



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

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

Poznań, dnia 12 lutego 2016r.

RPZ-61/16/15/JM

DECYZJA nr RPZ 1/2016

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2015r. poz. 184), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec Michała Lewicza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: LewINVEST w Zagórowie

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wobec uprawdopodobnienia w toku postępowania stosowania przez Michała Lewicza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: LewINVEST w Zagórowie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

1. art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, polegającej na niewskazywaniu w reklamach rozpowszechnianych w Internecie, zawierających dane dotyczące kosztu pożyczki, informacji o: stopie oprocentowania pożyczki i opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie pożyczki, całkowitej kwocie pożyczki, rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta- na podstawie reprezentatywnego przykładu, co może być sprzeczne z art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (t.j. Dz.U. z 2014r. poz. 1497 ze zm.)

2. art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, polegającej na nieprzekazywaniu konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego obejmującego dane, o których mowa w art. 13 ww. ustawy o kredycie konsumenckim, co może być sprzeczne z art. 14 ust. 1 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

3. art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, polegającej na nedoręczaniu konsumentom przy zawarciu umowy pożyczki wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może być sprzeczne z art. 53 ust. 3 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

4. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 tej ustawy, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieinformowanie w umowach pożyczki o: rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania i całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta ustalonej w dniu zawarcia umowy, rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, terminie, sposobie i skutkach

odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co może być sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 7, 11, 15 i 21 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

5. art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, polegającej na zastrzeżeniu w umowach pożyczki, w przypadku opóźnienia konsumenta w spłacie rat pożyczki, odsetek karnych za zwłokę w wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia do dnia zapłaty, tj. w wysokości przekraczającej wysokość odsetek maksymalnych, co może naruszać art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego

6. art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, polegającej na zastrzeżeniu w umowach pożyczki rażąco wygórowanych opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, w przypadku opóźnienia konsumenta w spłacie raty pożyczki, w wysokości: 100 zł, 150 zł i 200 zł, co może prowadzić do nadmiernego i nieuzasadnionego obciążenia finansowego konsumentów, niezależnie od niezbędności i celowości tych opłat oraz naruszać dobre obyczaje, zgodnie z którymi konsument nie powinien być obciążany opłatami nie mającymi związku z wysokością rzeczywiście poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów tych czynności i godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

po zobowiązaniu się przez Michała Lewicza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: LewINVEST w Zagórowie do:

- usunięcia z Internetu reklam wskazanych powyżej w pkt 1
- stosowania formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego
- stosowania wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy
- stosowania nowego wzorca umowy pożyczki zawierającego informacje wskazane powyżej w pkt 4
- stosowania nowego wzorca umowy pożyczki niezawierającego postanowień wskazanych powyżej w pkt 5 i 6
- aneksowania umów pożyczek pozostających nadal w obrocie prawnym

nakłada się na ww. Przedsiębiorcę obowiązek wykonania tych zobowiązań, poprzez:

- a) zaniechanie rozpowszechniania zakwestionowanych reklam, o których mowa w pkt 1
- b) przekazanie konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego obejmującego dane, o których mowa w art. 13 ww. ustawy o kredycie konsumenckim
- c) doręczanie konsumentom przy zawarciu umowy pożyczki wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy
- d) zawieranie z konsumentami umów pożyczek, w których zamieszczono informacje o: rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania i całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta ustalonej w dniu zawarcia umowy, rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, terminie, sposobie i skutkach odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy o kredycie konsumenckim, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów

- e) niestosowanie w zawieranych z konsumentami umowach pożyczek postanowienia zastrzegającego odsetki karne za zwłokę w spłacie rat pożyczki w wysokości przekraczającej wysokość odsetek maksymalnych za opóźnienie
- f) określenie w zawieranych z konsumentami umowach pożyczek opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, w przypadku opóźnienia konsumenta w spłacie rat pożyczki, na poziomie nie wyższym niż faktycznie poniesiony przez Przedsiębiorcę koszt ich wysłania u operatora pocztowego, z usług którego Przedsiębiorca korzysta
- g) wystąpienie do konsumentów będących stronami obowiązujących nadal umów pożyczek z propozycją ich aneksowania w sposób uwzględniający zmiany wskazane powyżej w pkt I d, e i f,

w zakresie pkt I a do I f- począwszy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, a w zakresie pkt I g- w terminie 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji

II. na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Michała Lewicza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: LewINVEST w Zagórowie obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji zobowiązań, o których mowa w pkt od I a do I g sentencji niniejszej decyzji, w tym przedłożenia:

1. wydruków ze strony internetowej Przedsiębiorcy www.lewinvest.pl i jego profilu na www.facebook.com potwierdzających usunięcie zakwestionowanych reklam
2. kopii 5 umów pożyczek zawartych z konsumentami po dniu uprawomocnienia się niniejszej decyzji, w których uwzględniono proponowane zmiany wraz z przekazanymi konsumentom formularzami informacyjnymi dotyczącymi kredytu konsumenckiego i wzorami oświadczeń o odstąpieniu od umowy
3. kopii dowodów przesłania propozycji aneksów do 5 konsumentów, będących stronami obowiązujących umów pożyczek,

w terminie 4 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W następstwie otrzymanego pisma Komisji Nadzoru Finansowego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy działania Michała Lewicza prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą: LewINVEST w Zagórowie (dalej: Przedsiębiorca) związane ze świadczeniem usług finansowych na rzecz konsumentów, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania ustalono, że usługi Przedsiębiorcy na rzecz konsumentów polegają na udzielaniu pożyczek gotówkowych. Oferta Przedsiębiorcy obejmuje pożyczki w różnej wysokości, np. w wysokości kilku tysięcy złotych, spłacane w ratach. Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy wykorzystując wzorzec umowny o nazwie: umowa pożyczki pieniężnej. W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu dotyczące wskazania, czy przed zawarciem umowy przekazuje konsumentom formularze informacyjne dotyczące kredytu konsumenckiego, Przedsiębiorca poinformował, że w związku z *charakterystyką udzielanych pożyczek* wszelkich informacji dotyczących oferowanej usługi udziela słownie. Przedsiębiorca wyjaśnił, że *ma tu na myśli kwotę pożyczki, wysokość raty w zależności od okresu kredytowania, wysokość prowizji, oprocentowania czy stopy lombardowej NBP, jak i łączną kwotę do spłaty*. Przedsiębiorca zaznaczył przy tym, że wszystkie ww. informacje potwierdzone są w umowie pożyczki. Podobnie Przedsiębiorca uzasadnił

fakt niedoręczania konsumentom przy zawarciu umowy wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W tym przypadku Przedsiębiorca wskazał, że przy zawieraniu każdej umowy pożyczki informuje konsumentów o możliwości odstąpienia od umowy w terminie 14 dni. Przedsiębiorca poinformował, że od rozpoczęcia prowadzenia przez niego działalności nie było sytuacji, w której klient chciałby odstąpić od umowy.

Po przeanalizowaniu zgromadzonego materiału dowodowego, postanowieniem z dnia 14 października 2015r. Prezes Urzędu wszczął przeciwko Przedsiębiorcy postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

I. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niewskazywaniu w reklamach rozpowszechnianych w Internecie, zawierających dane dotyczące kosztu pożyczki, informacji o: stopie oprocentowania pożyczki i opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie pożyczki, całkowitej kwocie pożyczki, rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta- na podstawie reprezentatywnego przykładu, co może być sprzeczne z art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (t.j. Dz.U. z 2014r. poz. 1497 ze zm.)

II. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nieprzekazywaniu konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego obejmującego dane, o których mowa w art. 13 ww. ustawy o kredycie konsumenckim, co może być sprzeczne z art. 14 ust. 1 tej ustawy

III. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niedoręczaniu konsumentom przy zawarciu umowy pożyczki wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może być sprzeczne z art. 53 ust. 3 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

IV. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieinformowanie w umowach pożyczki o: rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania i całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta ustalonej w dniu zawarcia umowy, rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, terminie, sposobie i skutkach odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co może być sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 7, 11, 15 i 21 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

V. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zastrzeżeniu w umowach pożyczki, w przypadku opóźnienia konsumenta w spłacie rat pożyczki, odsetek karnych za zwłokę w wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia do dnia zapłaty, tj. w wysokości przekraczającej wysokość odsetek maksymalnych, co może naruszać art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego

VI. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zastrzeżeniu w umowach pożyczki rażąco wygórowanych opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, w przypadku opóźnienia konsumenta w spłacie raty pożyczki, w wysokości: 100 zł, 150 zł i 200 zł, co może prowadzić do nadmiernego i nieuzasadnionego obciążenia finansowego konsumentów, niezależnie od niezbędności i celowości tych opłat oraz naruszać dobre obyczaje, zgodnie z którymi konsument nie powinien być obciążany

opłatami nie mającymi związku z wysokością rzeczywiście poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów tych czynności i godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Po otrzymaniu zawiadomienia o wszczęciu postępowania, pismem z dnia 26 października 2015r. Przedsiębiorca w pierwszej kolejności zapewnił, że wszelkie zarzuty podniesione co do prowadzonej przez niego działalności *zostaną poprawione w sposób zgodny z obowiązującym prawem, umożliwiając konsumentowi zapoznanie się z parametrami produktu na piśmie a nie jak do tej pory w formie ustnej*. Przedsiębiorca podniósł również m.in., że jego błędy wynikają nie z chęci zatajenia jakichś informacji przed konsumentami, czy oszukania ich, a bezpośrednio z braku znajomości prawa przy jednoczesnym braku funduszy na korzystanie z pomocy prawnika czy radcy prawnego.

Odnosząc się szczegółowo do pierwszego z zarzutów Przedsiębiorca wyjaśnił m.in., że w czasie gdy publikował reklamy na swojej stronie internetowej i portalu facebook.com nie był świadomy, że nie są one w 100% zgodne z art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. Przedsiębiorca podkreślił, że reklamy publikował w dobrej wierze i nie miał na celu zatajenia czy celowego pominięcia jakichś informacji. Jak zaznaczył, jego firma jest *początkującą jednoosobową działalnością gospodarczą*, w związku z czym nie posiada środków na zatrudnienie prawnika, który sprawowałby pieczę nad poprawnością formalną każdego z podejmowanych przez niego działań. Powołując się na ww. okoliczności Przedsiębiorca zobowiązał się do uwzględnienia uwag Prezesa Urzędu i poprawienia zakwestionowanych materiałów reklamowych.

Tożsame argumenty, tj. brak wiedzy prawniczej i zaplecza prawniczego, Przedsiębiorca przywołał uzasadniając niedoreczanie konsumentom przez zawarciem umowy formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego oraz wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy przy zawieraniu umów pożyczek. Przedsiębiorca poinformował, że nie był świadomy, że prawo obliguje go do przekazywania takich informacji na piśmie, tym bardziej, że udziela szybkich pożyczek. Przedsiębiorca podkreślił, że myślał, iż przekazanie klientowi słownie wszelkich informacji dotyczących oferowanej usługi oraz potwierdzenie ich dodatkowo w formie pisemnej w umowie, jest wystarczające. Przedsiębiorca zobowiązał się do *naprawienia błędu* wynikającego z jego niewiedzy i dostarczanie formularzy przy zawieraniu nowych umów pożyczek. W zakresie praktyki z pkt III postanowienia o wszczęciu postępowania Przedsiębiorca nadmienił dodatkowo, że każdorazowo informował klientów o możliwości bezkosztowego zwrotu zaciągniętej pożyczki w ciągu 14 dni od dnia jej otrzymania. Jak wskazał, pomimo wiedzy klientów o tej możliwości żadna z zawartych umów nie została wypowiedziana. Przedsiębiorca zadeklarował jednocześnie, że wzór ww. oświadczenia zamierza dołączać do każdej umowy pożyczki.

Przedsiębiorca zobowiązał się ponadto do *ujęcia w umowie zapisów obligatoryjnych ustalonych na podstawie art. 30 ust. 1 pkt 7, 11, 15 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim*. W niniejszym przypadku Przedsiębiorca również powołał się na nieznaną przepisów ww. ustawy jako przyczynę niezamieszczenia w zawieranych z konsumentami umowach pożyczek wymaganych danych. Przedsiębiorca zaznaczył, że jego celem nie było nieudzielenie konsumentom rzetelnej i prawdziwej informacji, na co- jego zdaniem- wskazuje chociażby fakt, że każda umowa posiada rozpisany szczegółowy skład raty miesięcznej na kwoty: kapitałową, odsetkową i prowizyjną.

Przedsiębiorca uznał, że odsetki karne za zwłokę w zapłacie rat pożyczki w wysokości 20 zł dziennie są zasadne, ponieważ *w art. 481 Kodeksu cywilnego nie ma żadnej wzmianki o tym, aby stopę odsetek karnych ustalać przy uwzględnieniu zapisów art. 359 § 2 Kodeksu cywilnego*.

Przedsiębiorca wyjaśnił poza tym, w odniesieniu do postanowienia regulującego koszty pism przygotowawczych, że był to swego rodzaju martwy, nieegzekwowany

zapisem umowy, który miał na celu jedynie mobilizować klientów do nieunikania z nim kontaktu w przypadku jakichkolwiek opóźnień oraz *co najważniejsze przyczynić się do terminowego wpłacania rat pożyczki*. Przedsiębiorca zobowiązał się do zmniejszenia wysokości kosztów wezwań *do adekwatnego poziomu, zgodnego z cennikiem Poczty Polskiej oraz kosztem sporządzenia takiego wezwania*.

W związku wątpliwościami Prezesa Urzędu co do charakteru deklaracji Przedsiębiorcy i kompletności ewentualnego zobowiązania, pismem z dnia 12 listopada 2015r. Przedsiębiorca sprecyzował, że wnosi o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W załączeniu do tego pisma Przedsiębiorca przesłał nowy wzorzec umowy pożyczki pieniężnej. Przedsiębiorca poinformował także, że nie planuje zamieszczania nowych reklam, a reklamy zakwestionowane zostaną usunięte. Przedsiębiorca zadeklarował, że *wszelkie zalecenia Prezesa UOKiK zostaną wprowadzone niezwłocznie po zaakceptowaniu przesłanego w załączniku wzoru umowy*.

Pismem z dnia 27 listopada 2015r. Przedsiębiorca sprecyzował dodatkowo, że jego deklaracje co do niezwłocznego wykonania zobowiązań oznaczają, że zostaną wprowadzone niezwłocznie po uprawomocnieniu się decyzji Prezesa Urzędu. Kolejnym pismem z dnia 14 grudnia 2015r. Przedsiębiorca zobowiązał się ponadto do aneksowania wszystkich aktywnych umów pożyczek, w terminie 60 dni od dnia zaakceptowania przez Prezesa Urzędu przedłożonego wzorca umowy pożyczki i wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Proponowany termin wykonania zobowiązania Przedsiębiorca uzasadnił tym, że jego niektórzy klienci są poza granicami kraju. Przedsiębiorca przesłał także wzór pisma, który zamierza przesłać do konsumentów z propozycją aneksowania zawartych umów. Ostatecznie Przedsiębiorca zmienił treść dotychczasowego zobowiązania w kwestii opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, przesyłając, w załączeniu do pisma z dnia 28 stycznia 2016r., zmodyfikowany w tym zakresie wzorzec umowy pożyczki.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Michał Lewicz prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą: LewINVEST w Zagórowie w oparciu o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej RP (*dowód: wydruk z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej RP- k. 20 akt*). W ramach prowadzonej działalności Przedsiębiorca udziela konsumentom, od kwietnia 2014r., pożyczek gotówkowych w różnej wysokości, m.in. w wysokości kilku tysięcy złotych, spłacanych w ratach. Do zawierania umów z konsumentami Przedsiębiorca wykorzystuje wzorzec umowy o nazwie: umowa pożyczki pieniężnej (*dowód: pisma Przedsiębiorcy z dnia: 19 czerwca i 15 lipca 2015r.- k. 42 i 59 akt, wzorzec umowy pożyczki pieniężnej- k. 64 akt, umowy pożyczek zawarte przez Przedsiębiorcę z konsumentami- k. 60- 63, 71- 90 akt*).

Przedsiębiorca reklamuje swoje usługi na stronie internetowej www.lewinvest.pl oraz na profilu „LewINVEST” na www.facebook.com. Niektóre z reklam zawierają przedstawione w różnej konfiguracji wybrane dane odnoszące się do kosztów udzielanych przez Przedsiębiorcę pożyczek. W reklamach tych zamieszczono m.in. tabelę oznaczoną jako „Porównanie całkowitego kosztu pożyczki w wysokości 1000 zł na okres 12 miesięcy”, w której porównano wysokość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania i tzw. kwoty do oddania dla pożyczki Przedsiębiorcy i czterech innych pożyczkodawców- pozabankowych instytucji finansowych udzielających kredytów konsumenckich. W reklamie zatytułowanej: „RRSO najpopularniejszych firm pożyczkowych” wskazano wysokość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania dla pożyczki Przedsiębiorcy i pożyczek sześciu innych przedsiębiorców nie będących bankami (w reklamie nie sprecyzowano do jakich konkretnie ofert dane te się odnoszą). W innych reklamach przedstawiono wysokość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania dla nieokreślonej bliżej pożyczki Przedsiębiorcy i pożyczki

wybranego innego pożyczkodawcy („LewINVEST vs GrosKapitał [...] Wybierzcie sami co Wam się opłaca ...”) oraz „RSO pożyczki 1000 zł na 36 rat” udzielonej przez Przedsiębiorcę i dwóch innych pożyczkodawców („Czy wiesz, że ...?”). Na profilu Przedsiębiorcy udostępniona została również reklama, w której porównano koszty pożyczki w kwocie 1.000 zł na okres 36 miesięcy udzielonej przez Przedsiębiorcę i dwóch innych pożyczkodawców („Procenty Was nie przekonują? Sprawdź ile oddasz pożyczając 1000 zł na 36 m-cy”) oraz reklama, w której podano wysokość oferowanej przez Przedsiębiorcę pożyczki i wysokość raty („1.000 zł = rata już od 74 zł”). W żadnej z ww. reklam nie wskazano danych o pożyczce na podstawie reprezentatywnego przykładu (*dowód: wydruki ze strony internetowej Przedsiębiorcy- k. 4 i 25- 26 akt, wydruki z profilu Przedsiębiorcy na www.facebook.com- k. 11, 12, 12 verte, 13 verte, 29, 30, 31, 32 verte, 33 i 36 akt*).

Jak ustalono, Przedsiębiorca nie przekazuje konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki formularzy informacyjnych dotyczących kredytu konsumenckiego obejmujących dane, o których mowa w art. 13 ustawy o kredycie konsumenckim (*dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 27 sierpnia 2015r.- k. 67 akt*).

Przedsiębiorca nie doręcza ponadto konsumentom przy zawarciu umów pożyczek wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy (*dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 27 sierpnia 2015r.- k. 67 akt*).

Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że w umowach pożyczki, które Przedsiębiorca zawiera z konsumentami zgodnie z opracowanym wzorcem umownym, nie określono: rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania i całkowitej kwoty do zapłaty przez konsumenta ustalonej w dniu zawarcia umowy, rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, terminu, sposobu i skutków odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy o kredycie konsumenckim, kwoty odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organu nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów (*dowód: umowy pożyczki zawarte przez Przedsiębiorcę z konsumentami- k. 60- 63, 71- 90 akt, wzorzec umowy pożyczki pieniężnej- k. 64 akt*).

Prezes Urzędu ustalił, że ww. umowach Przedsiębiorca zamieścił postanowienie, zgodnie z którym: „W przypadku opóźnienia w spłacie rat określonych w § 3 ust. 2, pożyczkobiorca obowiązany jest do zapłaty odsetek karnych za zwłokę w umownej wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia, do dnia zapłaty. Wysokość odsetek jest zgodna z art. 481 Kpc” (*dowód: § 4 umów pożyczek zawartych przez Przedsiębiorcę z konsumentami- k. 60- 63, 71- 90 akt*).

W umowach tych figurują też postanowienia o treści: „W przypadku opóźnienia spłaty raty pożyczki do pożyczkobiorcy zostanie wysłane wezwanie do zapłaty. Koszt wysłania wezwania jest równy: 100 zł po 7 dniach opóźnienia, 150 zł po 14 dniach opóźnienia, 200 zł po 21 dniach opóźnienia” lub „W przypadku opóźnienia spłaty raty pożyczki w terminie przekraczającym 7 dni do pożyczkobiorcy zostanie wysłane wezwanie do zapłaty. Koszt wysłania wezwania jest równy 100 zł. W przypadku opóźnienia spłaty raty pożyczki w terminie przekraczającym 14 dni do pożyczkobiorcy ponownie zostanie wysłane wezwanie do zapłaty. Koszt wysłania wezwania jest równy 150 zł. W przypadku opóźnienia spłaty raty pożyczki w terminie przekraczającym 21 dni do pożyczkobiorcy ponownie zostanie wysłane wezwanie do zapłaty. Koszt wysłania wezwania jest równy 200 zł” (*dowód: § 5 umów pożyczek zawartych przez Przedsiębiorcę z konsumentami- k. 60- 63, 71, 73, 80- 86, 89 oraz k. 72, 74- 79, 87- 88 i 90 akt*).

W trakcie postępowania Przedsiębiorca wniósł o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przedsiębiorca zobowiązał się do zaniechania stosowania zarzuconych mu praktyk, tj. do usunięcia zakwestionowanych reklam z Internetu, stosowania formularzy informacyjnych dotyczących kredytu konsumenckiego oraz wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, uzupełnienia nowo

zawieranych umów pożyczek o obligatoryjne dane określone w art. 30 ust. 1 pkt 7, 11, 15 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim, ustalenia w tych umowach odsetek karnych w wysokości odsetek maksymalnych oraz kosztów wysłania wezwań do zapłaty w wysokości równej bezpośredniemu kosztowi nadania pisma w placówce Poczty Polskiej S.A., z usług której korzysta (dowód: pisma Przedsiębiorcy z dnia: 26 października, 12 i 27 listopada 2015r. oraz 28 stycznia 2016r.- k. 101- 103, 107, 114 i 142 akt). Przedsiębiorca zobowiązał się ponadto do aneksowania obowiązujących nadal umów, w terminie 60 dni od dnia zaakceptowania przez Prezesa Urzędu nowego wzorca umowy pożyczki i wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy oraz przesłania do konsumentów wraz z aneksami pisma informującego o stwierdzonych przez Prezesa Urzędu nieprawidłowościach (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 14 grudnia 2015r.- k. 127 akt, wzór pisma, które Przedsiębiorca zamierza skierować do konsumentów z propozycją aneksów- k. 128 akt).

W celu uzasadnienia złożonego wniosku Przedsiębiorca załączył formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego z wypełnionymi przykładowo danymi dla wybranej umowy, wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy oraz nowy wzorzec umowy pożyczki uwzględniający dane z zawartej wcześniej umowy (dowód: formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego- k. 115- 118 akt, wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy- k. 130 akt, wzorzec umowy pożyczki- k. 143 akt). W załączonym wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy podano imię, nazwisko i nazwę Przedsiębiorcy, jego adres oraz treść oświadczenia: „W dniu ... zawarłem (-am) z Państwem umowę o kredyt konsumencki nr Na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126 poz. 715 ze zm.) niniejszym odstępuję od ww. umowy” (dowód: wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy- k. 130 akt).

W § 3 nowego wzorca umowy pożyczki Przedsiębiorca zamieścił tabelę, w której obok innych parametrów pożyczki, znajdują się rubryki przeznaczone do wpisania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania oraz całkowitej kwoty do zapłaty przez konsumenta, stanowiącej sumę pozycji A + F, czyli całkowitej kwoty pożyczki i całkowitego kosztu pożyczki. W § 5 nowego wzorca Przedsiębiorca podał wysokość rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego (14%). W § 7 Przedsiębiorca uregulował kwestie związane z odstąpieniem konsumenta od umowy. Zgodnie z tym postanowieniem, „Pożyczkobiorca może bez podania przyczyny odstąpić od umowy pożyczki w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia przesyłając pisemne oświadczenie o odstąpieniu na adres pożyczkodawcy wskazany we wzorze o odstąpieniu, który otrzymał pożyczkobiorca. Do zachowania terminu odstąpienia wystarczy wysłać druk oświadczenia przed upływem terminu 14 dni. W przypadku wykonania przez pożyczkobiorcę prawa skutecznego odstąpienia umowa uważana jest za niezawartą. Kredytobiorca nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia zwrotu pożyczkodawcy przez pożyczkobiorcę kwoty kredytu. Kwota odsetek należnych za każdy dzień wynosi ... zł. Pożyczkobiorca zobowiązany jest do zwrotu pożyczkodawcy kwoty pożyczki, o której mowa w § 3 pkt A oraz odsetek od tej kwoty, nie później niż w terminie 30 dni od dnia odstąpienia od umowy, na rachunek pożyczkodawcy” (dowód: wzorzec umowy pożyczki pieniężnej- k. 143 akt).

W § 11 tego wzorca Przedsiębiorca wskazał Prezesa Urzędu jako organ nadzoru właściwy w sprawach ochrony konsumentów (dowód: wzorzec umowy pożyczki pieniężnej- k. 143 akt).

Z nowego wzorca umowy Przedsiębiorca usunął postanowienie zastrzegające odsetki karne za zwłokę w wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia konsumenta w spłacie raty pożyczki. Zamiast tego postanowienia w nowym wzorcu Przedsiębiorca zamieścił postanowienie o treści: „W przypadku opóźnienia w spłacie rat określonych w § 4, pożyczkobiorca obowiązany jest do zapłaty odsetek karnych za przeterminowane płatności w wysokości 14%, zg. z art. 481 § 2¹ Kc” (dowód: wzorzec umowy pożyczki pieniężnej- k. 143 akt).

W nowym wzorcu Przedsiębiorca uregulował też odmiennie niż dotychczas wysokość opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, zamieszczając w nim, w miejsce dotychczas kwestionowanego, postanowienie § 6 ust. 1 przewidujące, że: „W przypadku opóźnienia spłaty raty pożyczki do pożyczkobiorcy zostanie wysłane wezwanie do zapłaty. Koszt wysłania wezwania jest równy bezpośredniemu kosztowi nadania pisma w placówce Poczty Polskiej S.A. (...)” (dowód: wzorzec umowy pożyczki pieniężnej- k. 143 akt).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

I.

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

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zapoznali się lub mogli zapoznać się z reklamami Przedsiębiorcy bądź zostali lub mogli zostać jego klientami, tj. zawrzeć z nim umowy pożyczki. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Przedsiębiorcy pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Michał Lewicz jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten za przedsiębiorcę uznaje m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Michał Lewicz jest osobą fizyczną prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na udzielaniu pożyczek konsumentom. Posiadając status przedsiębiorcy w świetle ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, Michał Lewicz jest tym samym przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji jego działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione- na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub będących podstawą wszczęcia postępowania- że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Z przytoczonego przepisu wynika, że warunkami wydania decyzji zobowiązującej są: **uprawdopodobnienie** naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy oraz **zobowiązanie**

się przedsiębiorcy, któremu jest zarzucane takie naruszenie, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do jego zakończenia lub usunięcia jego skutków.

Z uwagi na złożenie przez Przedsiębiorcę wniosku o wydanie decyzji na podstawie ww. przepisu niezbędne jest rozważenie, czy wskazane w tym przepisie warunki zaistniały w odniesieniu do jego działań i zobowiązań. W pierwszej kolejności rozważenia wymaga, czy stosowanie zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało uprawdopodobnione na obecnym etapie postępowania.

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Taką praktykę stanowi w szczególności naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2). Dla uznania, że mamy do czynienia z praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów spełnione muszą być dwie przesłanki: działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne i jednocześnie naruszać zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. J. Szwaja, *Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., str. 117-118).

Dруга z wymienionych powyżej przesłanek jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości rozumianej jako nieokreślona i nieograniczona grupa podmiotów, których nie da się zidentyfikować. W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może przy tym polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanych przez Przedsiębiorcę praktyk. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

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

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

Praktyki z pkt I.1- I.4 sentencji decyzji mogą naruszać pozaekonomiczne interesy konsumentów, prowadząc do pozbawienia konsumentów niezbędnych informacji o pożyczce na etapie przedkontraktowym i na etapie kontraktowania. I tak, niepodanie w reklamach zawierających dane dotyczące kosztu pożyczki obligatoryjnych danych, opartych na reprezentatywnym dla Przedsiębiorcy przykładzie, może uniemożliwiać konsumentom porównanie oferty Przedsiębiorcy z ofertami innych podmiotów udzielających pożyczek gotówkowych na etapie poprzedzającym zawarcie umowy. Praktyki z pkt I.2 i I.3 sentencji decyzji mogą godzić w prawo konsumentów do otrzymania określonych dokumentów na etapie poprzedzającym zawarcie umowy i na etapie jej zawierania, a praktyka z pkt I.4- w prawo do uzyskania informacji o istotnych postanowieniach umowy pożyczki. Praktyki z pkt I.5 i I.6 sentencji decyzji mogą natomiast naruszać ekonomiczne interesy konsumentów, zobowiązując ich do zapłaty odsetek karnych za zwłokę w wysokości przewyższającej wysokość odsetek maksymalnych oraz rażąco wygórowanych opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, w razie opóźnienia w spłacie rat pożyczki, które nie mają związku z kosztami wykonania tych czynności.

1.

Bezprawność praktyki z pkt I.1 sentencji decyzji, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, związana jest z naruszeniem przez Przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych w zakresie reklamy wynikających w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim.

Na mocy art. 3 ust. 2 pkt 1 tej ustawy, obowiązki te nałożone zostały także na pożyczkodawców. Przepis ten przewiduje, że za umowę o kredyt konsumencki uważa się w szczególności umowę pożyczki.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 ww. ustawy, kredytodawca w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny: 1) stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu; 2) całkowitą kwotę kredytu; 3) rzeczywistą roczną stopę oprocentowania. Ust. 2 art. 7 przewiduje, że kredytodawca, w stosownych przypadkach, dodatkowo podaje konsumentowi: 1) czas obowiązywania umowy; 2) całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat; 3) cenę towaru lub usługi oraz kwotę wszystkich zaliczek w przypadku umowy o kredyt przewidującej odroczenie płatności.

Art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim stanowi z kolei, że wszystkie wymienione informacje kredytodawca ma obowiązek podać na podstawie reprezentatywnego przykładu. Art. 8 ust. 2 precyzuje, że przy określaniu reprezentatywnego przykładu należy określić warunki umowy o kredyt konsumencki, na których kredytodawca 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. Kredytodawca jest zobowiązany gromadzić odpowiednie dane w celu ustalenia na ich podstawie reprezentatywnego przykładu (art. 8 ust. 3).

Prezes Urzędu ustalił, że niektóre reklamy pożyczek Przedsiębiorcy opublikowane w Internecie pomimo, że zawierają przedstawione w różnej konfiguracji informacje dotyczące kosztu pożyczki, nie wskazują danych, o których mowa w przytoczonych powyżej przepisach, na podstawie reprezentatywnego przykładu. W reklamach zamieszczono np. tabelę porównującą wysokość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania i tzw. kwoty do oddania dla pożyczek w wysokości 1.000 zł oferowanych na okres 12 miesięcy przez Przedsiębiorcę i czterech innych pożyczkodawców. W kolejnej z zakwestionowanych reklam wskazano wysokość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania dla pożyczki Przedsiębiorcy i sześciu innych przedsiębiorców nie będących bankami. W innych reklamach podano wysokość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania dla nieokreślonej bliżej pożyczki Przedsiębiorcy i pożyczki wybranego innego pożyczkodawcy oraz „RSO pożyczki 1000 zł na 36 rat” udzielonej przez Przedsiębiorcę i dwóch innych pożyczkodawców. Przedsiębiorca zamieścił również w Internecie reklamę, w której porównał koszty swojej pożyczki w kwocie 1.000 zł na okres 36 miesięcy z kosztami pożyczek dwóch innych pożyczkodawców oraz reklamę, w której podał wysokość oferowanej przez siebie pożyczki i wysokość raty („1.000 zł = rata już od 74 zł”).

Zdaniem Prezesa Urzędu, posługując się tej treści przekazami reklamowymi Przedsiębiorca powinien uwzględnić ww. przepisy ustawy o kredycie konsumenckim, tj. wskazać wymagane przez nie dane na podstawie reprezentatywnego dla siebie przykładu. Podanie wyłącznie wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, czy też niektórych kosztów udzielanej pożyczki, bez ich odniesienia do pozostałych parametrów pożyczki określonych w powołanych przepisach oraz reprezentatywnego dla Przedsiębiorcy przykładu, może uzasadniać wniosek, że Przedsiębiorca nie wykonuje należycie obowiązków informacyjnych w zakresie reklamy. Należy podkreślić, że podanie w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny informacji o pożyczce na podstawie reprezentatywnego przykładu ma umożliwić konsumentowi porównanie ofert różnych pożyczkodawców przed zawarciem umowy, ułatwiając im dokonanie świadomego wyboru¹. Zapoznanie się z informacjami o pożyczce opartymi na reprezentatywnym przykładzie stwarza konsumentowi szansę na porównanie wielu ofert, z uwzględnieniem częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju. Eliminuje jednocześnie ryzyko wybierania i prezentowania przez pożyczkodawców tych pożyczek, które są w ich ofercie najkorzystniejsze pod względem warunków finansowych, ale które nie są przez nich udzielane szerokiemu gronu konsumentów. Reprezentatywny przykład ma umożliwić konsumentowi dokonanie realnej oceny jego przyszłego zobowiązania.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu uznał, że działania Przedsiębiorcy mogą być bezprawne z punktu widzenia wskazanych powyżej przepisów ustawy o kredycie konsumenckim. Jak już zaznaczono, praktyka Przedsiębiorcy może naruszać także zbiorowy interes konsumentów, pozbawiając nieograniczony i nieoznaczony krąg konsumentów niezbędnych informacji o pożyczce na etapie przedkontraktowym. Z tego względu Prezes Urzędu stwierdził, że na obecnym etapie postępowania zostało uprawdopodobnione naruszenie przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

¹ Założenia do ustawy o kredycie konsumenckim w związku z implementacją Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki, [http://www.mg.gov.pl/files/upload/8577/Założenia_kredyt_konsumencki.pdf](http://www.mg.gov.pl/files/upload/8577/Za%C5%82o%C5%9Bzenia_kredyt_konsumencki.pdf).

Wnosząc o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Przedsiębiorca zobowiązał się do zaniechania stosowania zarzuconej mu w pkt I.1 praktyki, tj. usunięcia zakwestionowanych reklam z Internetu niezwłocznie po uprawomocnieniu się decyzji Prezesa Urzędu.

2.

Bezprawność praktyki zarzuconej Przedsiębiorcy w pkt I.2 sentencji decyzji Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia art. 14 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. Przepis ten stanowi, że kredytodawca przekazuje konsumentowi dane, o których mowa w art. 13 ust. 1 i 2 ww. ustawy, na formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego, którego wzór określa załącznik nr 1 do ustawy. Wymienione w art. 13 dane, które kredytodawca jest zobowiązany podać konsumentowi na trwałym nośniku przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki, obejmują m.in. imię, nazwisko (nazwę) i adres (siedzibę) kredytodawcy, rodzaj kredytu, czas obowiązywania umowy, stopę oprocentowania kredytu, całkowitą kwotę kredytu, rzeczywistą roczną stopę oprocentowania oraz całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta, informację o stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, warunkach jej zmiany oraz ewentualnych innych opłatach z tytułu zaległości w spłacie kredytu oraz informację o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy.

Z dokonanych ustaleń wynika, że Przedsiębiorca nie przekazuje konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki formularzy informacyjnych dotyczących kredytu konsumenckiego. Oznacza to, że nie przekazuje też konsumentom informacji odnoszących się do oferowanej im pożyczki, wyszczególnionych w art. 13 ustawy o kredycie konsumenckim. Swoje zaniechanie Przedsiębiorca usprawiedliwił brakiem wiedzy i świadomości, że przepisy zobowiązują go do przekazywania ww. informacji w formie pisemnej. Przedsiębiorca podniósł, że myślał, iż przekazanie klientowi słownie wszelkich informacji dotyczących oferowanych usług i potwierdzenie ich dodatkowo w formie pisemnej w umowie, jest wystarczające.

Podkreślenia wymaga, że powołane powyżej przepisy dokonują wdrożenia do prawa krajowego przepisów dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającej dyrektywę Rady 87/102/EWG. Zgodnie z dyrektywą, informacje podawane przed zawarciem umowy powinny być we wszystkich państwach członkowskich przekazywane na standardowym formularzu. Wzór formularza został 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. Standardowo określony formularz ma zapewnić, że konsument otrzyma informacje potrzebne do porównania różnych ofert w celu podjęcia świadomej decyzji co do zawarcia bądź nie umowy kredytu. Dlatego też, w ocenie Prezesa Urzędu, podanie określonych danych ustnie, a następnie w umowie, na co powołał się Przedsiębiorca, nie jest wystarczające dla uznania, że prawidłowo wykonał obowiązek przewidziany w art. 14 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. W niniejszym przypadku ani ustne wyjaśnienia, ani postanowienia umowy pożyczki nie zastępują formularza informacyjnego, który zawiera sprecyzowane dane, uznane przez ustawodawcę za szczególnie istotne dla konsumenta przed zawarciem umowy.

Możliwe jest tym samym stwierdzenie, że zaniechanie Przedsiębiorcy może być sprzeczne z art. 14 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. Powyżej wskazano, że zakwestionowana praktyka może godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Nie otrzymując formularza informacyjnego, a w konsekwencji określonych informacji o pożyczce, osoby te mogą zostać pozbawione możliwości poznania szczegółów oferty

Przedsiębiorcy, a co za tym idzie porównania oferty Przedsiębiorcy z ofertami innych kredytodawców na etapie przedkontraktowym.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu uznał za uprawdopodobnione stosowanie przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt I.2 sentencji decyzji.

Złożone przez Przedsiębiorcę zobowiązanie w zakresie ww. praktyki, polegające na stosowaniu formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego, zmierza do zakończenia zarzuconego Przedsiębiorcy naruszenia. Przedsiębiorca zobowiązał się do wykonania tego zobowiązania niezwłocznie po uprawomocnieniu się decyzji Prezesa Urzędu.

3.

W prowadzonym postępowaniu Prezes Urzędu zarzucił także Przedsiębiorcy stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z niewykonaniem względem konsumentów obowiązków na etapie zawierania umowy. Uchybienie Przedsiębiorcy polega na niedoręczaniu konsumentom przy zawarciu umów pożyczek wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zakwestionowana praktyka może być uznana za bezprawną w świetle art. 53 ust. 3 ustawy o kredycie konsumenckim. Zgodnie z tym przepisem, kredytodawca 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). Nie budzi wątpliwości, że ww. przepis odnosi się do sposobu wykonania przez konsumenta prawa odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy, przyznanego przez art. 53 ust. 1 powołanej ustawy. Wręczany przy zawarciu umowy na trwałym nośniku wzór ma ułatwić konsumentowi skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy.

Przedsiębiorca wyjaśnił, że nie przekazuje konsumentom wzoru oświadczenia, ale każdorazowo informuje klientów o możliwości bezkosztowego zwrotu pożyczki w ciągu 14 dni od dnia jej otrzymania. Przedsiębiorca zaznaczył także, że pomimo wiedzy klientów o takiej możliwości, żadna z zawartych umów nie została wypowiedziana.

Należy wskazać, że art. 53 ust. 3 ustawy o kredycie konsumenckim jest przepisem bezwzględnie obowiązującym. Z tego względu Przedsiębiorca nie może zwolnić się z wykonania przewidzianego w nim obowiązku poprzez wykonanie innych czynności niż wręczenie konsumentowi wzoru oświadczenia, takich jak np. udzielanie ustnych informacji o prawie odstąpienia od umowy. Podane przez Przedsiębiorcę okoliczności nie uchylają zatem bezprawności jego zaniechania, co uzasadnia wniosek, że jego praktyka może być sprzeczna z ww. przepisem.

Jak wcześniej stwierdzono, praktyka ta może jednocześnie naruszać zbiorowy interes konsumentów. Nedoręczenie ww. wzoru może utrudniać konsumentom wykonanie przyznanego przez ustawę prawa odstąpienia od umowy, poprzez pozbawienie ich możliwości wykorzystania w tym celu gotowego formularza. Należy przypomnieć, że dla naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nie jest konieczne wystąpienie na rynku skutków danej praktyki, a więc- w niniejszym przypadku- ustalenie, że którykolwiek z kontrahentów Przedsiębiorcy nie odstąpił od umowy z uwagi na nieotrzymanie wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu uznał za uprawdopodobnione naruszenie przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorca zobowiązał się do zaniechania stosowania zarzuconej mu praktyki, tj. doręczania konsumentom przy zawieraniu umów pożyczek wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, niezwłocznie po uprawomocnieniu się decyzji Prezesa Urzędu.

4.

Praktyka z pkt I.4 sentencji decyzji, określona w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polega na naruszeniu przez Przedsiębiorcę obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Jej bezprawność wynika z możliwości naruszenia przez Przedsiębiorcę art. 30 ust. 1 pkt 7, 11, 15 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim, który określa wymogi formalne umowy o kredyt konsumencki. Powyżej zaznaczono, że na podstawie art. 3 ust. 2 pkt 1 tej ustawy, obowiązki te dotyczą także umowy pożyczki.

Powołany przepis przewiduje, że umowa o kredyt konsumencki powinna określać: rzeczywistą roczną stopę oprocentowania i całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta ustaloną w dniu zawarcia umowy, roczną stopę oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy, a także kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organ nadzoru właściwy w sprawach ochrony konsumentów.

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

Poczynione w niniejszej sprawie ustalenia wskazują, że w umowach pożyczki, które Przedsiębiorca zawiera z konsumentami nie określono, wbrew wymogom art. 30 ust. 1 pkt 7 ustawy o kredycie konsumenckim, rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania i całkowitej kwoty do zapłaty przez konsumenta ustalonej w dniu zawarcia umowy.

Zgodnie z ustawową definicją, rzeczywista roczna stopa oprocentowania to całkowity koszt kredytu ponoszony przez konsumenta, wyrażony jako wartość procentowa całkowitej kwoty kredytu w stosunku rocznym (art. 5 pkt 12 ustawy). Ww. wartość powinna być obliczona według wzoru matematycznego podanego w załączniku nr 4 do ustawy. Jednolity, przyjęty przez ustawodawcę wzór, służący obliczeniu tej wartości pozwala na ukazanie proporcji całkowitego kosztu kredytu konsumenckiego do jego całkowitej kwoty. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania obrazuje więc procentowe ujęcie kosztów ponoszonych przez konsumenta w stosunku do wypłaconej kwoty kredytu, w ujęciu rocznym. Dzięki danym o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania konsument może porównać koszt kredytów oferowanych przez różnych kredytodawców. Całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta to z kolei suma całkowitego kosztu kredytu i całkowitej kwoty kredytu (art. 5 pkt 8 ustawy). Niepodanie ww. wartości niewątpliwie może uniemożliwić konsumentowi bezpośrednio ustalenie jego łącznego zobowiązania wynikającego z zawartej z Przedsiębiorcą umowy pożyczki.

Zdaniem Prezesa Urzędu, w umowach pożyczek Przedsiębiorca nie określił także rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, stosownie do art. 30 ust. 1 pkt 11 ustawy o kredycie konsumenckim. Przedsiębiorca wskazał wprawdzie w umowach tzw. odsetki karne za zwłokę (por. pkt 5 poniżej), jednak ustalenie ich w wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia w spłacie raty, nie może być uznane za spełnienie ustawowego wymogu w zakresie podania rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego.

Przedsiębiorca nie podał bowiem konkretnej wartości procentowej na dzień zawarcia umowy, według której oblicza wysokość zobowiązania konsumenta w razie zwłoki w spłacie pożyczki.

Zawierane przez Przedsiębiorcę umowy nie określają również: terminu, sposobu i skutków odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki i odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy oraz kwoty odsetek należnych w stosunku dziennym (art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy o kredycie konsumenckim).

Należy zauważyć, że art. 53 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim przyznaje konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy. Przepisy ustawy regulują także sposób, w jaki konsument może skorzystać z przyznanego mu prawa, jak i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, w tym kwestię rozliczeń stron. W zawieranych z konsumentami umowach Przedsiębiorca nie wskazał żadnego z ww. elementów. Umowy nie wskazują np., że termin do odstąpienia od umowy jest zachowany, jeżeli konsument przed jego upływem złoży pod wskazany przez pożyczkodawcę adres oświadczenie o odstąpieniu od umowy, a dla zachowania terminu wystarczające jest wysłanie oświadczenia przed jego upływem (art. 53 ust. 4 i 5). Umowy nie określają też obowiązku zwrotu przez konsumenta otrzymanej pożyczki i odsetek zgodnie z przepisami rozdziału 5 ww. ustawy. Nie podano w nich np., że konsument nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia jej spłaty. Nie wskazano poza tym np., że konsument ma obowiązek zwrócić niezwłocznie kwotę udostępnionego kredytu wraz z odsetkami, nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy (art. 54 ust. 1 i 2 ustawy). W zawartych umowach nie ma również postanowień, które określałyby kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym, co uniemożliwia konsumentowi bezpośrednie obliczenie, jaką kwotę odsetek za okres korzystania z pożyczki powinien zwrócić w przypadku odstąpienia od umowy.

W umowach pożyczek Przedsiębiorca nie zamieścił ponadto informacji o organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, którym- zgodnie z art. 29 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów- jest Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, stwierdzone w umowach pożyczek braki formalne uprawdopodobniają bezprawność praktyki Przedsiębiorcy. Mając na uwadze, że ww. praktyka może zarazem godzić w zbiorowe interesy konsumentów możliwe jest uznanie za uprawdopodobnione, że Przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w pkt I.4 sentencji decyzji.

W niniejszym przypadku Przedsiębiorca zobowiązał się do stosowania w obrocie konsumenckim nowego wzorca umowy pożyczki, w którym zamieszczone zostaną wszystkie wymienione powyżej informacje, niezwłocznie po uprawomocnieniu się wydanej przez Prezesa Urzędu decyzji. Przedsiębiorca zobowiązał się ponadto do aneksowania umów pozostających nadal w obrocie prawnym, w terminie 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się ww. decyzji. Złożone przez Przedsiębiorcę zobowiązania mierzą więc zarówno do zakończenia naruszenia, jak i usunięcia jego możliwych skutków w odniesieniu do obowiązujących nadal umów pożyczek.

5.

Prezes Urzędu uznał, że bezprawna może być też kolejna z praktyk Przedsiębiorcy, która polega na zastrzeżeniu odsetek karnych w wysokości przewyższającej wysokość odsetek maksymalnych. W § 4 umów pożyczek zawieranych z konsumentami Przedsiębiorca zastrzegł, że: „W przypadku opóźnienia w spłacie rat określonych w § 3 ust. 2, pożyczkobiorca obowiązany jest do zapłaty odsetek karnych za zwłokę w umownej

wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia, do dnia zapłaty. Wysokość odsetek jest zgodna z art. 481 Kpc”.

Nie może budzić wątpliwości, że jeżeli konsument opóźnia się ze spełnieniem swojego świadczenia, Przedsiębiorca może od niego żądać na podstawie art. 481 § 1 Kodeksu cywilnego (a nie: Kpc, jak wskazano w § 4 umów) odsetek za czas opóźnienia, chociażby nie poniósł żadnej szkody i chociażby opóźnienie było następstwem okoliczności, za które konsument odpowiedzialności nie ponosi.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zastrzegając odsetki za opóźnienie w umowach zawieranych do dnia 31 grudnia 2015r. Przedsiębiorca powinien uwzględnić stan prawny obowiązujący do tego dnia, wynikający z art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego. Przepis ten stanowił, że maksymalna wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej nie może w stosunku rocznym przekraczać czterokrotności wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego (odsetki maksymalne).

Jak wskazano powyżej w pkt 4, Przedsiębiorca nie podał w umowie stopy odsetek za opóźnienie (zwłokę), ale konkretną kwotę odsetek za każdy dzień opóźnienia. Na podstawie danych z zawartych umów pożyczek można ustalić, że wysokość odsetek, której może dochodzić Przedsiębiorca od konsumenta może przewyższać, i to rażąco, wysokość obowiązujących odsetek maksymalnych. Odsetki maksymalne przy obowiązującej od dnia 5 marca 2015r. stopie kredytu lombardowego NBP wynoszą 10% w stosunku rocznym. Uwzględniając np. 30- dniowe opóźnienie (zwłokę) konsumenta w spłacie raty pożyczki w kwocie 342 zł (kwota raty z zawartej przez Przedsiębiorcę umowy z dnia 20 maja 2015r.- k. 61 akt), Przedsiębiorca mógłby żądać od konsumenta odsetek maksymalnych wynoszących łącznie ok. 2,8 zł. Tymczasem zgodnie z zakwestionowanym postanowieniem, w razie 30- dniowego opóźnienia (zwłoki) w spłacie ww. raty, Przedsiębiorca mógłby żądać od konsumenta odsetek karnych w kwocie 600 zł. Znaczące różnice występują także przy porównaniu danych z innych umów. Np. odsetki maksymalne, których Przedsiębiorca mógłby domagać się od konsumenta na podstawie umowy z dnia 18 maja 2015r. (k. 62 akt) przy 30- dniowym opóźnieniu (zwłoce) w spłacie raty pożyczki w kwocie 178 zł wynoszą ok. 1,5 zł. Także w tym przypadku kwota odsetek karnych wskazanych w umowie, tj. 20 zł za każdy dzień opóźnienia, rażąco przewyższa wysokość dopuszczalnych odsetek maksymalnych.

Prezes Urzędu wyraża opinię, że ograniczenie wysokości odsetek przewidziane w art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego w brzmieniu obowiązującym do dnia 31 grudnia 2015r. dotyczyło nie tylko odsetek zwykłych, stanowiących wynagrodzenie za korzystanie z kapitału, ale również odsetek za opóźnienie, stanowiących rekompensatę za opóźnienie w spełnieniu świadczenia pieniężnego. Prezes Urzędu podziela stanowisko, że o zastosowaniu art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego w stosunku do odsetek za opóźnienie przesądzały reguły wykładni celowościowej i funkcjonalnej, postulat ograniczenia zbyt wysokich kosztów obciążających dłużników w przypadkach zwłoki z zapłatą zobowiązań oraz tożsamość racji dla ograniczenia wysokości odsetek kapitałowych i odsetek za opóźnienie. Za trafny Prezes Urzędu uznaje w związku z tym pogląd, że użyty w ww. przepisie, w brzmieniu obowiązującym do dnia 31 grudnia 2015r., zwrot „wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej” należało rozumieć jako odsetki ustalone czynnością prawną (por. m.in. R.W. Kaszubski, A. Tupaj- Cholewa. *Regulacje „antylichwiarskie” dla konsumentów i przedsiębiorców- przepisy polskie i wspólnotowe*, PPH z 2006r. nr 4 str. 34; Z. Gawlik. *Komentarz do art. 481 Kodeksu cywilnego*, Lex; D. Rogoń. *Odsetki maksymalne*, Lex; F. Zoll. (w:) *System Prawa Prywatnego. Prawo zobowiązań- część ogólna*, t. 6. *Suplement pod red. A. Olejniczaka*, str. 154, Warszawa 2010 cyt. za A. Rzetecka- Gil. *Komentarz do art. 481 Kodeksu cywilnego*, Lex; P. Machnikowski (w:) *System Prawa Prywatnego. Prawo zobowiązań- część ogólna*, t. 6 *pod red. A. Olejniczaka*, str. 560, Warszawa 2009 cyt. za A. Rzetecka- Gil. *Komentarz do art. 359 Kodeksu cywilnego*, Lex). Skoro odsetki za opóźnienie (zwłokę) nie były wyłączone

z zakresu regulacji art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego, w brzmieniu obowiązującym do dnia 31 grudnia 2015r., przy ich określeniu Przedsiębiorca powinien uwzględnić górną granicę ich wysokości wynikającą z tego przepisu.

Z dniem 1 stycznia 2016r. weszła w życie ustawa z dnia 9 października 2015r. o zmianie ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych, ustawy- Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustawach (Dz.U. z 2015r. poz. 1830), która istotnie zmieniła regulacje Kodeksu cywilnego dotyczące odsetek maksymalnych. Wprowadzone zmiany pozwalają na odróżnienie odsetek maksymalnych wynikających z czynności prawnych (art. 359 § 2¹ Kodeksu cywilnego) od odsetek maksymalnych za opóźnienie (art. 481 § 2¹ Kodeksu cywilnego). Dodany do art. 481 Kodeksu cywilnego § 2¹ przewiduje, że maksymalna wysokość odsetek za opóźnienie nie może w stosunku rocznym przekraczać dwukrotności wysokości odsetek ustawowych za opóźnienie (odsetki maksymalne za opóźnienie). Stosownie do art. 481 § 2 Kodeksu cywilnego w brzmieniu obowiązującym od dnia 1 stycznia 2016r., odsetki ustawowe za opóźnienie są równe sumie stopy referencyjnej NBP i 5,5 punktów procentowych. Oznacza to, że od dnia 1 stycznia 2016r. odsetki maksymalne za opóźnienie nie mogą przekroczyć 14% w stosunku rocznym.

Nie może budzić wątpliwości, że odsetki karne na poziomie 20 zł za każdy dzień opóźnienia w spłacie raty pożyczki znacząco przekraczają wysokość dopuszczalnych aktualnie odsetek maksymalnych za opóźnienie. Np. przy uwzględnieniu danych ze wskazanych powyżej umów i przyjęciu 30- dniowego opóźnienia konsumenta w spłacie raty pożyczki, kwota odsetek za opóźnienie w przypadku pierwszej umowy nie powinna przekraczać 3,94 zł, a w przypadku drugiej: 2,04 zł.

Tym samym Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca mógł naruszyć powołane powyżej przepisy Kodeksu cywilnego dotyczące odsetek maksymalnych. Jednoczesna możliwość naruszenia przez Przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów pozwala na uznanie, że uprawdopodobnione zostało stosowanie przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W odniesieniu do ww. praktyki Przedsiębiorca zobowiązał się do niestosowania w zawieranych z konsumentami umowach postanowień przekraczających wysokość odsetek maksymalnych za opóźnienie. Przedsiębiorca zobowiązał się też aneksować w tym zakresie obowiązujące nadal umowy pożyczki. Przedsiębiorca oświadczył, że pierwsze z wymienionych zobowiązań wykona niezwłocznie po uprawomocnieniu się decyzji Prezesa Urzędu, a drugie- w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się tej decyzji.

6.

Bezprawność ostatniej z zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk związana jest z możliwością naruszenia dobrych obyczajów w zakresie określenia kosztów dochodzenia roszczeń od konsumentów.

Była już mowa, że dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. W związku z tym dokonując oceny, czy działanie przedsiębiorcy jest bezprawne w pierwszej kolejności należy ustalić, czy wykazuje sprzeczność z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym. Pod pojęciem porządku prawnego rozumie się nie tylko nakazy i zakazy wynikające z norm prawnych, lecz również te, które wynikają z zasad współżycia społecznego, czyli norm moralnych i obyczajowych. Praktyki przedsiębiorców mogą bowiem okazać się bezprawne również w sytuacji stwierdzenia naruszenia zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (por. K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008, str. 586- 587 i orzecznictwo tam powołane).

Podobne argumenty przywołał SOKiK w uzasadnieniu wyroku z dnia 18 września 2015r. sygn. akt XVII AmA 110/12 podnosząc, że *bezprawność praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów może przejawiać się zarówno w działaniu sprzecznym z prawem lub zasadami współżycia społecznego (bezprawność sensu stricto, por. art. 58 k.c.), jak i z dobrymi obyczajami (bezprawność sensu largo)*. Innymi słowy, *bezprawność oznacza sprzeczność z porządkiem prawnym, rozumianym jako nakazy i zakazy wynikające zarówno z normy prawnej, jak również z zasad współżycia społecznego, dobrych obyczajów. Bezprawnym zachowaniem będzie więc takie, które stanowi obiektywne złamanie określonych reguł postępowania. W ujęciu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sprzeczność z prawem należy zatem rozumieć szeroko, nie tylko w kategoriach zachowań sankcjonowanych przez prawo, w tym także przepisów wyznaczających granice korzystania ze swobody umów*.

Wprowadzie pojęcie dobrych obyczajów nie zostało zdefiniowane w prawie, niemniej jednak, podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich z reguły, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno- moralnym, na których treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne, stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

Dobre obyczaje pojmowane są jako reguły postępowania zgodne z etyką, moralnością i aprobowanymi społecznie obyczajami. Istotą tego pojęcia jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (por. wyroki SOKiK z dnia: 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII AmA 118/04 i 14 grudnia 2006r. sygn. akt XVII AmC 152/05). Chodzi więc o działania potocznie określane jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania (por. K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002, str. 804; wyrok SOKiK z dnia 4 września 2012r. sygn. akt XVII AmC 5500/11).

Zgodnie z nową tendencją, dobre obyczaje odczytuje się najczęściej w ujęciu ekonomiczno- funkcjonalnym, przywiązującym wagę nie do przestrzegania dobrych obyczajów „w ogóle”, lecz do zachowania przedsiębiorców w działalności gospodarczej, odchodząc od dokonywania oceny z punktu widzenia ogólnych zasad etyczno- moralnych, gdzie istotne kryterium stanowiło poczucie godności ogółu ludzi myślących sprawiedliwie i słusznie. Obecnie dobre obyczaje to normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 15 września 2009r. sygn. akt I ACa 422/09, wyrok Sądu Najwyższego z dnia 26 września 2002r. sygn. akt III CKN 213/01). W wyroku z dnia 19 marca 2013r. sygn. akt XVII AmC 5929/11 SOKiK uznał na przykład, że dobre obyczaje to w szczególności normy postępowania polegające na nienadużywaniu w stosunku do słabszego uczestnika obrotu posiadanej przewagi ekonomicznej. Warto też podkreślić, że oceniając zgodność działania z dobrymi obyczajami należy mieć na względzie przede wszystkim cel, jaki przedsiębiorca zamierza osiągnąć swoim działaniem lub zaniechaniem (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 listopada 2009r. sygn. akt VI ACa 539/09).

Uwzględniając, że dobre obyczaje są pozaprawnymi normami postępowania o charakterze moralnym i zwyczajowym, nie da się określić ich zamkniętego katalogu ani wskazać wyczerpująco ich treści. Ustalenie, czy dane zachowanie przedsiębiorcy może naruszać dobre obyczaje może nastąpić dopiero w konkretnej sprawie, po przeanalizowaniu jej okoliczności faktycznych i dokonaniu oceny konkretnego zachowania z punktu widzenia ukształtowanej, uczciwej postawy przedsiębiorcy wobec konsumenta. Z uwagi na postawiony zarzut, tego rodzaju ustalenia muszą być poczynione w rozpatrywanej sprawie.

W zawieranych z konsumentami umowach pożyczki Przedsiębiorca zamieścił postanowienie, w którym ustalił koszty wysłania wezwań do zapłaty, w przypadku opóźnienia spłaty rat pożyczki przez konsumenta, w wysokości: 100 zł, 150 zł i 200 zł. W ocenie Prezesa Urzędu, na podstawie tego postanowienia konsument może być obciążony opłatami, które są rażąco wygórowane i nie mają żadnego związku z wysokością rzeczywiście poniesionych przez Przedsiębiorcę kosztów, czyli faktycznym wysłaniem do konsumenta pisma wzywającego do spłaty zobowiązania. Już porównanie wartości zastrzeżonych opłat z wysokością opłat za wysłanie przesyłki listowej poleconej ekonomicznej np. według cennika Poczty Polskiej S.A. wskazuje, że koszt wysłania pisma ustalony przez Przedsiębiorcę jest co najmniej kilkadziesiąt razy wyższy. Przy porównaniu opłat za wysłanie przesyłki nierejestrowanej różnica ta jest jeszcze większa. Nie można też pominąć, że na podstawie tego postanowienia Przedsiębiorca może domagać się od konsumenta opłat w łącznej kwocie 450 zł za dokonanie w istocie prostych czynności wysłania trzech listów. Możliwe jest tym samym uznanie, że opłaty te są całkowicie oderwane od rzeczywistych kosztów, które Przedsiębiorca ponosi wysyłając wezwania do konsumenta. Z drugiej strony, niezrozumiałe jest też uzależnienie wysokości ww. opłat od czasu trwania opóźnienia konsumenta w spłacie rat pożyczki, skoro zarówno przy pierwszym, jak i przy ostatnim wezwaniu charakter czynności, które wykonuje Przedsiębiorca nie zmienia się- nadal są to czynności polegające na wysłaniu pisma do konsumenta. Wzrost wysokości opłat o 100% pomiędzy 7 a 21 dniem opóźnienia może być więc uznany za całkowicie nieuzasadniony.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ryczałtowe określenie w zawieranych umowach opłat za wysłanie wezwań do konsumenta powinno być ustalone przez przyzmat konkretnych czynności Przedsiębiorcy i ich faktycznych kosztów tak, by Przedsiębiorca nie rekompensował sobie kosztów i nakładów, których w rzeczywistości nie poniósł. Taką właśnie nieuzasadnioną rekompensatę może zapewnić Przedsiębiorcy zastosowanie zakwestionowanego postanowienia. Na jego podstawie Przedsiębiorca może bowiem otrzymać świadczenie pieniężne o wartości wielokrotnie wyższej niż wartość faktycznych kosztów, które poniósł w związku z wysłaniem wezwań, uzyskując kosztem konsumentów dodatkowe, nienależne świadczenie. Praktyka Przedsiębiorcy może więc prowadzić do nadmiernego i nieuzasadnionego obciążenia finansowego konsumentów opłatami, które nie są niezbędne i celowe.

W opinii Prezesa Urzędu, dobre obyczaje w relacjach Przedsiębiorcy z konsumentami, którzy są słabszą stroną stosunku umownego, nakazują poszanowanie ich interesów ekonomicznych poprzez ustalenie opłat, którymi mogą być obciążeni w przypadku opóźnienia (zwłoki) w spłacie pożyczki, mających bezpośredni związek z wartością świadczenia Przedsiębiorcy, tj. wyznaczonych przez wartość kosztów, które w konkretnym przypadku Przedsiębiorca ponosi. Zastrzeżone opłaty powinny odzwierciedlać zatem jedynie te koszty, które Przedsiębiorca poniósł, informując konsumenta o zadłużeniu w przesłanych wezwaniach.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że poprzez nałożenie na konsumentów obowiązku zapłaty opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, które nie mają związku z ponoszonymi w rzeczywistości przez Przedsiębiorcę kosztami tych czynności, Przedsiębiorca może naruszać dobre obyczaje w kontraktowaniu, nadużywając uprzywilejowanej pozycji względem konsumentów jako słabszej strony stosunku obligacyjnego. Uwzględniając, że działanie to może również godzić w zbiorowy interes konsumentów, Prezes Urzędu uznał za uprawdopodobnione stosowanie przez Przedsiębiorcę zarzuconej mu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W zakresie zarzuconej powyżej praktyki Przedsiębiorca zobowiązał się do stosowania w zawieranych z konsumentami umowach opłat za wezwania do zapłaty, których wysokość jest równa kosztom nadania pisma w placówce Poczty Polskiej S.A., z usług której korzysta. Przedsiębiorca zobowiązał się także do aneksowania w tej części obowiązujących nadal umów pożyczek. Tak, jak w przypadku praktyk wskazanych powyżej w pkt 4 i 5, Przedsiębiorca zobowiązał się do wykonania pierwszego ze zobowiązań niezwłocznie po uprawomocnieniu się decyzji Prezesa Urzędu, a drugiego- w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się tej decyzji.

Powyżej wskazano, że warunkiem niezbędnym do zastosowania art. 28 ww. ustawy jest też **zobowiązanie się przedsiębiorcy**, któremu jest zarzucane naruszenie art. 24, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do jego zakończenia lub usunięcia jego skutków.

Przy omówieniu poszczególnych praktyk wskazano, że Przedsiębiorca zobowiązał się w pierwszej kolejności do zaniechania stosowania zarzuconych mu praktyk, tj. usunięcia zakwestionowanych reklam z Internetu oraz stosowania formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego i wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, jak również nowego wzorca umowy pożyczki.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przedłożony przez Przedsiębiorcę formularz informacyjny, uzupełniony o przykładowe dane z zawartej wcześniej umowy, odpowiada ustawowemu wzorowi formularza określonego w załączniku nr 1 do ustawy o kredycie konsumenckim (tj. zawiera dane określone w art. 13 ww. ustawy). Przygotowany przez Przedsiębiorcę wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy, który zobowiązał się doręczać konsumentom przy zawarciu umów pożyczek, spełnia natomiast wymogi określone w art. 53 ust. 3 tej ustawy. Przedsiębiorca uzupełnił także nowy wzorzec umowy pożyczki, który zobowiązał się stosować w miejsce dotychczas wykorzystywanego, o dane określone w art. 30 ust. 1 pkt 7, 11, 15 i 21 ww. ustawy w zakresie zakwestionowanym w niniejszym postępowaniu. W nowym wzorcu nie ma postanowienia uprawniającego Przedsiębiorcę do obciążenia pożyczkobiorcy odsetkami karnymi w wysokości 20 zł za każdy dzień opóźnienia w spłacie rat pożyczki. Zgodnie z nowym wzorcem, Przedsiębiorca zastrzegł w takim przypadku odsetki karne w wysokości odsetek maksymalnych za opóźnienie. W nowym wzorcu nie ma także postanowienia, na podstawie którego Przedsiębiorca mógłby obciążyć konsumentów rażąco wygórowanymi opłatami za wysłanie wezwań do zapłaty, w wysokości 100 zł, 150 zł i 200 zł. We wzorcu wskazano, że koszt wysłania wezwania jest równy bezpośredniemu kosztowi nadania pisma w placówce Poczty Polskiej S.A., tj. operatora, z usług którego Przedsiębiorca korzysta. Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. wzorce mogą być wprowadzone do obrotu konsumenckiego.

Przedsiębiorca zobowiązał się ponadto do aneksowania obowiązujących umów pożyczek oraz poinformowania konsumentów będących stronami tych umów o stwierdzonych przez Prezesa Urzędu nieprawidłowościach.

W ocenie Prezesa Urzędu, podjęte przez Przedsiębiorcę zobowiązania zmierzają do zakończenia naruszeń art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i usunięcia skutków tych naruszeń w możliwym zakresie. Pozwala to na uznanie, że spełniony został drugi, obok uprawdopodobnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, warunek niezbędny do wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ww. ustawy. W pkt I a sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył zatem na Przedsiębiorcę obowiązek wykonania pierwszego z przyjętych zobowiązań polegającego na usunięciu zakwestionowanych reklam pożyczek z Internetu. W pkt 1 b Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek doręczania konsumentom przed zawarciem umowy pożyczki formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego obejmującego dane, o których mowa w art. 13 ustawy o kredycie konsumenckim, a w pkt I c- doręczania

konsumentom przy zawarciu umowy pożyczki wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Z kolei zgodnie z pkt I d Przedsiębiorca ma obowiązek zawierania z konsumentami umów pożyczek, w których określona zostanie: rzeczywista roczna stopa oprocentowania i całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta ustalona w dniu zawarcia umowy, roczna stopa oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy o kredycie konsumenckim, kwota odsetek należnych w stosunku dziennym oraz organ nadzoru właściwy w sprawach ochrony konsumentów. Obowiązek nałożony w pkt I e sprowadza się do niestosowania w zawieranych z konsumentami umowach pożyczek postanowienia zastrzegającego odsetki karne za zwłokę w spłacie rat pożyczki w wysokości przekraczającej wysokość odsetek maksymalnych za opóźnienie. Obowiązek z pkt I f polega natomiast na określeniu w zawieranych z konsumentami umowach pożyczek opłat za wysłanie wezwań do zapłaty, w przypadku opóźnienia konsumenta w spłacie rat pożyczki, na poziomie nie wyższym niż faktycznie poniesiony przez Przedsiębiorcę koszt ich wysłania u operatora pocztowego, z usług którego Przedsiębiorca korzysta.

W odniesieniu do obowiązku z pkt I g Prezes Urzędu uznał, że podpisanie przez konsumentów aneksów do obowiązujących nadal umów zgodnie z postanowieniami nowego wzorca jest okolicznością niezależną od Przedsiębiorcy. Pomimo podjętych działań Przedsiębiorca nie ma bowiem wpływu na faktyczne aneksowanie tych umów przez swoich kontrahentów. Dlatego nałożony na Przedsiębiorcę obowiązek polega na złożeniu konsumentom propozycji podpisania aneksów do zawartych umów. W ocenie Prezesa Urzędu, wykonanie tego obowiązku umożliwi wyeliminowanie z obrotu prawnego umów niespełniających wymogów formalnych oraz zawierających postanowienia sprzeczne z przepisami Kodeksu cywilnego i dobrymi obyczajami.

Mając na względzie deklaracje Przedsiębiorcy co do natychmiastowej gotowości wykonania obowiązków w zakresie zaniechania stosowania zarzuconych mu praktyk oraz fakt, że nie jest konieczne podjęcie w tym celu żadnych dodatkowych czynności, Prezes Urzędu uznał, że wykonanie przez Przedsiębiorcę obowiązków z pkt od I a do I f będzie możliwe już z dniem uprawomocnienia się niniejszej decyzji. Określając termin wykonania ostatniego zobowiązania Prezes Urzędu uwzględnił, poza deklaracjami Przedsiębiorcy, także liczbę konsumentów, do których Przedsiębiorca przesłał propozycję aneksowania zawartych umów. Zdaniem Prezesa Urzędu, termin 2 miesięcy począwszy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji jest wystarczający, aby Przedsiębiorca bez przeszkód mógł wykonać ten obowiązek.

W konsekwencji Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek przedstawienia informacji o stopniu realizacji przyjętych zobowiązań, w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji. Obowiązek ten polega w szczególności na przedłożeniu:

1. wydruków ze strony internetowej Przedsiębiorcy www.lewinvest.pl i jego profilu na www.facebook.com potwierdzających usunięcie zakwestionowanych reklam
2. kopii 5 umów pożyczek zawartych z konsumentami po dniu uprawomocnienia się niniejszej decyzji, w których uwzględniono proponowane zmiany wraz z przekazanymi konsumentom formularzami informacyjnymi dotyczącymi kredytu konsumenckiego i wzorami oświadczeń o odstąpieniu od umowy oraz

3. kopii dowodów przesłania propozycji aneksów do 5 konsumentów, będących stronami obowiązujących umów pożyczek.

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

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

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