochodzi z przestępstwa, nie zwalnia jej z odpowiedzialności z tego tytułu, jeżeli spełnione są jednocześnie przesłanki wymienione w przepisach penalizujących paserstwo, a w szczególności, gdy osoba przyjmująca rzecz przypuszcza, lub powinna i może przypuszczać na podstawie towarzyszących temu okoliczności, że przyjmowana rzecz uzyskana została za pomocą czynu zabronionego. Osoby uczestniczące w paserstwie nie mogą się również skutecznie umówić co do zakresu ich odpowiedzialności karnej z tego tytułu, gdyż przesłanki tej odpowiedzialności wynikają wprost z bezwzględnie obowiązujących przepisów ustawy. W toku postępowania przedsiębiorca rozbudował zakwestionowane postanowienie, dodając w nim drugie zdanie o treści: *"Pożyczkobiorca oświadcza ponadto, że jeżeli okaże się, że przedmiot umowy pochodził z kradzieży bierze na siebie całą odpowiedzialność, zwalniając z odpowiedzialności Pożyczkodawcę i zobowiązuje się do zwrotu kwoty pożyczki"*. Ta modyfikacja nie usuwa nieprawidłowości związanej ze stosowaniem zakwestionowanego oświadczenia, a wręcz intensyfikuje nieprawdziwość wynikających z niego informacji. Nie ulega wątpliwości, że z uwagi na charakter działalności obejmującej przyjmowanie przedmiotów jako zabezpieczenia udzielanych pożyczek istnieje ryzyko tego, iż kontrahent zaoferuje prowadzącemu lombard rzecz pochodzącą z czynu

[9] A. Marek, "Kodeks karny. Komentarz", LEX 2010, komentarz do art. 233.

zabronionego. Przyjęcie takiego przedmiotu przez przedsiębiorcę stanowi paserstwo, nawet jeżeli działał on nieumyślnie, tzn. jeżeli nie zachował należytej ostrożności wymaganej w odniesieniu do profesjonalnych uczestników obrotu gospodarczego przy zawieraniu transakcji, mimo że co najmniej mógł przewidzieć nielegalne źródło pochodzenia danego przedmiotu. Kluczowe znaczenie przy ustalaniu odpowiedzialności z tytułu paserstwa po stronie przyjmującego rzecz, ma znamię "towarzyszących okoliczności" tej czynności, na podstawie których sprawca może i powinien przypuszczać, że rzecz została uzyskana za pomocą czynu zabronionego. Pojęcie to jest nieostre. Można jedynie stwierdzić, że są to okoliczności, na podstawie których sprawca ma możliwość powzięcia przypuszczenia, że rzecz pochodzi z czynu zabronionego. Do tego rodzaju okoliczności należą m.in. zaoferowanie sprawcy rzeczy do kupna po cenie znacznie niższej niż rynkowa, sam status rzeczy np. jej zabytkowy charakter, wiek, ślady używania lub przeciwnie - ich całkowity brak, a nawet pozostawanie rzeczy w opakowaniu fabrycznym, co może wskazywać na pochodzenie z kradzieży ze sklepu bądź hurtowni. Okoliczności te mogą dotyczyć także osoby, od której sprawca otrzymał rzecz, a więc np. wiedzy sprawcy o jej uprzedniej karalności, wiedzy, czy popełniała ona w przeszłości przestępstwa, w wypadku kiedy sprawca nie zna tej osoby - jej wyglądu, młodego wieku. Okolicznościami mogącymi wskazywać, że przedmiot pochodzi z czynu zabronionego może być także sytuacja, w której ma miejsce przekazanie rzeczy, np. nietypowe miejsce, pora nocna, czy zaoferowanie rzeczy w znacznej ilości, w sytuacji, w której sprawcy wiadome jest, że zbywca nie prowadzi działalności w zakresie obrotu rzeczami danego rodzaju.[10]

Oświadczenia odbierane od klientów przez przedsiębiorcę prowadzącego lombard nie zwalniają go z obowiązku zachowania należytej ostrożności wymaganej od niego, jako uczestnika obrotu gospodarczego dokonującego czynności z którymi wiąże się m.in. przyjmowanie od klientów rzeczy jako przedmiotu zabezpieczenia pożyczki, jak i nie zastępują tego obowiązku. Kształtując treść tych oświadczeń w sposób sprzeczny z powszechnie obowiązującymi przepisami przedsiębiorca wprowadza klientów w błąd, co do kontekstu prawnego czynności dokonywanych z ich udziałem, w tym co do zakresu i rodzaju odpowiedzialności spoczywającej na stronach tych czynności oraz skutków składanych w ramach zawieranych umów oświadczeń. Przedsiębiorca prowadzący lombard nie jest uprawniony do odbierania od swoich klientów oświadczeń pod rygorem odpowiedzialności karnej z tytułu składania fałszywych oświadczeń na podstawie art. 233 *kodeksu karnego* dotyczących rzeczy deponowanych w charakterze zabezpieczenia udzielanej pożyczki lombardowej. Kierując taką informację do klientów wprowadza on ich w tym zakresie w błąd.

Drugie z oświadczeń, zakwestionowanych w związku z tą praktyką, odbierane od klientów lombardu w treści zawieranych z nimi umów pożyczki, dotyczy posiadania przez pożyczkobiorcę dochodów lub środków wystarczających do spłaty kwoty pożyczki wraz z kosztami. W treści tego oświadczenia zawarta była informacja, sugerująca, że jest ono składane "pod rygorem odpowiedzialności karnej za złożenie nieprawdziwego oświadczenia".

Zarówno przepisy *ustawy o kredycie konsumenckim*, jak i przepisy innych ustaw, nie przewidują możliwości odbierania przez firmy pożyczkowe od swoich klientów oświadczeń na temat ich sytuacji majątkowej pod rygorem odpowiedzialności karnej. Stosowania zakwestionowanego oświadczenia nie uzasadnia także regulacja zawarta w art. 286 *kodeksu karnego*, ustanawiająca odpowiedzialność karną za czyny polegające na:

[10] por. "Kodeks karny. Komentarz", M. Mozgawa (red.) Budyn-Kulik M., Kozłowska-Kalisz P., Kulik M., LEX 2014, komentarz do art. 292.

- doprowadzeniu innej osoby, w celu osiągnięcia korzyści majątkowej, do niekorzystnego rozporządzenia własnym lub cudzym mieniem za pomocą wprowadzenia jej w błąd albo wyzyskania błędu lub niezdolności do należytego pojmowania przedsiębranego działania,
- żądaniu korzyści majątkowej w zamian za zwrot bezprawnie zabranej rzeczy.

Hipoteza zawarta w przepisach art. 286 *kodeksu karnego* dotyczy zatem innej sytuacji (tzw. przestępstwo oszustwa), niż w przypadku przestępstwa, o którym mowa w art. 233 § 6 *kodeksu karnego* (złożenie fałszywego oświadczenia) do którego nawiązuje zakwestionowane postanowienie. Pociągnięcie osoby do odpowiedzialności karnej przewidzianej w tych przepisach wymaga zaistnienia rożnych przesłanek. Odpowiedzialność karną należy także odróżnić przy tym od odpowiedzialności cywilno-prawnej strony stosunku o charakterze zobowiązaniowym. Jak zauważono w orzecznictwie: *„Podstawowym kryterium rozgraniczającym oszustwo od niewywiązania się ze zobowiązania o charakterze cywilno-prawnym (...) jest istnienie w chwili zawierania umowy wymaganego przez przepis karny zamiaru bezpośredniego o szczególnym zabarwieniu. Nie każda przecież, nawet nierzetelna realizacja stosunku zobowiązaniowego, oznacza automatycznie zrealizowanie znamion oszustwa”*[11].

Stosowaniem w obrocie z konsumentami zakwestionowanych oświadczeń przedsiębiorca próbuje - w sposób nieprawidłowy – zabezpieczyć się przed konsekwencjami potencjalnych niedozwolonych działań zachodzących z udziałem jego klientów, związanych np. z próbami wprowadzania do obrotu rzeczy pochodzących z przestępstwa czy wyłudzenia środków finansowych pożyczkodawcy. Czyny takie faktycznie mogą wiązać się z odpowiedzialnością karną dla ich sprawców, aczkolwiek z pewnością nie na podstawie art. 233 *kodeksu karnego* z tytułu składania fałszywych zeznań w postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy. Podkreślenia wymaga, że interwencja organu ochrony konsumentów w niniejszej sprawie, kwalifikująca zachowanie przedsiębiorcy w przedstawionym zakresie jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, nie ma na celu ułatwienie tego rodzaju zachowań lub ochronę ich sprawców. Działania przedsiębiorcy mogą bowiem również wprowadzać w błąd pozostałych, uczciwych, klientów lombardu, co do charakteru składanych przez nich przedsiębiorcy oświadczeń, w tym nieprawdziwie sugerować istnienie odpowiedzialności karnej, w sytuacjach, w których nie wynika to z dyspozycji powoływanych przez przedsiębiorcę przepisów prawa karnego. W wyniku informacji kierowanych do klienta może on na przykład odnieść wrażenie, że w przypadku zwłoki w spłacie pożyczki pożyczkodawca, w ramach działań windykacyjnych, może uruchomić – poprzez zawiadomienie organów ścigania - postępowanie właściwe w sprawach karnych.

Zakwestionowana praktyka może zatem wprowadzać w błąd i wpływać na zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie wykonywania kontraktu lub po zakończeniu jego wykonywania, co może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej. Zgodnie z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, przy czym działaniem tym może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

Uwzględniając, że zarzut sformułowany odnośnie tej praktyki, podobnie jak w przypadku praktyki, o której mowa w pkt VI. decyzji, dotyczy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd, aktualne pozostają wszystkie rozważania prawne przedstawione w pkt VI. uzasadnienia decyzji. Oznacza to, że ocena tej praktyki dokonana

[11] wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 18 listopada 2008 r. (sygn. akt II AKa 167/08).

zostanie z punktu widzenia ustalonego już modelu przeciętnego konsumenta (osoby zainteresowanej uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta).

Przeciętny konsument, klient firmy pożyczkowej, w ocenie Prezesa UOKiK nie posiada dostatecznej wiedzy, aby samodzielnie ocenić charakter i skutki prawne złożenia zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu oświadczeń, w tym zweryfikować prawdziwość udzielanych mu w ich treści przez przedsiębiorcę informacji. Wprowadzenie konsumenta w błąd w tym zakresie może zniekształcić jego zachowanie w odniesieniu do działań przedsiębiorcy podejmowanych wobec niego po zawarciu umowy, w szczególności na etapie windykacji wynikających z niej należności. Działanie to należy zakwalifikować jako sprzeczne z dobrymi obyczajami, a jako takie uznaje się w doktrynie *działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania*.[12]

W niniejszej sprawie należy uznać, że działania przedsiębiorcy o których mowa w pkt VIII. decyzji, stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe i naruszają zakaz stosowania takich praktyk, a jako takie są bezprawne. Godząc jednocześnie w zbiorowe interesy konsumentów działania te stanowią praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

Przedsiębiorca w dalszym ciągu stosuje w umowach zawieranych z konsumentami pierwsze z zakwestionowanych oświadczeń, w związku z czym stwierdzone naruszenie jest w tym zakresie przez niego kontynuowane.

Zgodnie z art. 26 ust. 1. *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, jeżeli Prezes UOKiK stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24, wówczas wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt VIII.1. sentencji.

W toku postępowania przedsiębiorca dokonał natomiast modyfikacji drugiego z zakwestionowanych postanowień, polegającej na usunięciu z treści tego oświadczenia fragmentu stanowiącego zwrot: "*Świadom(a) odpowiedzialności karnej za złożenie nieprawdziwego oświadczenia*", będącego powodem zastrzeżeń, w związku z czym stosowanie zarzucanej praktyki w tym zakresie zostało przez niego zaniechane z dniem 19 października 2015 r.

Stosownie do art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* w przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej *ustawy* Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt VIII.2. sentencji.

[12] K. Pietrzykowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., s. 804.

*wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej*

Ustosunkowując się do postawionych zarzutów przedsiębiorca złożył wniosek o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* ("decyzja zobowiązująca"). Zgodnie z tym przepisem, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione, że został naruszony zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, 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. Decyzja taka może zostać wydana również w sytuacji, gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązał się do usunięcia skutków tego naruszenia.

Do wydania decyzji zobowiązującej niezbędne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

1) uprawdopodobnienie w toku postępowania, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów;
2) zobowiązanie się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków.

Należy podkreślić, że Prezes UOKiK nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy przedsiębiorca wystąpi z wnioskiem o jej wydanie. Przepis art. 28 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* nie obliguje bowiem organu ochrony konsumentów do wydania decyzji zobowiązującej, a jedynie stwarza mu, w ramach uznania administracyjnego, prawną możliwość wydania takiej decyzji, o ile spełnione są powyższe przesłanki.

W celu zwiększenia przejrzystości prowadzenia postępowań Prezes UOKiK wydał i opublikował na stronie internetowej Urzędu "*Wyjaśnienia w sprawie wydawania decyzji zobowiązującej w sprawie praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*"[13]. Wyjaśnienia te nie mają charakteru prawnie wiążącego, niemniej odzwierciedlają praktykę stosowania przez Prezesa UOKiK przepisu art. 28 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

W niniejszej sprawie nie zaistniała druga z przesłanek, niezbędnych do wydania decyzji zobowiązującej – przedsiębiorca nie sprecyzował działań, do jakich zamierzał się zobowiązać w celu zakończenia naruszeń lub usunięcia ich skutków. W świetle natomiast treści przepisu art. 28 *ustawy*, praktyki orzeczniczej oraz ww. wyjaśnień przyjmuje się, że *bez złożenia przez stronę pisemnej propozycji zobowiązania, Prezes UOKiK nie ma możliwości wydania decyzji zobowiązującej, nawet jeżeli byłoby to uzasadnione charakterem zarzucanej praktyki. Na stronie postępowania spoczywa obowiązek odpowiedniego sformułowania propozycji zobowiązania. Musi być ono jednoznaczne i precyzyjne w swej treści, tak aby umożliwić skontrolowanie jego wykonania. Przedmiot zobowiązania powinien pozostawać w bezpośrednim związku z zarzucanymi przez Prezesa UOKiK praktykami. Realizacja zobowiązania nie może powodować kolejnych naruszeń prawa, w tym zwłaszcza ograniczenia konkurencji lub naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. (...) Prezes UOKiK może w odpowiedzi na propozycję zobowiązania lub ogólną deklarację przedsiębiorcy wyrażającą wolę jego złożenia przedstawić swoje stanowisko. Jeżeli zobowiązanie (deklaracja) nie spełnia wymogów, np. jest zbyt ogólne, niejasno sformułowane, czy też nie doprowadzi do zakończenia wszystkich naruszeń lub usunięcia ich skutków, Prezes UOKiK może wskazać*

[13] https://uokik.gov.pl/wyjasnienia_i_wytyczne.php

*swoje zastrzeżenia, wyznaczając termin na modyfikację zobowiązania i wskazując, że niedostosowanie się do wskazówek Prezesa UOKiK doprowadzi do zakończenia konsultacji i braku akceptacji zobowiązania.*

W toku postępowania Prezes UOKiK, w odpowiedzi na ogólną deklarację przedsiębiorcy usunięcia wszelkich nieprawidłowości, przedstawił mu wymagania, jakim powinno odpowiadać zobowiązanie, mogące być przedmiotem decyzji zobowiązującej, oraz wyznaczył przedsiębiorcy dodatkowy termin na uzupełnienie zobowiązania. W ramach udzielanych wyjaśnień wskazano przedsiębiorcy m.in. że "*Wyjaśnienia w sprawie wydawania decyzji zobowiązującej (...)*" dostępne są na stronie internetowej Urzędu. Przedsiębiorca został także poinformowany, że w postępowaniu zachodzi jeszcze możliwość rozważenia rozstrzygnięcia go w drodze decyzji zobowiązującej, w przypadku, gdy w wyznaczonym terminie 10 dni od daty pisma w tej sprawie przedłoży precyzyjne i jasne zobowiązanie do podjęcia działań, których realizacja zapewni wyeliminowanie zarzucanych praktyki lub ich skutków.

Przedsiębiorca nie uzupełnił zobowiązania i nie przedłożył deklaracji podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia zarzuconym mu naruszeniom lub usunięcia ich skutków.

Wobec powyższego rozstrzygnięcie, o którym mowa w art. 28 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* nie znalazło zastosowania w decyzji kończącej niniejsze postępowanie.

*kary z tytułu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, Prezes UOKiK może w drodze decyzji nałożyć na przedsiębiorcę, który dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Przy tym, w myśl art. 106 ust. 3 pkt 2 ustawy, przez obrót należy rozumieć sumę przychodów wykazanych w rocznym sprawozdaniu finansowym równoważnym do rachunku zysków i strat sporządzanym na podstawie przepisów o rachunkowości lub w innym dokumencie podsumowującym przychody w roku obrotowym, w tym w sprawozdaniu z wykonania budżetu – w przypadku przedsiębiorcy, który nie sporządza rachunku zysków i strat na podstawie przepisów o rachunkowości.

Stosownie natomiast do art. 106 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100 000 euro (w niniejszej sprawie 426 230 zł po przeliczeniu na złote, przy uwzględnieniu treści art. 5 *ustawy*), Prezes UOKiK, nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1, uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. W przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro, czyli w wysokości nieprzekraczającej w niniejszym przypadku kwoty 42 623 zł.

Przedsiębiorca w 2014 r. osiągnął obrót w wysokości: . W latach 2012-2013 przedsiębiorca nie prowadził natomiast działalności gospodarczej. Z uwagi na fakt, że obrót przedsiębiorcy w roku poprzedzającym rok nałożenia kary, jak i średni obrót w okresie

trzyletnim poprzedzającym rok nałożenia kary, nie przekracza równowartości 100 000 euro, maksymalna kara za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jaką Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę, wynosi 42 623 zł.

Z art. 106 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. Zatem o tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes UOKiK. Ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, Prezes UOKiK uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów *ustawy* oraz uprzednie naruszenie przepisów *ustawy*, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes UOKiK ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 *ustawy*).

Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes UOKiK bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie. Okolicznościami łagodzącymi w sprawach dotyczących praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków, współpraca z Prezesem UOKiK w toku postępowania (w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania). Natomiast okolicznościami obciążającymi są znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia (art. 111 ust. 3 i 4 *ustawy*).

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych przedsiębiorcy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie kar pieniężnych na przedsiębiorcę za praktyki, których stosowanie stwierdzono niniejszą decyzją.

*kara z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji*

Na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa, przy czym ową należytą staranność należy określać przy uwzględnieniu zawodowego charakteru prowadzonej działalności. Przedsiębiorca, również niedoświadczony, nie może skutecznie zasłaniać się nieznajomością przepisów prawa czy brakiem profesjonalnej obsługi prawnej. Przedsiębiorca ponosi odpowiedzialność za naruszenia przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, nawet w sytuacji, gdy naruszenia te wynikają z jego niewiedzy czy niedoświadczenia. Obowiązkiem profesjonalisty jest bowiem prowadzenie działalności gospodarczej w sposób zgodny z obowiązującymi przepisami prawa.

Oceniając stopień szkodliwości naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji, Prezes UOKiK uwzględnił, że przedsiębiorca naruszył główny obowiązek ustawowy dotyczący reklamy. Wbrew przepisom *ustawy o kredycie konsumenckim* przedsiębiorca nie podaje informacji, które muszą być podane w każdej reklamie zawierającej dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Brak obowiązkowych danych o pożyczce, przedstawionych na reprezentatywnym przykładzie, może prowadzić do pozbawienia konsumenta możliwości porównania tej pożyczki z ofertami

innych przedsiębiorców oferujących kredyty konsumenckie na etapie poprzedzającym zawarcie umowy. Może to także zaburzyć ocenę konsumenta całokształtu kosztów i ciężarów związanych z oferowanym mu kredytem oraz ocenę atrakcyjności tej oferty, a tym samym wpłynąć na proces podjęcia przez niego decyzji o skorzystaniu z tej oferty.

Praktyka ma charakteru długotrwały, gdyż trwa dłużej niż 1 rok. Przy ustalaniu wysokości kary Prezes UOKiK dokonał także oceny zaistniałych okoliczności łagodzących i obciążających, mogących mieć wpływ na wymiar kary. Okoliczności sprawy nie wskazują, żeby naruszenie ze strony przedsiębiorcy miało charakter umyślny. W ocenie Prezesa UOKiK naruszenie może wynikać z braku umiejętności zorganizowania przez przedsiębiorcę prowadzonej działalności w sposób profesjonalny, zgodny z wymogami określonymi dla dziedziny, w której zdecydował się on prowadzić działalność. Przedsiębiorca podejmując działalność polegającą na udzielaniu kredytów konsumenckich powinien mieć świadomość, że jest to obszar dość szczegółowo uregulowany, w tym przepisami chroniącymi interesy konsumentów. W przypadku, gdy przedsiębiorca nie potrafił samodzielnie zorganizować swojej działalności w sposób zgodny z normującymi ją przepisami, a mimo to decydował się na rozpoczęcie działalności gospodarczej w tym obszarze – mógł w tym zakresie skorzystać z profesjonalnej obsługi prawnej. Zaniedbanie przedsiębiorcy w tym zakresie pozwala na przypisanie jego działaniu (w tym zaniechaniu) znamiona winy, która polega na naruszeniu zasad ostrożności i niedochowaniu staranności, wymaganych od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Rozważania te są aktualne również w odniesieniu do kolejnych naruszeń, z tytułu których nakładane są niniejszą decyzją kary pieniężne.

W odniesieniu do tej praktyki nie stwierdzono okoliczności łagodzących lub obciążających zasługujących na uwzględnienie przy ustalaniu wymiaru kary. Jako okoliczność obciążającą uznaje się znaczny zasięg oddziaływania praktyki, co często ma miejsce w przypadku praktyk stosowanych za pośrednictwem internetu, mogących oddziaływać na konsumentów z obszaru całego kraju. W niniejszej sprawie, choć kwestionowane działanie przedsiębiorcy odbywało się właśnie z wykorzystaniem prowadzonej przez niego strony internetowej, która mogła być odwiedzana przez użytkowników z obszaru całego kraju, uznaje się, ze zasięg oddziaływania praktyki nie był znaczny. Zawieranie umów z przedsiębiorcą, w tym zdeponowanie przedmiotu zastawu, wymaga bowiem osobistej wizyty pożyczkodawcy w lombardzie, w związku z tym oferta przedsiębiorcy mogła leżeć tylko w obszarze zainteresowania konsumentów zamieszkałych w stosunkowo niedalekiej odległości, dla których uciążliwość związana z koniecznością udania się do lokalu przedsiębiorcy nie dyskwalifikowałaby jej z punktu widzenia klienta.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyki, o której mowa w pkt I decyzji, okres jej stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 800,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.1. sentencji.

*kara z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt II. decyzji*

W pkt. II. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki polegającej na naruszeniu ciążących na nim obowiązków informacyjnych związanych z prezentowaniem na stronie internetowej informacji o kredytach konsumenckich oferowanych przez przedsiębiorcę w charakterze pośrednika kredytowego. Praktyka ta była stosowana przez okres dłuższy niż 1 rok. Okoliczności sprawy nie wskazują, aby działanie przedsiębiorcy miało w tym zakresie charakter umyślny, odnośnie winy przedsiębiorcy mają odpowiednie zastosowanie rozważania, dotyczące kary z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I.

decyzji. W odniesieniu do tego naruszenia nie stwierdzono okoliczności obciążających, natomiast jako okoliczność łagodzącą uznaje się fakt zaniechania praktyki w toku przeprowadzonego postępowania.

Praktyka, o której mowa w pkt II decyzji, ujawniała się na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na pozyskiwanie klientów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie ich do zawarcia kontraktu. Oceniając stopień szkodliwości naruszenia Prezes UOKiK uwzględnił, że przedsiębiorca naruszył obowiązek ustawowy dotyczący reklamy. Wbrew przepisom *ustawy o kredycie konsumenckim* przedsiębiorca nie podawał informacji, które muszą być podane w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny w każdej reklamie kredytu konsumenckiego kierowanej do kredytobiorców przez pośrednika kredytowego. Przedsiębiorca rozpowszechniał, za pośrednictwem swojej strony internetowej, informacje o szerokiej ofercie kredytów udostępnianej przez niego konsumentom, w celu zainteresowania ich tą ofertą oraz zwiększenia prawdopodobieństwa skorzystania z jego usług. W tym celu przedsiębiorca prezentował w ramach tej oferty również kredyty, oferowane przez niego w charakterze pośrednika kredytowego, pomijając w przekazie reklamowym informacje o roli odgrywanej przez niego w procesie udzielania tych kredytów. Mogło to wprowadzać konsumentów w błąd w odniesieniu do tych kredytów, co do osoby kredytodawcy, podmiotu faktycznie decydującego o udzieleniu kredytu oraz kompetencji przedsiębiorcy w tym zakresie, a także procedury zawierania umowy o kredyt konsumencki, jak i sposobu jej późniejszego wykonywania.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyki, o której mowa w pkt II. decyzji, okres jej stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 300,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.2. sentencji.

*kara z tytułu naruszeń, o których mowa w pkt III. decyzji*

W pkt. III. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk polegających na nieprawidłowym kształtowaniu treści umów o kredyt konsumencki, zawieranych przez niego z konsumentami, poprzez pominięcie informacji, które obligatoryjnie powinny być w tych umowach zamieszczane, co naruszało prawo konsumentów do otrzymywania od przedsiębiorcy rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Część brakujących informacji została uzupełniona w toku postępowania, w związku z czym stwierdzono w tym zakresie zaniechanie stosowania zakwestionowanej praktyki, natomiast w pozostałym zakresie praktyka trwa nadal. Biorąc pod uwagę charakter stwierdzonych naruszeń, Prezes UOKiK postanowił w niniejszej sprawie dokonać łącznego wymiaru kary z tytułu naruszeń, o których mowa w pkt III. decyzji.

Przy analizie stopnia szkodliwości stwierdzonych naruszeń Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że przedsiębiorca naruszył prawo konsumenta do uzyskania informacji o istotnych postanowieniach umowy pożyczki. Przepisy *ustawy o kredycie konsumenckim* precyzyjnie formułują zakres danych, jakie muszą być zawarte w umowie kredytu konsumenckiego, gwarantując tym samym konsumentowi określony poziom wiedzy. Dlatego każdy brak formalny w umowach zawieranych przez przedsiębiorcę z konsumentami narusza prawo konsumenta do informacji. W szczególności niewskazywanie w umowach sposobu i skutków odstąpienia konsumenta od umowy czy warunków zwrotu udostępnionej pożyczki, pozbawia konsumenta informacji o podstawowym prawie przyznanym mu przez *ustawę* i o tym, w jaki sposób może z niego skorzystać oraz jakie są tego konsekwencje. Brak tych informacji może nawet powodować, że konsument nie skorzysta z tego prawa. Niewskazanie kwoty odsetek

należnych w stosunku dziennym może utrudniać konsumentowi ustalenie, jaką kwotę odsetek powinien zwrócić przedsiębiorcy za okres korzystania z pożyczki w razie odstąpienia od umowy. Podobnie brak informacji o prawie spłaty pożyczki przed terminem może wpłynąć na zachowanie kredytobiorcy na etapie jej wykonywania, powodując, że konsument nie skorzysta z tego prawa w sytuacji, w której mogłoby to dla niego być korzystne. Precyzyjne wskazanie przedsiębiorcy (z imienia i nazwiska) jak i organu właściwego w sprawie ochrony konsumentów również stanowi wypełnienie obowiązku dostarczenia konsumentowi istotnych dla niego informacji, które mogą być mu przydatne w związku z wykonywaniem zawartej z przedsiębiorcą umowy. Stwierdzone w tym zakresie praktyki przedsiębiorcy mogą zatem naruszać ekonomiczne i pozaekonomiczne interesy konsumentów .

Stwierdzone w pkt III.2 decyzji naruszenia miały miejsce przez okres przekraczający 1 rok, podobnie jak praktyka, o której mowa w pkt III.1. decyzji, która trwa nadal. Okoliczności sprawy nie wskazują, aby działanie przedsiębiorcy miało w tym zakresie charakter umyślny, odnośnie winy przedsiębiorcy mają odpowiednie zastosowanie rozważania, dotyczące kary z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji. W odniesieniu do tego naruszenia nie stwierdzono okoliczności obciążających, natomiast w odniesieniu do praktyki o której mowa w pkt III.2 decyzji, jako okoliczność łagodzącą uznaje się fakt jej zaniechania w toku przeprowadzonego postępowania.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyk, o których mowa w pkt III. decyzji, okres ich stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 800,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.3. sentencji.

*kara z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt IV. decyzji*

W pkt. IV. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki polegającej na stosowaniu formularza informacyjnego, niezgodnego z wzorem ustalonym przez ustawodawcę. Oceniając szkodliwość tego działania Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że naruszało ono prawo konsumentów do otrzymywania od przedsiębiorcy rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a w szczególności mogło utrudniać porównanie jego oferty z ofertą innych przedsiębiorców i dokonanie optymalnego wyboru kredytu. Działanie to może również utrudniać konsumentom uzyskanie w sposób jasny, pełny i wystandaryzowany informacji o warunkach ekonomicznych oraz pozaekonomicznych na jakich zawierane są oferowane im umowy pożyczki, a tym samym zakłócać proces podejmowania decyzji o zawarciu umowy. Praktyka jest stosowana przez okres przekraczający 1 rok. Okoliczności sprawy nie wskazują, aby działanie przedsiębiorcy miało w tym zakresie charakter umyślny, odnośnie winy przedsiębiorcy mają odpowiednie zastosowanie rozważania, dotyczące kary z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji. W odniesieniu do tego naruszenia nie stwierdzono okoliczności łagodzących ani obciążających.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyki, o której mowa w pkt IV. decyzji, okres jej stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 500,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.4. sentencji.

*kara z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt V. decyzji*

W pkt. V. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki polegającej na naruszaniu obowiązku wręczania konsumentom przy zawarciu umowy o kredyt konsumencki

wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tej umowy. Działanie to może naruszać prawo konsumentów do otrzymywania od przedsiębiorcy rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a w szczególności skutkować niedostatecznym poinformowaniem konsumentów o przysługującym im prawie odstąpienia od umowy i sposobie skorzystania z tego uprawnienia. Praktyka była stosowana przez okres przekraczający 1 rok. Okoliczności sprawy nie wskazują, aby działanie przedsiębiorcy miało w tym zakresie charakter umyślny, odnośnie winy przedsiębiorcy mają odpowiednie zastosowanie rozważania, dotyczące kary z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji. W odniesieniu do tego naruszenia nie stwierdzono okoliczności łagodzących ani obciążających.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyki, o której mowa w pkt V. decyzji, okres jej stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 800,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.5. sentencji.

*kara z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt VI. decyzji*

W pkt. VI. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki polegającej na umieszczeniu na jego stronie internetowej nieprawdziwych informacji dotyczących oferowanych przez niego kredytów konsumenckich, sugerujących, że są one najniżej oprocentowane w kraju. Oceniając stopień szkodliwości naruszenia Prezes UOKiK uwzględnił, że działanie to stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową, która mogła wpływać na decyzje podejmowane przez konsumentów odnośnie umowy z przedsiębiorcą. Pod wpływem tej praktyki pożyczkobiorcy mogli rezygnować z poszukiwania alternatywnej, tańszej oferty kredytowej, a w konsekwencji podejmować niekorzystne dla siebie decyzje o wyborze oferty nieoptymalnej. W ocenie Prezesa UOKiK naruszenie to, w odróżnieniu od pozostałych, miało charakter umyślny. Przedsiębiorca formułując i kierując do konsumentów zakwestionowany przekaz reklamowy musiał mieć pełną świadomość jego nieprawdziwości. Przedsiębiorca powołując się w nim na fikcyjne wyniki porównania ofert wszystkich kredytodawców, którego nie mógł przeprowadzić, rozpowszechniał nieprawdziwą informację dotyczącą jednego z najważniejszych dla konsumentów parametru oferowanego im produktu. Stanowi to okoliczność obciążającą, natomiast jako okoliczność łagodzącą uznaje się zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania tej praktyki na wczesnym etapie postępowania.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyki, o której mowa w pkt VI. decyzji, okres jej stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 1 000,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.6. sentencji.

*kara z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt VII. decyzji*

W pkt. VII. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki polegającej na umieszczeniu na stronie internetowej przedsiębiorcy informacji dotyczących kredytów konsumenckich, sugerujących, że są one udzielane wyłącznie na podstawie dokumentu tożsamości pożyczkobiorcy, bez dodatkowych czynności weryfikujących ich wiarygodność kredytową. Działanie to stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową, która mogła wpływać na decyzje podejmowane przez konsumentów odnośnie umowy z przedsiębiorcą. Szkodliwość tego działania polegała na możliwości wywierania wpływu na konsumentów, skłaniając ich do podejmowania decyzji związanych z oferowanymi przez przedsiębiorcę umowami,

których inaczej by nie podjęli. W przypadku negatywnej weryfikacji klienta jako kredytobiorcy i odmowy udzielania mu kredytu, może się to wiązać z uszczerbkiem dla jego interesu, powodowanego koniecznością poświęcenia czasu na odbycie daremnej wizyty w lokalu przedsiębiorcy i rozpoczęcie starań o uzyskanie reklamowanego kredytu, którą to aktywność mógłby poświęcić na działania zmierzające do zaspokojenia jego potrzeb pożyczkowych w inny sposób. Praktyka była stosowana przez przedsiębiorcę przez okres około 1 roku. Okoliczności sprawy nie wskazują, aby działanie przedsiębiorcy miało w tym zakresie charakter umyślny, odnośnie winy przedsiębiorcy mają odpowiednie zastosowanie rozważania, dotyczące kary z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyki, o której mowa w pkt VII. decyzji, okres jej stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 600,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.7. sentencji.

*kara z tytułu naruszeń, o których mowa w pkt VIII. decyzji*

W pkt. VIII. decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk polegających na zamieszczaniu w treści oświadczeń, składanych przez konsumentów w umowach pożyczki lombardowej, postanowień sugerujących, że do oświadczeń tych mają zastosowanie przepisy o odpowiedzialności karnej za składanie fałszywych zeznań mających służyć za dowód w postępowaniu sądowym lub w innym postępowaniu prowadzonym na podstawie ustawy. Jedno z tych oświadczeń zostało zmodyfikowane w toku postępowania, w sposób prowadzący do usunięcia nieprawidłowości wiążącej się z jego stosowaniem, w związku z czym stwierdzono w tym zakresie zaniechanie stosowania zakwestionowanej praktyki, natomiast w odniesieniu do drugiego z oświadczeń praktyka trwa nadal. Biorąc pod uwagę zbliżony i wzajemnie uzupełniający się charakter tych naruszeń Prezes UOKiK postanowił w niniejszej sprawie dokonać łącznego wymiaru kary z tytułu naruszeń, o których mowa w pkt VIII. decyzji.

Oceniając szkodliwość tych naruszeń Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że działania przedsiębiorcy stanowiły w tym zakresie nieuczciwe praktyki rynkowe, zniekształcające wyobrażenie konsumentów odnośnie charakteru i skutków czynności dokonywanych przez nich z przedsiębiorcą i mogące ich wprowadzać w błąd, co do możliwości uruchomienia przez przedsiębiorcę postępowania skutkującego dla nich odpowiedzialnością karną. Mogło to wpływać na zachowanie kredytobiorców na etapie wykonywania kontraktu w sposób dla nich niekorzystny. Naruszenie stwierdzone w pkt VIII.2 decyzji było stosowane przez okres przekraczający 1 rok, podobnie jak naruszenie, o którym mowa w pkt VIII.1. decyzji, które trwa nadal. W ocenie Prezesa UOKiK brak jest podstaw aby uznać, że działania te mają charakter umyślny, biorąc pod uwagę, że być może przedsiębiorca sam nie rozumie w pełni złożonych aspektów prawnych konstruowanych przez niego oświadczeń, zamieszczanych w umowach zawieranych z pożyczkobiorcami. Odnośnie winy przedsiębiorcy w tym zakresie mają odpowiednie zastosowanie rozważania, dotyczące kary z tytułu naruszenia, o którym mowa w pkt I. decyzji. W odniesieniu do tych naruszeń nie stwierdzono okoliczności obciążających, natomiast jako okoliczność łagodzącą uznaje się zaniechanie praktyki w zakresie dotyczącym jednego z oświadczeń.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy i charakter praktyk, o których mowa w pkt VIII. decyzji, okres ich stosowania, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów *ustawy*, Prezes UOKiK uznał, że uzasadnione jest nałożenie na przedsiębiorcę z tego tytułu kary pieniężnej w wysokości 800,00 zł.

Wobec powyższego orzeczono, jak w pkt IX.8. sentencji.

Prezes UOKiK orzekając o wysokości kar nakładanych niniejszą decyzją wziął pod uwagę, że winny być one ustalone na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu, w tym być odczuwalne dla przedsiębiorcy. Zdaniem Prezesa UOKiK kary w wysokości ustalonej w niniejszej decyzji są adekwatne do potencjału ekonomicznego przedsiębiorcy i spełnią zarówno rolę represyjną, jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,* jak i prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez przedsiębiorcę. Nie bez znaczenia jest również walor wychowawczy, w tym wymiar prewencji ogólnej, służący powstrzymaniu innych przedsiębiorców przed podobnym naruszaniem słusznych interesów konsumentów.

*koszty postępowania*

Zgodnie z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast, stosownie do art. 77 ust. 1 tej *ustawy*, jeżeli w wyniku postępowania stwierdzono naruszenie jej przepisów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 263 § 1 *kodeksu postępowania administracyjnego*, do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Natomiast, zgodnie z art. 264 § 1 *kodeksu postępowania administracyjnego*, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie zakończone niniejszą decyzją zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną ze stroną przez Prezesa UOKiK w toku tego postępowania.

Mając powyższe na uwadze, Prezes UOKiK orzekł, jak w pkt X. decyzji.

*pouczenia*

Zgodnie z art. 112 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* kary pieniężne, określone w pkt IX. decyzji należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na rachunek Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.**

Koszty niniejszego postępowania określone w pkt X. decyzji, należy wpłacić na ten sam, wyżej wskazany, rachunek Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. $479^{28}$ § 2 *ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego* (tekst jednolity: Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków.

Na postanowienie rozstrzygające o kosztach, zawarte w punkcie X. sentencji niniejszej decyzji, na podstawie art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w zw. z art. $479^{32}$ § 1 i 2 *kodeksu postępowania cywilnego* oraz art. 264 § 2 *kodeksu postępowania administracyjnego* w związku z art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, w przypadku zaskarżenia jedynie rozstrzygnięcia o kosztach.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

otrzymują:

1. Lombard Mielec Daniel Osnowski w Mielcu
   ul. Mickiewicza 23, 39-300 Mielec
2. RKR a/a