



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA w ŁODZI**

ul. Piotrkowska 120
90-006 Łódź
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12
e-mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO- 61-3(12)/15/AB

Łódź, dnia 11 grudnia 2015 r.

DECYZJA Nr RŁO 10/2015

Na podstawie art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania przez Bank Spółdzielczy w Łukowie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184) uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów niewskazywanie w reklamie zamieszczonej w ulotkach reklamowych „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH”, „Kredyt świąteczny” – zawierającej dane dotyczące kosztu kredytu, informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 1497 ze zm.), a tym samym stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184)

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania w dniu 22 grudnia 2014 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184) uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów niewskazywanie w reklamie „Szybka Pożyczka” zamieszczonej na stronie internetowej Banku Spółdzielczego w Łukowie – zawierającej dane dotyczące kosztu kredytu, informacji o :całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy, całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 2 oraz art. 7 ust. 2 pkt 1 i 2 w związku z art. 8 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 1497 ze zm.), a tym samym stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184)

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania w dniu 31 stycznia 2015 r.

- III.** Na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184) nakłada się na Bank Spółdzielczy w Łukowie **obowiązek publikacji pkt I i II sentencji niniejszej decyzji wraz z jej numerem oraz datą jej wydania** na głównej stronie internetowej Banku Spółdzielczego www.bslukow.pl w ciągu **14 (czternastu) dni** od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji oraz utrzymywanie jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca.
- IV.** Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **postanawia się obciążyć** Bank Spółdzielczy w Łukowie, **kosztami niniejszego postępowania** w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie **18,30 zł** (słownie: osiemnaście złotych 30/100) oraz zobowiązać Bank Spółdzielczy w Łukowie do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Uzasadnienie

W toku postępowania wyjaśniającego (syg. akt RŁO-405-43/14/AB) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – ustalił, że Bank Spółdzielczy w Łukowie – zwany dalej: „Bankiem” w okresie od dnia 1 listopada do 15 grudnia 2014 r. reklamował w formie ulotek następujące kredyty konsumenckie: „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH” oraz „Kredyt świąteczny”, zaś za pośrednictwem strony internetowej www.bslukow.pl reklamował kredyt „Szybka Pożyczka”. Prezes Urzędu ustalił, że Bank w ulotkach reklamowych „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH”, „Kredyt świąteczny” nie zamieszczał informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta. W reklamie kredytu „Szybka Pożyczka” zamieszczonej na stronie internetowej www.bslukow.pl, Bank nie zamieszczał informacji o: całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy, całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta.

Wobec powyższego w dniu 27 kwietnia 2015 r. Prezes Urzędu wszczął z urzędu, Postanowieniem Nr 1/61-3/15 (dowód: karty Nr 1-2), postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. niewskazywaniu w reklamie zamieszczonej w ulotkach reklamowych „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH”, „Kredyt świąteczny” – zawierającej dane dotyczące kosztu kredytu, informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r., poz. 1497 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o kredycie konsumenckim”, a tym samym może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 184) – zwanej dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”;

2. niewskazywaniu w reklamie „Szybka Pożyczka” zamieszczonej na stronie internetowej Banku Spółdzielczego w Łukowie – zawierającej dane dotyczące kosztu kredytu, informacji o : całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy, całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 2 oraz art. 7 ust. 2 pkt 1 i 2 w związku z art. 8 ust. 1 i 2 ustawy o kredycie konsumenckim, a tym samym może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

o czym zawiadomił Bank (dowód: karta Nr 3).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Bank w piśmie z dnia 18 maja 2015 r. (dowód: karta Nr 12) oświadczył, że zaniechał stosowania zarzucanych mu praktyk. W odniesieniu do zarzutu postawionego w pkt 1, Bank wskazał, że od dnia 22 grudnia 2014 r. zamieścił informacje o całkowitej kwocie do zapłaty w ulotkach reklamowych „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH”, zaś z uwagi na okazjonalność „Kredyt świąteczny” dnia 31 stycznia 2015 r. został wycofany z oferty, a w reklamie kredytu „Szybka Pożyczka” zamieszczonej na stronie internetowej wskazano informacje o całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy i całkowitej kwocie do zapłaty (dowód: karta Nr 12 verte).

W piśmie tym, Bank złożył wniosek o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zobowiązując się do niestosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i do należytego wywiązywania się ze spoczywających na nim obowiązków informacyjnych (przedkontraktowych i kontraktowych) wynikających z ustawy o kredycie konsumenckim (dowód: karta Nr 12).

Pismem z dnia 29 lipca 2015 r. Prezes Urzędu zawiadomił Bank o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w przedmiotowym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z materiałem dowodowym zgromadzonym w aktach sprawy (dowód: karta Nr 18).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Bank Spółdzielczy w Łukowie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000061656. Przedmiotem jego działalności jest pośrednictwo pieniężne (dowód: dane ze strony internetowej <bip.ms.gov/pl/rejestry-i-ewidencje/okrajowy-rejestr-sadowy/>). Bank prowadzi działalność wyłącznie na terenie miasta i gminy Łuków (dwie filie), gminy Stanin (oddział), miasta i gminy Stoczek Łukowski (filia) (dowód: karty Nr 5-8 oraz dane ze strony internetowej <<http://www.bslukow.pl/nasze-placowki/placowki>>).

Bank reklamował następujące kredyty konsumenckie: „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH”, „Kredyt świąteczny” oraz „Szybka Pożyczka” (dowód: karta Nr 5). Każda z tych reklam zawierała dane dotyczące kosztu kredytu (dowód: karty Nr 6-8 i 11). Umowy dotyczące wyżej wymienionych kredytów konsumenckich były zawierane bezpośrednio w centrali, oddziale i filiach Banku.

Art. 7 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim wskazuje, że kredytodawca lub pośrednik kredytowy 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.

Zgodnie z ust. 2 kredytodawca lub pośrednik kredytowy, 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.

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim, informacje, o których mowa w art. 7 ust. 1-3, kredytodawca lub pośrednik kredytowy podaje na podstawie reprezentatywnego przykładu. W ust. 2 ustawodawca wskazał, że 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.

Bank reklamował „kredyt świąteczny” na swojej stronie internetowej, w formie plakatów (tajemnica przedsiębiorstwa) i ulotek (tajemnica przedsiębiorstwa) (dowód: karta Nr 5). W reklamie tej Bank nie zamieszczał informacji o całkowitej kwocie do zapłaty (dowód: karta Nr 6). Bank zawarł (tajemnica przedsiębiorstwa) umów o kredyt świąteczny (dowód: karta Nr 16 verte). W dniu 22 grudnia 2014 r. Bank wycofał i zniszczył ulotki oraz plakaty z reklamą kredytu świątecznego (dowód: karta Nr 16 verte).

Kredyt na zakup pojazdu był reklamowany od dnia 20 listopada 2014 r. w formie plakatów, ulotek (tajemnica przedsiębiorstwa), na monitorach wewnętrznej telewizji dostępnych tylko w Centrali Banku, na stronie internetowej Banku (dowód: karta Nr 5 verte). W reklamie tej Bank nie zamieszczał informacji o całkowitej kwocie do zapłaty (dowód: karta Nr 8). Bank zawarł (tajemnica przedsiębiorstwa) umowy o kredyt na zakup pojazdu (dowód: karta Nr 16 verte). W dniu 22 grudnia 2014 r. Bank wycofał i zniszczył ulotki oraz plakaty z reklamą kredytu na zakup pojazdu, a treść reklamy prezentowanej w formie elektronicznej uzupełnił o informacje o całkowitej kwocie do zapłaty (dowód: karta Nr 16 verte).

Kredyt EKO-DACH był reklamowany od dnia 20 listopada 2014 r. w formie plakatów, ulotek (tajemnica przedsiębiorstwa), na monitorach wewnętrznej telewizji dostępnych tylko w Centrali Banku, na stronie internetowej Banku, w bankomatach (dowód: karta Nr 5 verte). W reklamie tego kredytu Bank nie zamieszczał informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta (dowód: karta Nr 7). Bank zawarł (tajemnica przedsiębiorstwa) o ten kredyt (dowód: karta Nr 16 verte). W dniu 22 grudnia 2014 r. Bank wycofał i zniszczył ulotki oraz plakaty z reklamą kredytu EKO-DACH, a treść reklamy prezentowanej w formie elektronicznej uzupełnił o informacje o całkowitej kwocie do zapłaty (dowód: karta Nr 16 verte).

Na swojej stronie internetowej oraz na monitorach wewnętrznej telewizji dostępnych tylko w Centrali, Bank zamieszczał reklamę „Szybka Pożyczka” (dowód: karty Nr 5 verte i 16 verte), która nie zawierała informacji o całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta (dowód: karta Nr 11). Od dnia 31 stycznia 2015 r. Bank uzupełnił treść reklamy o informacje o całkowitej kwocie kredytu, czasie

obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta (dowód: karta Nr 14 verte).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest zatem, aby działania przedsiębiorców – którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś interesu jednostki lub grupy. Ustawa, w odniesieniu do przedsiębiorców chroni wobec tego konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów zamieszkałych na terenie objętym działalnością Banku – wszystkich potencjalnych i rzeczywistych kredytobiorców. W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I i II sentencji decyzji

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na niewskazywaniu w reklamie zamieszczonej w ulotkach reklamowych „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH”, „Kredyt świąteczny”, informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 2 pkt 2 ustawy o kredycie konsumenckim oraz niewskazywaniu w reklamie „Szybka Pożyczka” zamieszczonej na stronie internetowej Banku Spółdzielczego w Łukowie, informacji o całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy, całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, co może być uznane za niezgodne z art. 7 ust. 1 pkt 2 oraz art. 7 ust. 2 pkt 1 i 2 w związku z art. 8 ust. 1 i 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 tej ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 101, ze zm.)
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Dla stwierdzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest każdorazowo wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- 2) działanie to jest bezprawne,
- 3) działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r. poz. 584 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Bank jest osobą prawną – spółdzielnią i jest wpisany do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Prowadzi działalność gospodarczą w zakresie pośrednictwa pieniężnego. Posiada zatem status przedsiębiorcy w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jako osoba prawna prowadząca w sposób zorganizowany i ciągły w celach zarobkowych działalność usługową.

W związku z powyższym **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka** niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Bank praktyk wskazanych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona.**

Ad 2)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Porządek prawny, którego naruszenie może skutkować naruszeniem artykułu 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Tym samym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem (por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23

czerwca 2006 r. - sygn. akt XVII AmA 32/05). W art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawodawca wskazał natomiast przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów. Katalog ten nie jest wyczerpujący. Zatem oprócz praktyk wskazanych bezpośrednio przez ustawodawcę w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta.

Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, tzw. obowiązku informacyjnego.

Prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji jest jednym z fundamentalnych praw każdego konsumenta, a brak takiej informacji uniemożliwia mu swobodę oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty, ograniczając tym samym wolność jego decyzji rynkowych (por. Konrad Kohutek, Małgorzata Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2008, s. 616). Ochrona możliwości dokonania przez konsumenta swobodnego i świadomego wyboru, zgodnie z jego potrzebami, jest jednym z podstawowych celów prawa konsumenckiego. Stąd też bardzo liczne przepisy prawa sankcjonują obowiązek udzielania konsumentowi właściwej – tj. rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Udzielana konsumentowi informacja powinna spełniać wszystkie te cechy. Powyższe oznacza, że wykonanie obowiązku informacyjnego wymaga po pierwsze, udostępnienia przez przedsiębiorcę obligacyjnych informacji, a po drugie w prawidłowy sposób, to jest taki aby konsument mógł rzeczywiście się z nimi zapoznać. Zatem praktyki naruszenia obowiązku informacyjnego mogą polegać na:

- nieudzieleniu informacji, których udzielenie przez przedsiębiorcę jest wymagane przez prawo,
- udzieleniu informacji nieprawdziwych;
- udzieleniu informacji w sposób niepełny lub nierzetelny.

Podstawy ciążącego na przedsiębiorcach obowiązku informacyjnego znajdują się w przepisach różnych aktów prawnych. Akty te określają jakie informacje, na jakim etapie, w jakiej formie i w jakich okolicznościach powinien otrzymać konsument. W rozważanym przypadku na Bank obowiązki informacyjne nakładają przepisy ustawy o kredycie konsumenckim. Ustawodawca wskazał w art. 7 ust. 1 pkt 1-3, że kredytodawca lub pośrednik kredytowy 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.

Zgodnie z ust. 2 kredytodawca lub pośrednik kredytowy, 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.

Ustawa o kredycie konsumenckim nakłada na kredytodawcę oraz pośrednika kredytowego liczne obowiązki o charakterze informacyjnym, które musi wypełnić już na etapie przedkontraktowym. Przepisy regulujące te obowiązki tworzą normatywny system tzw. asysty przedkontraktowej. System ten ma umożliwić konsumentowi podjęcie świadomej i racjonalnej decyzji w sprawie zaciągnięcia kredytu oraz wyboru adekwatnej do jego potrzeb oferty kredytowej (Tomasz Czech, *Kredyt konsumencki. Komentarz*, LexisNexis, Warszawa 2012, s. 173).

Art. 7 ustawy o kredycie konsumenckim określa obowiązek zamieszczenia określonych w nim informacji w reklamach dotyczących kredytu. Zaś art. 8 tej ustawy wskazuje na obowiązek stosowania reprezentatywnego przykładu przy podawaniu informacji wymaganych art. 7 ustawy o kredycie konsumenckim.

Obowiązki informacyjne określone w art. 7 ust. 1-3 ustawy o kredycie konsumenckim dotyczą tylko reklam zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego.

Bank reklamował kredyt świąteczny na swojej stronie internetowej, w formie plakatów i ulotek. W reklamie tej Bank podawał między innymi informacje o oprocentowaniu, o prowizji, co oznacza, że reklama zawierała dane dotyczące kosztu kredytu, a tym samym powinna zawierać informacje o których mowa w art. 7 ust. 1 i 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

Bank reklamował również kredyt na zakup pojazdu w formie plakatów, ulotek, na monitorach wewnętrznej telewizji, na stronie internetowej. Również w tej reklamie Bank podawał między innymi informacje o oprocentowaniu, o prowizji, co oznacza, że reklama zawierała dane dotyczące kosztu kredytu, a tym samym powinna zawierać informacje o których mowa w art. 7 ust. 1 i 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

Ponadto, Bank reklamował kredyt EKO-DACH w formie plakatów, ulotek, na monitorach wewnętrznej telewizji, na stronie internetowej Banku, w bankomatach. W reklamie Bank podawał między innymi informację o prowizji, co również w tym przypadku oznacza, że reklama zawierała dane dotyczące kosztu kredytu, a tym samym powinna zawierać informacje o których mowa w art. 7 ust. 1 i 2 ustawy o kredycie konsumenckim.

Każda z powyżej wymienionych reklam: „Kredyt świąteczny”, „Kredyt na zakup pojazdu”, „Kredyt EKO-DACH” wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 7 ust. 2 pkt 2 ustawy o kredycie konsumenckim nie zawierała informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta. Informacji tej również nie zawierała zamieszczona na stronie internetowej Banku oraz na monitorach wewnętrznej telewizji reklama „Szybka Pożyczka”.

Całkowita kwota do zapłaty jest najbardziej jednoznacznym parametrem wskazującym konsumentowi, ile środków będzie musiał przeznaczyć na spłatę wszystkich zobowiązań związanych z uzyskanym kredytem. Podanie całkowitej kwoty do zapłaty pozwala konsumentowi przede wszystkim na ocenę, czy stać go na zaciągnięcie określonego kredytu i czy będzie w stanie w terminie go spłacić, a więc pozwala na ocenę, czy jest to oferta adekwatna do jego potrzeb i możliwości. Ponadto, zawarta w reklamie informacja o całkowitej

kwocie do zapłaty pozwala konsumentowi na porównanie i wybór najkorzystniejszego dla siebie kredytu. W związku z tym brak informacji o całkowitej kwocie do zapłaty uniemożliwia konsumentowi podjęcie świadomej i racjonalnej decyzji dotyczącej wyboru najlepszej dla niego oferty.

Poza brakiem informacji o całkowitej kwocie do zapłaty reklama „Szybka Pożyczka” nie zawierała również informacji o całkowitej kwocie kredytu oraz o czasie obowiązywania umowy.

Całkowita kwota kredytu to suma wszystkich środków pieniężnych, które kredytodawca udostępnia konsumentowi na podstawie umowy o kredyt, czyli kwota, z której konsument będzie mógł korzystać na warunkach określonych w zawartej z kredytodawcą umowie. Informacja ta umożliwi konsumentowi właściwe zaplanowanie wydatków finansowanych z udziałem środków kredytowych.

Istotą kredytu jest oddanie konsumentowi do dyspozycji środków pieniężnych na określony z góry czas. Informacja o ramach czasowych kredytu powinna być udzielona już w reklamie, co pozwoli konsumentowi na porównanie i wybór najkorzystniejszej dla siebie oferty.

Ustawodawca nakłada obowiązek przekazania wszystkich wskazanych powyżej informacji, których Bank nie zamieszczał w stosowanych przez siebie materiałach reklamowych, już na etapie podejmowania przez konsumenta decyzji co do zawarcia umowy w ogóle. Z punktu widzenia konsumenta informacje, których nie zawierał Bank, są dla konsumenta najbardziej istotne, decydujące o zaciągnięciu określonego kredytu konsumenckiego, albo o rezygnacji z takiego zamiaru. Na podstawie treści reklam konsument może porównać oferty różnych podmiotów oferujących kredyty i dokonać świadomego, racjonalnego wyboru najkorzystniejszej ekonomicznie i najbardziej odpowiadającej jego potrzebom i możliwościom oferty.

Tym samym **Prezes Urzędu uznał, że zostało udowodnione**, iż zaniechanie przez Bank udzielania w stosowanych reklamach informacji o całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, o całkowitej kwocie kredytu i o czasie obowiązywania umowy jest działaniem bezprawnym.

Ad 3)

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 tej ustawy stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów wówczas, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Dla wykazania naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. 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. Takie stanowisko trwale podtrzymuje w swoim orzecznictwie Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (por.

wyroki Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001 r. sygn. akt XVII AmA 108/00, z dnia 23 lutego 2002 r. sygn. akt XVII AmA 133/2001).

Oferta kredytowa Banku ma charakter ogólnodostępny, kierowana jest bowiem do wszystkich potencjalnych klientów zamieszkałych na terenie objętym jego działalnością. Zatem należy uznać, że działania Banku skierowane są do z góry nieograniczonej i nieokreślonej liczby konsumentów, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się z dostępnymi reklamami.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny, czyli uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem mieści się zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o charakterze majątkowym), jak i prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem (por. decyzja Prezesa Urzędu nr RWR 44/2014 z dnia 30 grudnia 2014 r.). Ponadto, zgodnie z orzecznictwem interes konsumenta należy rozumieć szeroko, jako każdy inny niż ekonomiczny, chociażby niewymierny. Zaliczyć tu można również dyskomfort konsumenta, spowodowany takimi okolicznościami jak strata czasu, naruszenie prywatności, niedogodności organizacyjne, wprowadzanie w błąd (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 kwietnia 2014 r. sygn. akt VI ACa 1828/13).

W przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia głównie pozaekonomicznych interesów konsumentów, w ten sposób, że Bank nie podając wymaganych przez przepisy prawa informacji uniemożliwił konsumentom podjęcie świadomej i racjonalnej decyzji w sprawie zaciągnięcia kredytu oraz wyboru oferty adekwatnej do jego potrzeb i możliwości.

Wobec powyższego **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka niezbędna do stwierdzenia stosowania przez Przedsiębiorców praktyk wskazanych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26 tej ustawy, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej ustawy. W powyższym przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów spoczywa na przedsiębiorcy.

W toku postępowania Bank oświadczył, że w dniu 22 grudnia 2014 r. wycofał i zniszczył wszystkie ulotki i plakaty reklamy kredytu świątecznego, kredytu na zakup pojazdu oraz kredytu EKO-DACH. Reklamy kredytu na zakup pojazdu oraz kredytu EKO-DACH prezentowane w formie elektronicznej zostały uzupełnione o informacje o całkowitej kwocie do zapłaty. Zaś reklama „Szybka Pożyczka” w dniu 31 stycznia 2015 r. została uzupełniona o informacje o całkowitej kwocie kredytu, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta.

W toku niniejszego postępowania Bank wniósł o wydanie w przedmiotowej sprawie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zaistniały zatem przesłanki, aby poddać ocenie zasadność rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o art. 28 ww. ustawy, który stanowi, że jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu 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 naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Należy podkreślić, że podejmując decyzję o uwzględnieniu bądź nieuwzględnieniu wniosku przedsiębiorcy o wydanie decyzji zobowiązującej go do wykonania określonych działań, Prezes Urzędu bierze pod uwagę całokształt okoliczności rozstrzyganej sprawy, w tym materiał dowodowy zebrany w aktach postępowania, rodzaj naruszeń, jak również skutki uwzględnienia przedmiotowego wniosku.

W okolicznościach niniejszej sprawy zarzucana Bankowi praktyka polegała na niewskazywaniu w reklamach informacji wymaganych przepisami ustawy o kredycie konsumenckim. Bank zaniechał stosowania tej praktyki jeszcze przed wszczęciem niniejszego postępowania. Natomiast złożone zobowiązanie dotyczyło niestosowania zarzucanych mu praktyk i należytego wywiązywania się ze spoczywających na Banku obowiązków informacyjnych wynikających z ustawy o kredycie konsumenckim. Zobowiązanie to faktycznie nie dotyczyło zarzucanej praktyki, ale stanowiło obietnicę przestrzegania przepisów prawa, do których i tak Bank jest zobowiązany. Złożone zobowiązanie nie zmierzało do usunięcia skutków powstałych w wyniku stosowania zarzucanej praktyki, a stanowiło tylko chęć uregulowania zachowania Banku „na przyszłość”, w żadnym zakresie nie miało jednak wpływu na skutki, które już wystąpiły.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I i II sentencji decyzji.

Ad III sentencji decyzji

Prezes Urzędu nałożył na Bank obowiązek publikacji pkt I i II sentencji niniejszej decyzji wraz z jej numerem oraz datą jej wydania na głównej stronie internetowej Banku Spółdzielczego www.bslukow.pl w ciągu 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji oraz utrzymywanie jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca.

Wobec decyzji wydawanych na podstawie art. 27 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów odpowiednie zastosowanie ma przepis art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca zaniechanie jej stosowania może zatem w związku z powyższym odesłaniem zawierać elementy dodatkowe w postaci: zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie oraz zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu drugiego z wyżej wymienionych dodatkowych środków.

Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów upoważnia Prezesa Urzędu do nakazania publikacji decyzji w całości lub części na koszt przedsiębiorcy niezależnie od stwierdzenia potrzeby usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Rozpowszechnienie decyzji pełni funkcję wychowawczą wobec konsumentów oraz funkcję prewencyjną wobec innych przedsiębiorców. Zatem, obowiązek publikacyjny, ze względu na te funkcje ma charakter samodzielny (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 9 kwietnia 2015 r., III SK 47/14 oraz wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 kwietnia 2015 r., III SK 61/14).

Mając na uwadze dobro w postaci zbiorowego interesu konsumentów podlegające ochronie prawnej, Prezes Urzędu uznał za zasadne nakazanie podania do wiadomości szerokiego kręgu odbiorców zamierzających skorzystać z oferty Banku informacji o praktykach stosowanych przez Bank, które to praktyki zostały uznane za bezprawne. Spełni to niewątpliwie funkcję edukacyjną wobec konsumentów, stanowiąc kolejny element edukacji konsumenckiej zmierzającej do kształtowania modelu polskiego konsumenta na wzór europejski, to jest konsumenta uważnego, ostrożnego i dobrze poinformowanego. Tym samym także w odniesieniu do konsumentów zrealizowana zostanie funkcja prewencyjna, gdyż informując o bezprawnych praktykach oraz przestrzegając przed nimi, Prezes Urzędu zakłada, że świadomość konsumencka wzrośnie. Konsumenty uważniej będą analizować kierowane do nich przez przedsiębiorców informacje w przyszłości.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji decyzji.

Ad IV sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ustawy o ochronie konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, o której mowa w art. 6a, są zobowiązani ponieść koszty postępowania. W niniejszym stanie faktycznym obowiązek poniesienia kosztów postępowania dotyczy tylko przedsiębiorcy. Przedmiotowe postępowanie wykazało, że Bank dopuścił się stosowania praktyk, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z art. 263 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) – zwanej dalej: „k.p.a.” - w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Kosztami niniejszego postępowania są koszty związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu w związku z niniejszą sprawą, których wysokość wyniosła 18,30 zł (osiemnaście złotych 30/100).

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w pkt IV sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów koszty niniejszego postępowania Przedsiębiorcy zobowiązani są wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231 000000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.) – zwanej dalej: „k.p.c.” - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – sądu ochrony konkurencji i konsumentów w terminie miesiąca od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

Jednak w przypadku kwestionowania wyłącznie postanowień o kosztach zawartych w pkt IV sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 264 § 2 k.p.a., w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479³² § 1 i 2 k.p.c., przysługuje zażalenie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Zastępca Dyrektora Delegatury*

Andrzej Kędzia

Otrzymuje:
Bank Spółdzielczy w Łukowie