



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dn. 15 października 2014r.

RKT-61-42/13/SB

DECYZJA Nr RKT-29/2014

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Open Finance SA z siedzibą w Warszawie,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** bezprawne działanie Open Finance SA w Warszawie polegające na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym w sposób wprowadzający konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów, poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a w związku z tym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 28 października 2013 r.**

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 2 i 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **określa się** Open Finance SA z siedzibą w Warszawie **środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci publikacji punktu I sentencji niniejszej decyzji** na oficjalnej stronie internetowej Spółki w ten sposób, że odnośnik do treści pkt I sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej Spółki oraz utrzymywanie ww. publikacji na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) roku.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Open Finance SA z siedzibą w Warszawie karę pieniężną płatną do budżetu państwa, z

tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji w wysokości **1 673 546 złotych (słownie: jednego miliona sześciuset siedemdziesięciu trzech tysięcy pięciuset czterdziestu sześciu złotych)**.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 oraz art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2013r. poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Open Finance SA z siedzibą w Warszawie, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego Przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **30 złotych** (słownie: trzydziestu złotych), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej Prezesem Urzędu, z urzędu przeprowadzone zostało postępowanie wyjaśniające (znak RKT-403-34/12/SB) w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działalnością Open Finance SA z siedzibą w Warszawie (zwanej dalej także Spółką lub przedsiębiorcą) występuje naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) – zwanej dalej również uokik.

Prezes Urzędu otrzymał wiele skarg konsumentów, w których skarżyli się oni na sposób przekazywania informacji przez pracowników Spółki przy zawieraniu umów przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi (dowód: karty nr 7122-8478). W związku z ustaleniami poczynionymi w trakcie postępowania wyjaśniającego, a także w związku z informacjami zawartymi w skargach konsumentów w dniu 19 grudnia 2013 r. postanowieniem nr 1 (dowód: karty nr 2, 3) z urzędu zostało wszczęte postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem stosowania przez Open Finance SA w Warszawie działań polegających na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowego produktu, poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej także uopnpr, co mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 uokik.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu niniejszego postępowania administracyjnego Spółka nie odniosła się do postawionego zarzutu (dowód: karty nr 6510-6511). Przedsiębiorca przekazał jedynie żądane przez Prezesa Urzędu informacje oraz dokumenty.

Pismem z dnia 9 września 2014r. (dowód: karta nr 8479) przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o prawie do zapoznania się z materiałem zgromadzonym w sprawie, z którego nie skorzystał.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Strona postępowania

Open Finance SA z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego (dowód: karty nr 6-9).

Charakterystyka produktów, których dotyczyło postępowanie

Spółka oferowała swoim klientom możliwość przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi – zwanych dalej także grupowymi ubezpieczeniami na życie i dożycie z UFK. W przypadku ww. ubezpieczeń przedsiębiorca pełni rolę ubezpieczającego, natomiast ubezpieczycielami są towarzystwa ubezpieczeń.

Powołany powyżej ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy stanowi wydzieloną rachunkowo oraz odrębnie inwestowaną część aktywów towarzystwa ubezpieczeń tworzoną z alokowanych składek wnoszonych przez konsumentów. Przedmiotowy fundusz jest zarządzany według zasad określonych w regulaminach funduszy. Wartość rachunku udziałów konsumenta wynika z wartości udziałów jednostkowych, zaewidencjonowanych na rachunku udziałów. Jej wartość zależy od liczby udziałów jednostkowych danego funduszu oraz wartości udziałów jednostkowych.

Na podstawie przedstawionych przez Spółkę dokumentów¹, w szczególności *Oświadczeń*, *Kart informacyjnych*, określone zostały główne ryzyka, jakie wiążą się z powierzeniem przez konsumentów środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi:

- ryzyko utraty części środków zgromadzonych w ramach ubezpieczenia, w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem Okresu Ubezpieczenia;
- ryzyko rynkowe przez które rozumie się ryzyko utraty części wpłaconej składki², gdyż w okresie ubezpieczenia wartość udziału jednostkowego³ może ulegać znacznym wahaniom ze względu na wycenę instrumentów finansowych⁴ wchodzących w skład aktywów Funduszu⁵;
- ryzyko kredytowe, które obejmuje ryzyko niewypłacalności emitentów instrumentów finansowych, w których lokowane są aktywa Funduszu, ryzyko kontrahentów, od których Towarzystwo Ubezpieczeń nabywa instrumenty finansowe wchodzące w skład aktywów Funduszu, oraz ryzyko depozytariuszy lub banków;

¹ dokumenty, z którymi konsumenci byli zapoznawani przy przystępowaniu do ubezpieczenia oraz zawierające informacje związane z cechami produktów,

² Składka – składka jednorazowa– wpłacana jednorazowo składka z tytułu Ubezpieczenia, co najmniej w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższa niż minimalna wysokość Składki Jednorazowej określonej w Tabeli Opłat i Limitów; składka bieżąca stanowiąca (...) % zadeklarowanej Składki Zainwestowanej, wpłacana miesięcznie przez pierwszych (...) lat polisowych w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższej niż minimalna wysokość Składki Bieżącej określonej w Tabeli Opłat i Limitów, i pierwsza – składka jednorazowa stanowiąca (...) % zadeklarowanej Składki Zainwestowanej, wpłacana w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższa niż minimalna wysokość Składki Pierwszej określonej w tabeli Opłat i limitów,

³ Wartość udziału jednostkowego - wartość danego Funduszu podzielona przez liczbę Udziałów jednostkowych zgromadzonych w Funduszu ustalona w Dniu wyceny zgodnie z zapisami Regulaminu,

⁴ instrumenty finansowe są określane w Regulaminach konkretnych Funduszy,

⁵ Fundusz – ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy stanowiący wydzieloną rachunkowo oraz odrębnie inwestowaną część aktywów Towarzystwa Ubezpieczeń tworzoną z alokowanych Składek, zarządzany według strategii inwestycyjnej opisanej w Regulaminie,

- ryzyko ograniczonej płynności, które jest związane z dokonywaniem wypłat Wartości wykupu⁶ bez możliwości wypłat częściowych w trakcie trwania Okresu ubezpieczenia.

Open Finance SA przedstawił wykaz produktów, pod którymi oferowane były ubezpieczenia grupowe na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi: Enterprise, Enterprise II, Fundusze za pół ceny, Leading Markets, Libra III Bonus, Libra III, Libra II, Libra, Masters 8%, Masters, Multistrategia 7%, Multistrategia, Nature Premium, Nowa Szczęśliwa Piątka, Nowy Strzał w Dziesiątkę, Pareto, Pareto II, Pareto Millenium, Pareto Millenium II, Plan Oszczędnościowy Bezpieczne Oszczędzanie, Strzał w Dziesiątkę, Fundusz z lokatą gwarantowana, Open Finance Wealth Management, Open Finance Wealth Management Emerging Markets, Plan Oszczędnościowy Stabilne Oszczędzanie, Inwestycja Kapitał na Przyszłość, Dziesięciokrotka, Światowe Rynki, Liga Światowa, Kwartalny Profit, Kwartalny Profit Plus, Stabilny Zysk, Stabilny Zysk Plus, Światowe Bogactwa, Bezpieczny Zysk, Nordea My Future, Twoja Perspektywa, Better Future, LUCRO, Plan Oszczędnościowy Bezpieczna Przyszłość, Firma i Emerytura Plus, Quatro, Gold Tracker, Indywidualny Program Emerytalny, Global Market II, Kurs na Zysk, Kurs na Zysk II, Kurs na 8% Zysk, Voyager, Twój Zysk, Twój Euro Zysk, Ósemka II (dowód: karty nr 13-18, 823, 18-25, 7977, 7978).

Z przedstawionych przez Spółkę informacji wynika, że produkty dotyczące ubezpieczeń grupowych na życie i dożycie z UFK były oferowane przez pracowników Spółki od 2008r. (dowód: karty nr 13-18, 6510).

Spółka przedstawiła informacje, że zaprzestała oferowania konsumentom grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z UFK (dowód: karty nr 6510, 6644). Spółka oświadczyła, że ostatnie przystąpienie klienta do ww. ubezpieczenia miało miejsce 27 października 2013r. (dowód: karty nr 6644, 6856). Przedmiotowa deklaracja została potwierdzona przez dostarczenie kompletu dokumentów dotyczącego tego ubezpieczenia (dowód: karty nr 6648-6660).

Opis skarg konsumentów

Prezes Urzędu zgromadził liczne skargi konsumentów na działalność Open Finance SA w zakresie dotyczącym oferowania możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Skargi te były składane bezpośrednio w Urzędzie lub zostały przekazane przez Spółkę (dowód: karty nr 6512-6640, 6858-7118, 7122-8478).

Konsumenci w skargach zamieszczali następujące informacje:

- „(...) zaznaczając, że chcę skorzystać z lokat terminowych, bez inwestycji, z możliwością wyjścia bez utraty kapitału”, „(...) ponadto każde wyjście wcześniej obarczone jest ogromnymi opłatami o czym nie miałem pojęcia” (dowód: karta nr 6859),
- „Pracownik (...) zataiła przede mną informację o wysokiej opłacie likwidacyjnej/opłacie administracyjnej/kosztach prowadzenia rachunku, które znacznie przekraczają tzw. przeciętny poziom konsumencki i są tym samym wystarczającym powodem do unieważnienia powyższej umowy”, „Zataiła przede mną informację, w jaki sposób inwestowane są wpłacane przeze mnie pieniądze (o inwestowaniu w akcje, obligacje, surowce nie wspomniała – dowiedziałam się o tym z mediów oraz od innych osób poszkodowanych)”, „Pani (...) oszukiwała mnie z premedytacją informując, iż po 10 latach mogę rozwiązać umowę bez żadnych konsekwencji, zyskując gwarantowaną

⁶ Wartość wykupu – kwota wypłacona przez Towarzystwo Ubezpieczeń na zasadach przewidzianych w § 18,

- sumę prawie 100 000 zł, a w rzeczywistości jeszcze w piętnastym roku trwania umowy wysokość opłaty likwidacyjnej wynosi 5%” (dowód: karta nr 6868),
- „Pani (...) zapewniała mnie, iż produkt ten – grupowe ubezpieczenie na życie jest bezpieczną i korzystną lokatą oraz, że ona też ją posiada i nawet założyła ją dla swojego syna” (dowód: karta nr 6869).
 - „Jako osoba bez wykształcenia ekonomicznego, tzw. „przeciętny konsument” zwróciłam się o pomoc w zainwestowaniu dość dużej kwoty pieniędzy do firmy, która w moim pojęciu stworzona jest po to, aby pomagać takim ludziom jak ja w inwestowaniu pieniędzy. Przedstawiłam doradcy moje oczekiwania: moje pieniądze miały być pod 100% ochroną kapitału, chciałam zainwestować w produkty mające zapewnić mi godziwą emeryturę, miałam mieć możliwość „wyjścia z programu” bez większych kosztów, gdyby sytuacja moja uległa zmianie finansowej. Prosiłam o przygotowanie kilku propozycji, na dłuższy i krótszy okres inwestycji. W czasie kilku spotkań, doradca przedstawił mi propozycje „idealne dla mnie, bezpieczne, zgodne z moimi oczekiwaniami, gwarantujące średni roczny zysk na poziomie 8%” (dowód: karta nr 7124),
 - „Wybrałem okres dłuższy, gdyż jak poinformował mnie pan (...), przy tym wariantcie wyboru będę mógł już po 5 latach wypłacić zainwestowane pieniądze wraz z zyskiem, bez ponoszenia żadnych dodatkowych kosztów”, „(...) zachęcony reklamą otrzymaną w poczcie elektronicznej dotyczącą możliwości skorzystania z wysoko oprocentowanej lokaty bankowej w celu wyboru takiego produktu oszczędnościowego odwiedziłem (...), zgodnie z wcześniej zarezerwowanym telefonicznie terminem placówkę Open Finance” (dowód: karty nr 7147-7148),
 - „Doradca narzucał bardzo szybkie tempo całego procesu podpisywania poszczególnych umów, zarzucał lawiną informacji, nie dając możliwości prawidłowego zapoznania się z treścią podpisywanych dokumentów” (dowód: karta nr 7151),
 - „Sądziłem bowiem, że tak jak sprawę przedstawił mi (...), jest to bezpieczny produkt ze 100% gwarancją kapitału, na którym na pewno nie stracę, a w dalszej perspektywie przyniesie pewne zyski, byłem także przekonany, że produkt nie jest obciążony żadnymi dodatkowymi opłatami. Spodziewałem się – i tak mi ten produkt przedstawił i utwierdzał mnie w takim przekonaniu (...) – w najgorszym wypadku możliwości poniesienia drobnych opłat manipulacyjnych w przypadku niepowodzenia inwestycji i chęci rezygnacji, ale Doradca zataił przede mną fakt praktycznego braku możliwości wycofania się z powodu nawet 97% straty wartości zainwestowanego kapitału, którą musiałbym w takim wypadku ponieść” (dowód: karta nr 7152),
 - „Wskazywałem p. (...), że stuprocentowa gwarancja ochrony kapitału jest dla mnie jednym z najważniejszych warunków przystąpienia do tej umowy i w odpowiedzi byłem przez niego jednoznacznie zapewniany, że umowa, której zawarcie rozważałem, ten warunek spełnia”, „Zostałem poinformowany i jednoznacznie zapewniony o stuprocentowej gwarancji kapitału, nie poinformowano mnie jednocześnie o jakimkolwiek ryzyku co do ochrony kapitału, który miałem uiszczać po podpisaniu tej umowy ubezpieczenia” (dowód: karta nr 7215).
 - „Gdybym chciała założyć sobie ubezpieczenie poszłabym do Towarzystwa Ubezpieczeniowego. Ja chciałam mieć bezpieczną gwarantowaną lokatę bankową” (dowód: karta nr 7237),
 - „Powyższy produkt przedstawiono nam jako lokatę, nie wspominając nic o ubezpieczeniu, ryzyku inwestycyjnym, opłatach, zarządzaniu inwestycyjnym” (dowód: karta nr 7346),
 - „(...) poinformował nas że po 6 miesiącach możemy wypłacić, bez straty, a tylko z zyskiem” (dowód: karta nr 7353),

- „Poinformowała mnie, że to sprawdzony produkt, który w praktyce pozwala stabilnie zarabiać niezależnie od sytuacji rynkowej, a więc zarówno na wzrostach, jak i spadkach. Przeciętny historyczny zysk, średnioroczny zysk to 11%”, „Nie powiedziano mi, że jest jakaś różnica między składką wpłaconą, a składką zainwestowaną” (dowód: karta nr 7364),
- „(...) powiedziałem, że chciałem zainwestować na niedługi okres maksymalnie 2 lata. Powtarzałem wielokrotnie, że nie interesują mnie żadne długoterminowe inwestycje, odsetki z zainwestowanego kapitału muszę na bieżąco przeznaczyć na życie. Przy tak sprecyzowanych zastrzeżeniach inwestycyjnych doradca Open Finance SA (...) zaproponował mi 4 wiążące umowy dotyczące zainwestowania wcześniej wymienionej kwoty (...)” (dowód: karta nr 7372),
- „Prosiłam o pomoc w ulokowaniu środków finansowych w atrakcyjnie oprocentowanej lokacie bankowej. Zazaczyłam, że istnieje prawdopodobieństwo, że będę musiała wycofać ulokowane środki pieniężne w każdej chwili” (dowód: karta nr 7387),
- „Jak się dowiedziałam później (...) oparte jest o opcje na indeks z wykorzystaniem dźwigni finansowej, a jest to jedna z najbardziej ryzykownych form inwestowania” (dowód: karta nr 7514),
- „(...) często emitowała reklamy Open Finance o doradcach finansowych, umówiłam się więc na spotkanie z doradcą finansowym (...). Pan (...) twierdził, że doradcy są niezależni i nie reprezentują żadnej konkretnej instytucji finansowej, zapewniał o uczciwości, rzetelności, dużej wiedzy, doświadczeniu i dbałości o dobro klienta, w którego interesie zawsze działają, przeniosłam więc swoje środki finansowe z (...) do Open Finance”. (...) „Tytuł „ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy” nie wzbudził moich podejrzeń, gdyż wcześniej miałam już założoną w (...) lokatę pod tytułem „ubezpieczenie na życie”, tłumaczono mi wtedy, że lokata jest ukryta pod nazwą „ubezpieczenie” ze względu na podatek Belki, gdyż od ubezpieczenia nie pobiera się podatku, czyli jest to dla mnie korzystniejsze”, „(...) później zaczął przekonywać mnie do wspaniałego rozwiązania pn. (...) twierdząc, że (...) jest to wyjątkowa okazja do pomnażania kapitału, gdyż zysk po kilku latach miał przynieść podwojenie, a po 15 latach – czterokrotny wzrost (w prezentacji przedstawiono nawet możliwość osiągnięcia zysku w wysokości (...)% wpłaconej kwoty)” (dowód: karty nr 7517, 7518),
- „W trakcie oferowania mi produktów, zostałem jednoznacznie poinformowany, że firma Open Finance zarabia na części zysku wypracowanego z mojego kapitału i nie istnieją żadne dodatkowe koszty, które miałbym ponieść” (dowód: karta nr 7528),
- „Dodatkowo zostałem poinformowany, że po 6 miesiącach będę mógł zrezygnować z ubezpieczenia i zlikwidować lokatę wraz z wypracowanym zyskiem” (dowód: karta nr 7529),
- „W niedługim czasie po zlikwidowaniu lokat zatelefonował do mnie z propozycją, że (...) ma dla mnie bardzo interesującą ofertę, produkt który pozwoli mi na regularne oszczędzanie w długiej perspektywie czasu (...) Zapewnił, że ta forma oszczędzania daje 100% wszystkich wpłaconych pieniędzy twierdził, że produkt ten jest jak lokata bankowa z pełną gwarancją wpłaconych środków (...)”, „Doradca z góry zakładał bardzo wysokie zyski, operując nawet końcowymi kwotami powyżej 100 000 zł, a przede wszystkim gwarantował w 100% zwrot wpłaconych środków”, „(...) nie rozgraniczał wtedy pojęć takich jak „wartość kapitału”, „składka zainwestowana” itp. które – jak się później okazało – zmieniały w bardzo dużym stopniu charakter produktu” (dowód: karta n 7590),
- „Natomiast wycena jego wartości opiera się o indeks banku (...), który zarabia zarówno w czasach dobrej jak i złej koniunktury. Na potwierdzenie tego przedstawił mi

jak zmieniała się wartość indeksu od 1985 roku, z której wynikało, że indeks rósł średniorocznie ponad 9%. Pan (...) wprowadził mnie w błąd, bo przedstawił mi wykres indeksu jako dane historyczne, nie wspominając o tym, że wartość indeksu była hipotetyczna”, „Sprzedawca ten przedstawił mi swoją kalkulację, z której wynikało, że po 15 latach spłace cały kredyt hipoteczny z kapitału przeze mnie zgromadzonego oraz wygenerowanych zysków na tym produkcie” (dowód: karta nr 7619),

- „Dodatkowo, kilkakrotnie zadawałam pytanie w/w pracownikowi, czy aby na pewno w najbardziej pesymistycznym scenariuszu (w przypadku, gdy indeks przynosi straty) otrzymam 100% wpłaconych środków. W odpowiedzi w/w sprzedawca zapewniał mnie, że otrzymam 100% wpłaconych pieniędzy plus ewentualne zyski. Później okazało się, że była to nieprawda” (dowód: karta nr 7646),

- „Po kilku spotkaniach doradca finansowy (...) wiedząc, że jestem bezrobotny przygotowała mi wynegocjowane warunki korzystnych jak sądziłem produktów finansowych, z gwarancją kapitału i gwarancjami bankowymi – tak zapewniała” (dowód: karta nr 7687),

- „Po przeanalizowaniu informacji zebranych na własną rękę w Internecie oraz dzięki przychylności osób trzecich dowiedziałem się, że gwarancja obejmuje 100% wartości rachunku w dacie umorzenia – pomniejszona o opłaty, prowizje, umorzone składki oraz notowania funduszu. Nie zgadza się to z tym co zostało mi przedstawione przez doradcę” (dowód: karta nr 7747),

- „Jedynie informacje jakie otrzymaliśmy od konsultanta Open Finance związane były z omówieniem ogromnych zysków w dłuższym okresie czasu i nie zaznaczono w rozmowie, że są to jakieś historyczne wyniki”, „Gdyby nie życzliwość postronnych osób mogłabym nigdy nie dowiedzieć się o istnieniu takich obwarowań, a przecież pierwszą osobą, która w moim mniemaniu ma w sposób uczciwy zarządzać moimi pieniędzmi i powinna informować klientów o tak ważnych rzeczach jest doradca finansowy, czego ten nie uczynił działając w ten sposób umyślnie na szkodę klienta: (dowód: karta nr 7767),

- „Pan (...) zapewniał, że po 4-ch latach nie będzie problemu z zakończeniem inwestycji – otrzymam całą wpłaconą kwotę wraz z odsetkami. Ze względu na to, że mogłem systematycznie co miesiąc odkładać (...), oraz że wypłata środków we wcześniejszym terminie była gwarantowana, ale bez osiągniętych w okresie do 4 lat zysków, podpisałem umowę. (...) po okresie prawie czteroletnim (...) dowiedziałem się że zostałem oszukany: (...) Dowiedziałem się, że jestem ubezpieczony na 15 lat i nie mogę po 4-ch latach zakończyć inwestycji bez ogromnych strat zainwestowanego kapitału” (dowód: karta nr 7915),

- „(...) warunkiem podpisania kredytu miała być poliso lokata (...), która była bardzo zachwalana przez naszego sprzedawcę jako przynosząca wysokie korzyści finansowe a do tego obniżająca oprocentowanie kredytu o (...). Robił przy nas wyliczenia, gdzie po 15 latach osiągnęlibyśmy pewny zysk (...) dzięki czemu wcześniej będziemy mogli spłacić kredyt mieszkaniowy” (dowód: karta nr 7931).

- „Po upływie dwóch m-cy usłyszałem w TV o dużych skargach klientów na sposób sprzedaży ubezp. takich jak ja zakupilem” (dowód: karta nr 8099),

- „Teraz dowiedziałem się (po publikacjach w prasie i Internecie), że nie mogą wycofać się z podpisanej w dniu (...) umowy na w/w produkt bezkosztowo przed upływem 10 czy 15 lat (...)” (dowód: karta nr 8151),

- „Twierdziła, że ubezpieczenie daje 100% gwarancji kapitału oraz że pomimo, że jest na 15 lat, już po 5 roku można się z niego wycofać z zadawalającym zyskiem” (dowód: karta nr 8211).

Przedsiębiorca przedstawił informację o ilości skarg konsumentów, które otrzymał w okresie 2011-2013 (dowód: karta nr 6510).

Stosowane dokumenty związane z przystąpieniami konsumentów do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi

W trakcie postępowania administracyjnego ustalone zostało, że sprzedawcy oferujący przedmiotowe produkty otrzymywali drogą wewnętrzną pocztą elektroniczną informacje o ubezpieczeniach grupowych na życie i dożycie z UFK, znajdujących się w ofercie Spółki (dowód: karty nr 570-821). W oparciu o dostarczone materiały stwierdzone zostało, że były one wysyłane do sprzedawców w 2010r. i później (dowód: karty nr 774-789). Dotyczyły one m.in. cech jakie posiadają produkty. Jako jedna z cech produktów wymieniana była 100% ochrona kapitału, jednak bez szczegółowego wyjaśnienia w jaki sposób należy to interpretować (dowód: karty nr 570-574, 582-584, 586-589, 617, 622-623, 626-628, 630-632, 656-662, 665-667, 670-672, 675-676, 681-684, 688-690, 704, 712-713, 718-721, 723, 727, 732, 743-744, 774-775, 786, 783, 786, 796, 816). Podawane były również wartości średnich stóp zwrotu nakładów (dowód: karty nr 617, 626-628, 632, 642, 647, 652-653, 656-662, 665-667, 670-672, 675-676, 681-683, 688-690, 695-696, 710, 712, 718, 723, 744, 786, 783, 786). Przekazywane były także informacje, że „opłaty za wyjście obowiązują tylko przez pierwsze dwa lata” (dowód: karty nr 703, 719). W przekazanych materiałach zostało użyte sformułowanie, iż w przypadku wskazanych produktów oszczędnościowych od początku na zysk pracuje cała zadeklarowana kwota inwestycji (dowód: karty nr 723, 727, 732). Dodatkowo w przekazywanych informacjach co do konkretnie wskazanych produktów było podawane, że sprzedawany produkt gwarantuje kwartalne wypłaty zysków (dowód: karty nr 676, 682, 716, 725). W jednym z maili, o których mowa powyżej, przedstawiony został schemat obrazujący działanie przedmiotowych produktów. Z tego schematu wynika relacja wartości kapitału inwestycyjnego, do zysku emitenta (dowód: karta nr 603). Dodatkowo w treści maili wysyłanych do sprzedawców bardzo często zamieszczane były różnego rodzaju wykresy, na których zestawiane były przyjmowane wartości funduszy z indeksem WIG20 (dowód: karty nr 583-854, 587-588, 590, 618, 627-628, 670, 672-673, 783-787).

W sprawie poszczególnych oferowanych produktów Spółka dostarczała swoim pracownikom materiały szkoleniowe - prezentacje. Z przekazanych informacji wynika, że były one przesyłane co najmniej od 2011r. Przyjmowały one formę wydruków slajdów (dowód: karty nr 26-366, 828-5718). Na końcu przedmiotowych prezentacji zamieszczono informacje dotyczące sposobu interpretowania sformułowania pojęcia „100% ochrona kapitału”, a także informacje o ryzykach prawnych i ryzykach związanych z cechami inwestycyjnymi produktów. Ze względu na bardzo dużą ilość sporządzonych prezentacji (dokumenty obejmują karty o numerach od 828 do 5272), poniżej przedstawione zostały numery kart dotyczące tylko części z nich w dwóch ujęciach. W pierwszym zestawieniu podano karty obejmujące slajdy-prezentacje poszczególnych produktów. W drugim zestawieniu podano numery kart ww. prezentacji, na których zamieszczono informacje o ryzykach i cechach pranych produktów:

a) numery kart poszczególnych slajdów-prezentacji:

828-854, 855-883, 884-910, 911-940, 941-969, 970-998, 1002-1030, 1032-1056, 1058-1082, 1084-1108, 1110-1134, 1136-1160, 1162-1186, 1187-1211, 1212-1235, 1237-1261, 1263-1287, 1288-1305, 1306-1330, 1331-1354, 1355-1374, 1376-1395, 1397-1415, 1417-1435, 1437-1458, 1460-1481, 1483-1504, 1506-1527, 1529-1549, 1551-1571, 1573-1592, 1594-1614, 1616-1640, 1642-1666, 1668-1692, 1694-1718, 1720-1744, 1746-1770, 1772-1805, 1806-1826, 1827-1847, 1848-1868, 1869-1889, 1890-1910, 1911-1933, 1934-1956, 1957-1978, 1979-1999, 2000-2017, 2018-2038, 2039-2074, 2076-2101, 2103-2128, 2130-2163,

2165-2197, 2199-2231, 2233-2265, 2267-2299, 2300-2332, 2334-2366, 2368-2400, 2402-2434, 2436-2457, 2459-2480, 2482-2503, 2505-2526, 2528-2548, 2550-2570, 2572-2592, 2594-2626, 2628-2660, 2662-2694, 2696-2728, 2730-2762, 2763-2795, 2797-2829, 2831-2863, 2865-2872, 2875-2885, 2886-2906, 2907-2927, 2928-2947, 2948-2967, 2968-2988, 2989-3008, 3009-3029, 3030-3046, 3047-3082,

b) numery kart dotyczące ww. slajdów-prezentacji zawierających informacje o zastrzeżeniach prawnych i ryzykach:

851-854, 880-883, 907-910, 936-939, 966-969, 995-998, 1028-1030, 1054-1056, 1080-1082, 1106-1108, 1132-1134, 1158-1160, 1184-1186, 1209-1211, 1233-1235, 1259-1261, 1285-1287, 1305, 1328-1330, 1352-1354, 1372-1374, 1393-1395, 1413-1415, 1433-1435, 1455-1458, 1478-1481, 1501-1504, 1524-1527, 1546-1549, 1568-1571, 1590-1592, 1611-1614, 1638-1640, 1664-1666, 1690-1692, 1716-1718, 1742-1744, 1768-1770, 1802-1803, 1824-1826, 1845-1847, 1866-1868, 1887-1889, 1908-1910, 1931-1933, 1954-1956, 1976-1978, 1997-1999, 2014-2016, 2036-2038, 2069-2074, 2098-2101, 2125-2128, 2160-2162, 2195-2197, 2229-2231, 2263-2265, 2297-2299, 2330-2332, 2364-2366, 2398-2400, 2432-2434, 2455-2457, 2477-2480, 2500-2503, 2523-2526, 2544-2548, 2567-2570, 2589-2592, 2624-2626, 2658-2660, 2692-2694, 2726-2728, 2760-2762, 2793-2795, 2827-2829, 2861-2863, 2872, 2883-2884, 2904-2906, 2925-2926, 2946-2947, 2966-2967, 2987-2988, 3007-3008, 3029, 3046, 3077-3082).

W oparciu o dostarczone dokumenty ustalono, że informacje o ryzykach oraz charakterze prawno-inwestycyjnym produktów obejmowały znacznie mniejszą część przedmiotowych prezentacji niż pozostałe informacje na temat ewentualnych korzyści, cech klientów, cech produktów. Stwierdzone zostało, że informacje o ryzykach jakie wiążą się z przedmiotowymi produktami były podane na końcach prezentacji.

Spółka w trakcie oferowania konsumentom możliwości przystąpienia do ubezpieczenia oraz przyjmowania zgody na objęcie ich ubezpieczeniem stosowała różnego rodzaju dokumenty. Różnice w zakresie ich brzmienia, jak i zawartych w nich informacji wynikały z indywidualnych cech produktów, których one dotyczyły. Dokonano ustaleń w oparciu o dokumenty dostarczone przez Spółkę w sprawie przystąpień do ubezpieczeń podpisanych przez konsumentów w dniach: 25 października 2013r. (dowód: karty nr 6648-6660), 20 czerwca 2013r. (dowód: karty nr 6661-6678), 25 czerwca 2013r. (dowód: karty nr 6679-6699), 19 lipca 2013r. (dowód: karty nr 6700-6711), 5 lipca 2013r. (dowód: karty nr 6712-6723), 12 lipca 2013r. (dowód: karty nr 6724-6743), 17 maja 2013r. (dowód: karty nr 6744-6766), 23 października 2013r. (dowód: karty nr 6767-6787), 10 grudnia 2012r. (dowód: karty nr 6788-6801), 3 stycznia 2013r. (dowód: karty nr 6802-6808).

W oparciu o zgromadzone materiały dotyczące ww. przystąpień stwierdzono, że konsumentom były przedstawiane poniżej opisane dokumenty:

1. Na wydawanych konsumentom dokumentach pn. „*deklaracja przystąpienia*”, „*deklaracja zgody*” oraz załącznikach, konsumenci własnoręcznymi podpisami potwierdzali zgodę na objęcie ich ubezpieczeniem, zapoznanie się z opłatami, warunkami ubezpieczenia, regulaminami (dowód: karty nr 6648, 6661, 6679, 6700, 6712, 6724, 6744, 6767, 6788, 6803, 6861). Informacje dotyczące celu Funduszu, którym jest osiągnięcie na koniec okresu ubezpieczenia równowartości 100% kwoty lokowanej w Funduszu oraz informacje, że cel zostanie osiągnięty z zastrzeżeniem ryzyka inwestycyjnego były w niektórych przypadkach zawarte w oddzielnym dokumencie „*Oświadczenia ubezpieczonego*” (dowód: karta nr 6662). W innym przypadku w dokumencie pn. „*Deklaracja przystąpienia*” została zawarta informacja, że ryzyko inwestycyjne związane z przystąpieniem do Ubezpieczenia ponosi konsument (dowód: karta nr 6680). W podpisywanych oświadczeniach były zawarte również

informacje, z których wynika, że ubezpieczenie nie jest lokatą bankową (dowód: karty nr 6662, 6680).

2. Z przekazanych dokumentów wynika, że konsumenci otrzymywali „Karty informacyjne”, które zawierały ogólne informacje dotyczące produktów. Na dostarczonych dokumentach umieszczone są napisane przez konsumentów informacje: „Oświadczam, że otrzymałam i zrozumiałam Warunki Umowy, taryfę opłat i limitów, regulamin UFK” (dowód: karty nr 6702-6703, 6715-6717, 6726, 6750-6751, 6728).

3. W trakcie rozmów prowadzonych przez sprzedawców dotyczących oferowania konsumentom możliwości przystąpienia do ubezpieczeń grupowych wypełniany był również dokument pn. „Analiza Finansów Osobistych” (dowód: karty nr 6666-6667, 6684-6685, 6709, 6714-6715, 6728-6729, 6752-6753). Dokument zawierał dane identyfikujące konsumenta, analizę sytuacji finansowej i rodzinnej klienta, analizę profilu inwestycyjnego klienta, profil inwestora – opis profilu. W dokumencie umieszczony był wniosek wyciągnięty na podstawie udzielonych przez klienta odpowiedzi na pytania w następującym zakresie „Na podstawie udzielonych przez Klienta lub potencjalnego Klienta informacji potwierdzam, że: Klient w wyniku wypełnienia kwestionariusza oceny adekwatności i odpowiedniości udzielił odpowiedzi, na podstawie których Open Finance S.A. ocenił, że odpowiednie dla Klienta są następujące produkty inwestycyjne: (...)”. W dalszej części dokumentu zawarto informację dotyczącą ewentualnej odmowy udzielenia odpowiedzi na ankietę oraz stwierdzenie „Open Finance S.A. informuje, że jeśli na podstawie informacji, przekazanych przez Klienta lub potencjalnego Klienta w powyższym kwestionariuszu, Open Finance S.A. oceni, że produkt inwestycyjny nie jest dla Niego odpowiedni, Open Finance S.A. ostrzeże go o powyższym” (podpis i pieczęć pracownika Open Finance S.A.). W części IV zawierającej „Oświadczenie Klienta” zostało stwierdzone, co następuje: „Oświadczam, że powyższe dane są zgodne z prawdą, akceptuję proponowaną w części III niniejszego kwestionariusza adekwatność i odpowiedniość produktów inwestycyjnych dla mnie oraz potwierdzam, że są one zgodne z moimi celami inwestycyjnymi i poziomem tolerancji ryzyka”. W kolejnej części zawarto następującą informację: „W przypadku odmówienia przez Klienta podpisania niniejszego Kwestionariusza lub gdy Klient nie wyraża zgody na wypełnienie Kwestionariusza, a jest zainteresowany nadal Produktem Inwestycyjnym – prosimy o podanie powodu oraz podpisania z Klientem Pisma ostrzegającego Klienta o nieodpowiedności produktu inwestycyjnego”.

4. Prezes Urzędu ustalił, że konsumenci byli zapoznawani z cechami produktów za pośrednictwem przygotowanych w formie wzorów przedkładanych do podpisu dokumentów zawierających przykładowe wykresy (dowód: karty nr 6663-6664, 6681-6683, 6746-6747, 6790). Wykresy miały na celu zilustrowanie zasad określania Wartości rachunku udziałów oraz Udziału w zysku Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych. Dokumenty te stanowiły załączniki do „Deklaracji zgody”. Poniżej zostały omówione wykorzystywane wykresy:

a) W sprawie jednego z przystąpień z dnia 20 czerwca 2013r. konsument otrzymał 2 dokumenty zawierające wykresy (dowód: karty nr 6663-6664):

- Pierwszy z dokumentów zawierał następujące informacje *Przykład: Wartość Składki Jednorazowej: 10 000,00 zł, z czego 9 990,00 zł podlega alokacji do Funduszu, a 10,00 zł stanowi Składkę za ryzyko. Poniższy wykres został sporządzony w oparciu o: 1. trzy przykładowe średnioroczne stopy zwrotu Instrumentu Bankowego w wysokości: „-10%”, „2%” oraz „8%” w skali roku oraz 2. przykładowe oprocentowanie środków Funduszu równe iloczynowi stawki WIBOR3M w wysokości 4,00% i liczby 0,025, i założeniu, że żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie Funduszu nie wystąpiło”.*

Na wykresie słupkowym zestawione zostały wielkości wypłat na koniec okresu ubezpieczenia w przypadkach, gdy stopy zwrotu wynosiły: „-10%”, „2%”, „8%”. W oparciu o przedstawione wielkości konsument mógł stwierdzić, że na koniec okresu ubezpieczenia otrzyma zwrot wpłaconych środków pieniężnych oraz zysk w wysokości zależnej od przykładowych stóp zwrotu. Istotne jest to, że nawet przy założeniu, iż stopa zwrotu będzie ujemna konsument otrzymywał informację, że uzyska minimalny gwarantowany udział w zysku.

Poniżej wykresu zamieszczono wyjaśnienia: „Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu jedynie zilustrowanie zasad rozliczenia Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie Funduszu ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Jednorazowej podlegającej alokacji w Funduszu. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe stopy zwrotu Instrumentu Bazowego, czyli hipotetyczne stopy zwrotu jakie instrument Bazowy może osiągnąć w przyszłości oraz przykładowe oprocentowanie, ... nie gwarantuje osiągnięcia podobnych wyników w przyszłości.

Zapoznałem/am się z niniejszą Ilustracją zasad rozliczenia Wartości rachunków udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych” (podpis Ubezpieczonego).

- Drugi z załączników miał za zadanie zilustrować Wartość wykupu, opłacanej Składki Jednorazowej oraz Wartość wykupu rachunku udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych (dowód: karta nr 6664). Przedmiotowy wykres został sporządzony w oparciu o takie same założenia, jak w przypadku wcześniej opisanego wykresu.

Wykres w sposób liniowy obrazował wartości, jakie w kolejnych miesiącach przyjmować będzie rachunek udziałów oraz wartość wykupu. Wykres przedstawiał tendencję wzrostową ocenianych parametrów.

Poniżej wykresu zamieszczono wyjaśnienia: „Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu zilustrowanie Wartości wykupu względem opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie Funduszu ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Jednorazowej podlegającej alokacji do Funduszu. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe oprocentowanie, nie gwarantuje osiągnięcia podobnych wyników w przyszłości.

Zapoznałem/am się z niniejszą Ilustracją Wartości wykupu, opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych”.

b) W innym przypadku do deklaracji zgody przystąpienia do ubezpieczenia podpisanej w dniu 17 maja 2013r. (konsument wpłacał składki pierwsze i bieżące) załącznikami były poniżej opisane wykresy (dowód: karty nr 6746-6748).

- Pierwszy z wykresów dotyczył następującego przykładu: Wartość Składki Pierwszej 2 000 zł; wartość Składki Bieżącej 200 zł; wartość Składki Zainwestowanej 20 000 zł; opłata administracyjna wraz z opłatą za ryzyko za cały Okres ubezpieczenia na poziomie 6.000 zł. Składka Pierwsza i pomniejszone o miesięczną wartość opłaty administracyjnej Składki

Bieżące są alokowane do Funduszu. Przykład zakłada, że zostały opłacone wszystkie składki wymagane w Okresie ubezpieczenia, a na Rachunku udziałów nie była realizowana dyspozycja zawieszenia opłacania Składki Bieżącej oraz żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie nie wystąpiło. Wykres został sporządzony w oparciu o przykładową średnioroczną stopę zwrotu z Koszyka indeksów w wysokości 2,00% w skali roku.

Na wykresie słupkowym przedstawione zostały wartości środków pieniężnych, które wpłacał konsument w ramach 120 składek po 200 zł. Na wykresie zobrazowano wartość wpłaconych przez konsumenta kwot w podziale na składkę zainwestowaną oraz sumę pobieranych opłat administracyjnych za cały okres ubezpieczenia. Kolejny słupek przedstawiał wartości na koniec 15 letniego okresu ubezpieczenia z opisem, że cel funduszu stanowi ochrona 130% Składki Zainwestowanej. Na wartość obrazującą wypłatę składają się: składka zainwestowana, kwota wypracowana przez fundusz wynikająca z ochrony 130% składki zainwestowanej, dodatkowa kwota wypracowana przez fundusz w przypadku osiągnięcia przez koszyk indeksów średniorocznej stopy zwrotu w wysokości 2%. Wykres świadczy o tym, że konsument na koniec trwania umowy uzyska z tytułu zainwestowanych środków dodatkowy zysk.

Poniżej wykresu zamieszczono wyjaśnienia: *„Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu jedynie zilustrowanie zasad rozliczenia Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie ryzykami, w szczególności ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Pierwszej oraz Składek Bieżących. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe oprocentowanie, nie gwarantuje osiągnięcia podobnych wyników w przyszłości (dowód: karta nr 6746).*

- W przedmiotowym przypadku konsument dodatkowo otrzymał trzy wykresy liniowe ilustrujące wartości wykupu, opłacanych składek, alokacji oraz wartości rachunku udziałów ubezpieczonego z zastrzeżeniem, że dotyczą scenariuszy: pesymistycznego, umiarkowanego oraz optymistycznego. Wykresy zostały sporządzone przy takich samych założeniach jak wcześniej opisany wykres. Wykresy zostały sporządzone w oparciu o przykładowe średnioroczne stopy zwrotu z koszyka indeksów w wysokości „- 10.00%”, „2%” oraz „8,0%” w skali roku.

Wykresy obrazowały w sposób liniowy przyjmowane w kolejnych miesiącach wartości: rachunku udziałów, wykupu, wpłaconych składek, alokacji składek. Analiza przedstawionych wykresów wykazała, że żaden z nich nie ma tendencji spadkowej. Natomiast zarówno wartość rachunku udziałów, jak i wartość wykupu mają tendencję wzrostową.

Poniżej, w każdym przypadku zamieszczono wyjaśnienia, z których wynika, że przedstawione wykresy zawierają przykładowe wartości i mają na celu jedynie zilustrowanie Wartości wykupu, opłacanych składek, alokacji oraz wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego w czasie trwania całego okresu ubezpieczenia według przyjętego hipotetycznego scenariusza. Dodatkowo umieszczone zostały informacje takie jak w przypadku poprzedniego wykresu, dotyczące niestanowienia przez ten wykres oferty oraz informacji o obciążeniu ubezpieczenia ryzykiem (dowód: karty nr 6747-6748).

c) W przypadku innego z przystąpień do ubezpieczenia z dnia 10 grudnia 2012r., konsument zapoznał się z wykresem ilustrującym zasadę rozliczania Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego, w sprawie którego przewidywane były automatyczne kwartalne wypłaty dokonywane z Funduszu „depozytowego”, a które pomniejszały Wartość rachunku udziałów

poprzez umorzenie odpowiedniej liczby Udziałów jednostkowych z Funduszu „depozytowego” (dowód: karty nr 6788-6801, 6681-6683.). W tym przypadku przyjęto następujące założenia: Wartość Składki Jednorazowej 10 000 zł: Wariant Ubezpieczenia i Składka Jednorazowa dzielona była w następujący sposób: 7 000 zł na Fundusz „depozytowy” oraz 3 000 zł na Fundusz „inwestycyjny”. Fundusz „inwestycyjny” pomniejszany był o opłatę transakcyjną. Przykład zakłada, że Ubezpieczony nie składa oddzielnie dyspozycji częściowej wypłaty Wartości wykupu z Funduszu „depozytowego”. Został on sporządzony w oparciu o przykładowe parametry: opłata transakcyjna na poziomie 1097,46 zł oraz stopy zwrotu odpowiednio z Funduszu „depozytowego” w wysokości 6,7% w skali roku oraz z Funduszu „inwestycyjnego” 4,313% w skali roku (średnia roczna stopa zwrotu z Koszyka Indeksów w okresie 2009-03-09 do 2012-08-31).

Na wykresie słupkowym przedstawione zostały wartości środków pieniężnych, które wpłaca konsument w ramach realizowanego ubezpieczenia. W ocenianym przykładzie przedstawiono sposób podziału wpłaconych środków, na opłatę transakcyjną, fundusz „inwestycyjny”, fundusz „depozytowy”. Następnie zobrazowano dwie pierwsze spośród wypłacanych w 39 kwartałach polisowych automatycznych wypłat. Dodano, że wypłaty te dokonywane z Funduszu „depozytowego” pomniejszają wartość środków zgromadzonych przez Ubezpieczonego na tym Funduszu. Dodatkowo oddzielnie przedstawiono dwie wielkości: wypłatę w 10 roku polisowym na koniec Okresu Ubezpieczenia oraz sumę wypłat dokonanych przez cały Okres ubezpieczenia. W przypadku wielkości wypłacanej na koniec okresu polisowego przedstawiono strukturę wypłaty tj. część stanowiącą sumę automatycznych kwartalnych wypłat, wypłatę 100% środków zaalokowanych do Funduszu „inwestycyjnego: będącą realizacją celu inwestycyjnego tegoż Funduszu oraz dodatkową kwotę wypłacaną z Funduszu „inwestycyjnego” w przypadku osiągnięcia przez koszyk indeksów dodatniej stopy zwrotu.

Na podstawie przedmiotowego wykresu konsument dowiadywał się, że dokonując wpłaty składki jednorazowej w wysokości 10 000 zł na koniec okresu trwania umowy otrzyma kwotę w wysokości 4 754,14 zł, przy czym łączna wartość wypłat w trakcie trwania umowy wynosiła 13 979,84 zł.

Poniżej wykresu w tym przypadku również zostały zamieszczone zastrzeżenia, że wykres zawiera jedynie szacunkowe wartości i obliczenia oraz, że nie ma on być odczytywany jako oferta w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego (dowód: karta nr 6790).

d) W kolejnym przypadku przystąpienia w dniu 25 czerwca 2013r. do ubezpieczenia załącznikiem do deklaracji były inne wykresy, niż opisane wcześniej (dowód: karty 6681-6683).

- Pierwsze 3 wykresy przedstawiały efekt wpłacenia środków pieniężnych Spółce w ramach jednorazowej składki, przy czym wypłaty miały być automatyczne w systemie rocznym. W tym przypadku poczyniono następujące założenia: przykładowe oprocentowanie środków Funduszy równe iloczynowi stawki WIBOR3M w wysokości 4,00% i liczby 0,025. Dodatkowo stwierdzono, że gwarantowany udział w zysku dla pierwszej Roczniczy polisy wynosi 5,67% rocznie od $\frac{1}{4}$ Składki Jednorazowej, przy założeniu, że żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie Funduszy nie wystąpiło. Założono, że konsument wpłaci kwotę 10 000 zł. Przedstawione były 3 warianty efektów działania Funduszu: pesymistyczny, umiarkowany i optymistyczny. W pierwszym przypadku całkowita suma wypłat z ubezpieczenia wynosiła równowartość dokonanych wpłat oraz zysk w kwocie 152 zł. W drugim przypadku zysk miał wynieść już 612 zł. Natomiast w przypadku zrealizowania się scenariusza optymistycznego konsument zyska dodatkowo 2 128 zł.

Tak jak we wcześniejszych wykresach Spółka zamieściła zastrzeżenia, co do charakteru przedstawionego wykresu.

- Do Deklaracji jako załącznik został dołączony również wykres ilustrujący wartość wykupu składki jednorazowej oraz wartości rachunku udziałów ubezpieczonego.

W ww. opisach wykresów posłużono się pojęciami, które zostały zdefiniowane w warunkach ubezpieczenia grupowego na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (dowód: karty nr 6672-6678, 6758-6766, 6792-6801) w następujący sposób:

- Fundusz – ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy stanowiący wydzieloną rachunkowo oraz odrębnie inwestowaną część aktywów Towarzystwa Ubezpieczeń tworzoną z alokowanych Składek, zarządzany według strategii inwestycyjnej opisanej w Regulaminie,
- Dzień wyceny – dzień, w którym ustalana jest Wartość udziału jednostkowego. Towarzystwo Ubezpieczeń dokonuje ustalania Wartości udziału jednostkowego zgodnie z zapisami Regulaminu, w terminach wskazanych w Tabeli Opłat i Limitów,
- Wartość rachunku udziałów – wartość Udziałów jednostkowych, zaewidencjonowanych na Rachunku udziałów wyliczana jako iloczyn liczby Udziałów jednostkowych Funduszu oraz Wartości tych udziałów jednostkowych w Dniu wyceny lub sumy ww. iloczynów,
- Wartość udziału jednostkowego - wartość danego Funduszu podzielona przez liczbę Udziałów jednostkowych zgromadzonych w Funduszu ustalona w Dniu wyceny zgodnie z zapisami Regulaminu,
- Składka – składka jednorazowa – wpłacana jednorazowo składka z tytułu Ubezpieczenia, co najmniej w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższa niż minimalna wysokość Składki Jednorazowej określonej w Tabeli Opłat i Limitów; składka bieżąca stanowiąca określony procent zadeklarowanej Składki Zainwestowanej, wpłacana miesięcznie przez określoną ilość lat polisowych w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższej niż minimalna wysokość Składki Bieżącej określonej w Tabeli Opłat i Limitów, i pierwsza – składka jednorazowa stanowiąca określony procent zadeklarowanej Składki Zainwestowanej, wpłacana w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższa niż minimalna wysokość Składki Pierwszej określonej w Tabeli Opłat i limitów,
- Składka za ryzyko – składka należna Towarzystwu Ubezpieczeń z tytułu udzielenia danemu Ubezpieczonemu ochrony ubezpieczeniowej na wypadek wystąpienia Zdarzenia ubezpieczeniowego,
- Wartość wykupu – kwota wypłacona przez Towarzystwo Ubezpieczeń na zasadach przewidzianych w § 18,
- Udział w zysku – dodatkowa kwota wypłacona w przypadku dożycia przez Ubezpieczonego ostatniego dnia Okresu ubezpieczenia,
- Udziały jednostkowe – jednostki, na które został podzielony Fundusz służące do ustalenia Wartości rachunku udziałów oraz udziału Ubezpieczonego w danym Funduszu.

§ 18 pkt 1, 4 i 5 ww. Warunków ubezpieczenia powołany w definicji Wartości wykupu stanowi, że:

1. Ubezpieczony ma prawo w każdym czasie trwania Okresu ubezpieczenia złożyć dyspozycję wypłaty Wartości wykupu.
4. Wartość wykupu stanowi iloczyn umorzonej Wartości rachunku udziałów oraz stawki procentowej Wartości rachunku udziałów właściwej dla Miesiąca (Roku) polisowego, w którym nastąpił koniec Okresu ubezpieczenia. Stawki procentowe Wartości rachunku udziałów w poszczególnych Miesiącach polisowych zostały określone w Tabeli Opłat i Limitów. Wartość wykupu powiększana jest o część Składki za ryzyko za liczbę dni, w których nie była świadczona ochrona ubezpieczeniowa⁷.

⁷ brzmienie w zależności od zasad przyjętych w danym Regulaminie Funduszu

5. Wartość wykupu, o której mowa w ust. 4, ustalana jest według Wartości udziału jednostkowego z najbliższego Dnia wyceny, po dacie otrzymania przez Jednostkę obsługującą ubezpieczenie dyspozycji wypłaty Wartości wykupu, następującego nie wcześniej niż 3. Dnia roboczego po otrzymaniu dyspozycji wypłaty Wartości wykupu przez Jednostkę obsługującą ubezpieczenie⁸ (dowód: karty nr 6676,6763, 6798).

Dodatkowo istotne dla niniejszej sprawy są definicje zawarte w Regulaminie Funduszu:

§ 2.1 (lub § 2.7) stanowi, że „*Wartość udziału jednostkowego – wartość Funduszu podzielona przez liczbę Udziałów jednostkowych zgromadzonych w Funduszu ustaloną w Dniu wyceny, obliczana zgodnie z poniższym wzorem (...)*”.

§ 8.2 stanowi, że „*Udziały jednostkowe umarżane są według Wartości udziału jednostkowego obliczonej na Dzień wyceny wskazany w warunkach ubezpieczenia*”.

§ 8.3 (§ 8.2) stanowi, że „*Umorzenie jednostek Funduszu polega na zamianie Udziałów jednostkowych na środki pieniężne i jest związane ze zmniejszeniem Wartości aktywów netto Funduszu*”⁹ (dowód: karty nr 6668-6669, 6754-6756, 6792-6793).

Zgodnie ze złożonym przez Przedsiębiorcę zeznaniem o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych w 2013 roku, przychód wyniósł (tajemnica przedsiębiorstwa) zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorstwa) (dowód: karty nr 6842-6848).

W toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Ad I Stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w art. 24 ust. 2 stanowi, że 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 Kodeks postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W przypadku określonym w art. 27 ust. 1 Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Naruszenie interesu publicznego

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. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania

⁸ brzmienie w zależności od zasad przyjętych w danym Regulaminie Funduszu

⁹ brzmienie w zależności od zasad przyjętych w danym Regulaminie Funduszu

godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku¹⁰.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z proponowaniem nieokreślonej grupie konsumentów przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. „W ostatnich latach zaobserwowano systematyczny wzrost liczby dostępnych na rynku finansowym produktów o charakterze inwestycyjnym, które konstruowane są w oparciu o różnorodne formy prawne (np. grupowe ubezpieczenia na życie powiązane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, certyfikaty inwestycyjne, produkty ustrukturyzowane) i cechują się zróżnicowanym stopniem skomplikowania. Produkty te coraz częściej oferowane są nieprofesjonalnym odbiorcom usług finansowych przez szereg podmiotów, działających w ramach poszczególnych segmentów rynku finansowego, co wiąże się z koniecznością podejmowania przez instytucje finansowe odpowiednich działań, mających na celu utrzymanie najwyższych standardów w zakresie konstruowania oferowanych produktów i jakości ich dystrybucji”. /Stanowisko Komisji Nadzoru Finansowego – dalej zwanej także KNF w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowane do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego (z dnia 26 września 2012 r.), www.knf.gov.pl/.

Biorąc pod uwagę powyższe zostało stwierdzone, iż objęte zarzutem działanie Spółki wymierzone było w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku. Było ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawiał się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż w przedmiotowej sprawie naruszenie zbiorowego interesu konsumentów było jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego.

Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie przedmiotowa przesłanka została spełniona, istniała możliwość poddania zachowania przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Na mocy art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Aby można było stwierdzić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą kumulatywnie zostać spełnione następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- praktyka musi być bezprawna.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2010r. Nr 220, poz. 1447 ze zm.) wynika, że przedsiębiorca jest spółką akcyjną wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą. W rozważanym przypadku podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy,

¹⁰ Konrad Kohutek: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 47

gdyż jest to spółka prawa handlowego, która prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem kontroli dokonywanej na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia 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 „zbiorowego interesu konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów”. Wystarczające powinno być w jego ocenie 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 orzekł też, 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”*.

Przedmiotem niniejszego postępowania jest praktyka związana ze sposobem prowadzenia przez sprzedawców rozmów z konsumentami w placówkach przedsiębiorcy dotyczących możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Dokonując analizy i oceny stosowanej praktyki Prezes Urzędu oparł się na licznych skargach konsumentów pochodzących z różnych miejscowości kraju. Skarżący zawierali umowy w różnych okresach w przeciągu kilku lat. Z uzyskanych informacji wynika, że konsumenci składali w Spółce skargi dotyczące umów zawartych już w 2008r. (dowód: karty nr 6510, 7122-7140). Rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji odnosi się do praktyki stosowanej względem pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Zbiorowy interes realizuje się natomiast poprzez fakt, iż potencjalnie wszyscy odwiedzający placówki Spółki (nieograniczona grupa konsumentów) mogli zostać dotknięci naruszeniem. Wprowadzające w błąd działanie odnosi się zatem do zbiorowości tych konsumentów, dla których skutek w ww. postaci był wspólny. W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności stwierdzone zostało, iż rozważane działanie, o którym mowa w punkcie I sentencji decyzji godziło w zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jako sprzeczność działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Sprzeczne z prawem są czyny zakazane m.in. przepisami administracyjnymi, przepisami prawa gospodarczego publicznego, przepisami prawa cywilnego. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z

normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa /Por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwejki, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/.

Praktyka rynkowa

Zgodnie z art. 2 pkt. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez praktykę rynkową należy rozumieć działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Biorąc pod uwagę powyżej przytoczone rozumienie praktyki rynkowej uznane zostało, że działanie Spółki w zakresie informacji przekazywanych konsumentom przy prezentowaniu możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi mogło zostać ocenione właśnie przez pryzmat tej ustawy. Zarzucone zostało, iż Spółka poprzez stosowanie określonej w sentencji decyzji praktyki naruszyła art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 uopnpr.

Model przeciętnego konsumenta

Przedmiotem oceny w niniejszej sprawie jest praktyka Spółki stosowana wobec konsumentów, którzy przychodzili do jej biur. Polegała ona na przekazywaniu informacji o oferowanych produktach na etapie zawierania kontraktów. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym podaje definicję przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 ustawy przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Będąc przedmiotem decyzji zachowanie Spółki powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. *„Stopniowy rozwój orzecznictwa ETS doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji nie wprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. To czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości”* /E. Łętowska, Europejskie prawo umów konsumenckich, CH BECK, Warszawa 2004, s. 73/.

Jak wynika z ww. definicji przeciętnego konsumenta konieczne jest uwzględnienie czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy, by określić cechy konsumenta w związku z przedmiotem postępowania.

„Rozwój wolnego rynku stworzył konsumentom niemalże nieograniczone możliwości zaspokajania swoich potrzeb, spełnienia oczekiwań - uzyskiwania całkowitej satysfakcji z nabywanych dóbr i usług. Mechanizmy wolnorynkowe doprowadziły do sytuacji, w której przeciętna osoba - konsument nie potrafi odnaleźć się w "wielkim świecie" regulacji prawnych. Atakuje się konsumenta niezwykle szeroką paletą towarów, usług, przy jednoczesnym utrzymywaniu jego pozycji jako słabszej strony kontraktu. Dodatkowo masowa produkcja usług, w tym usług bankowych, doprowadziła do standaryzacji warunków

umownych”. /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Nieuczciwe praktyki na rynku bankowych usług konsumenckich, monografia, ABC, 2011, Lex/.

„Model ochrony konsumenta rozsądnego zakłada ochronę przez informację i opiera się na założeniu, że słabszą pozycję konsumenta w stosunku do podmiotu profesjonalnego, wynikającą z braku doświadczenia, nieznanomości mechanizmów rynkowych, a często także braku specjalistycznej wiedzy w dziedzinie gospodarki, finansów i rachunkowości, można zrównoważyć przez jego "doinformowanie". Tylko bowiem właściwie zorientowany, świadomy swojej sytuacji ekonomicznej, prawnej oraz gospodarczej i możliwości z niej wynikających klient może rozumnie, świadomie i swobodnie podejmować decyzje gospodarcze, obciążające go określoną odpowiedzialnością i ryzykiem zmiany realiów gospodarczych. Banki często nazywane są instytucjami zaufania publicznego. Przejawem tego, oprócz innych obowiązków nakładanych na banki, jest publicznoprawny obowiązek informacyjny, wskazany w rozdziale 8 pr. bank” /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Naruszenie obowiązków informacyjnych banków w prawie umów konsumenckich/. Pomimo, że powyższy cytat dotyczy działalności banków, to jednak w tym przypadku mamy do czynienia z oczekiwaniami konsumentów dotyczącymi pomocy przy podjęciu decyzji przy wyborze produktu umożliwiającego nie tylko uzyskanie zysku, ale również gwarantującego ochronę posiadanych środków pieniężnych. Tym samym oczekiwania konsumentów w stosunku do usług świadczonych przez Open Finance SA są takie jak względem usług banków.

W trakcie postępowania przedsiębiorca dostarczył różne dokumenty, które wykorzystywał w komunikacji z konsumentami m.in. wydruki ze strony internetowej (dowód: karty nr 367-486). Z przekazanych dokumentów wynika, że nazwa Spółki bardzo często była zestawiana z informacją „doradcy finansowi” (dowód: karty nr 368, 369, 370, 371, 401, 402, 403, 405, 451, 456, 457, 462, 466). Z danych rejestrowych umieszczonych w Krajowym Rejestrze Sądowym wynika, że przedmiotem działalności Spółka m.in. jest: pozostałe pośrednictwo finansowe, pozostałe formy udzielania kredytów, działalność agentów i brokerów ubezpieczeniowych (dowód: karty nr 6-9). Spółka prowadzi działalność polegającą na pośredniczeniu w zawieraniu kredytów konsumenckich oraz lokat bankowych. Z rozpowszechnianych informacji konsumenci mogą się również dowiedzieć, że kontaktując się z pracownikiem Spółki będą mogli założyć lokatę oraz przystąpić do pakietu oszczędnościowego. Dodatkowo za pośrednictwem dostarczonych przekazów konsumenci dowiadywali się, że szczegóły dotyczące oferty są dostępne u „doradcy” (dowód: karty 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419). Tym samym stwierdzone zostało, że Spółka oferuje usługi doradztwa finansowego.

W sprawie tego typu działalności Komisja Nadzoru Finansowego opublikowała komunikat z dnia 27 lutego 2012r.: *„W związku z pytaniami dotyczącymi działalności doradców finansowych kierowanymi do Komisji Nadzoru Finansowego (KNF) przypominamy, że: Nie istnieje państwowa licencja doradcy finansowego. W szczególności KNF nie organizuje egzaminów, czy szkoleń na doradcę finansowego ani nie wydaje certyfikatów potwierdzających wiedzę i kompetencje doradcy finansowego. Z formalnego punktu widzenia doradca jest pośrednikiem między klientem a podmiotem finansowym, np. bankiem udzielającym kredytu. (...) Fakt niepobierania opłaty bezpośrednio od klienta przez doradcę finansowego, nie oznacza, że rzeczywiście usługa ta jest bezpłatna, bo doradca jest wynagradzany przez instytucję finansową z opłaty pobieranej przez instytucję od klienta. (...) Doradcy finansowego nie należy mylić z takimi zawodami wymagającymi licencji KNF jak doradca inwestycyjny, makler papierów wartościowych, czy broker ubezpieczeniowy. Podejmując odpowiedzialne decyzje finansowe należy się przede wszystkim kierować zdrowym rozsądkiem”.*

http://www.knf.gov.pl/o_nas/komunikaty/Komunikat_w_sprawie_doradcow_finansowych.html; wydruk z dnia 12.09.2014r.

Z przytoczonego komunikatu KNF wynika, że konsumenci w taki sam sposób postrzegają rolę pełnioną zarówno przez podmioty licencjonowane oraz doradców finansowych w trakcie oferowania im usług finansowych. Konsumenci oczekują takiej samej odpowiedzialności za przekazywane informacje, rady. Tym samym przedsiębiorcy pełniący rolę doradców w zakresie sposobu dysponowania ograniczonymi środkami pieniężnymi przez konsumentów pełnią szczególną rolę w obrocie gospodarczym. Działają oni nie tylko na własny rachunek, ale dodatkowo muszą wypełniać powierzone im zadania w zakresie doradzania co do podejmowanych decyzji, które pozwolą na ochronę ograniczonych środków pieniężnych najsłabszych uczestników rynku, którymi są konsumenci.

W niniejszej sprawie istotna jest również pełniona przez Spółkę rola ubezpieczającego. W ocenie konsumentów może to gwarantować posiadanie przez sprzedawców bardzo dobrej i szczegółowej wiedzy o oferowanych produktach, co powinno się przełożyć na jakość udzielanych konsumentom informacji.

W przedmiotowym przypadku mamy do czynienia z praktyką stosowaną przez Spółkę związaną z przeprowadzaniem z konsumentami rozmów dotyczących transakcji finansowych. *„Cechą specyficzną transakcji finansowych jest: nieporównywalnie wielki stopień trudności w przełamaniu deficytu transparentności (transakcje te są znacznie trudniejsze do zrozumienia dla konsumenta, niż wszelkie inne, w jakich konsument występuje). Deficyt wiedzy dotyczy też zarówno etapu przed, jak i w czasie, czy po „skonsumowaniu” usługi finansowej, okoliczność, że jednocześnie chodzi tu o transakcje obciążone dla konsumenta znacznie wyższym ryzykiem ekonomicznym niż inne jego transakcje. Jest to przy tym ryzyko nierównomiernie rozłożone między stronami. W razie nieudania się jednej transakcji konsumenta-klienta, może ona zrujnować mu egzystencję na resztę życia. Dla instytucji finansowej niepowodzenie tej samej transakcji jest natomiast niewiele znaczącym wypadkiem przy pracy. Chodzi tu więc o ryzyko w szczególny sposób rozłożone niesymetrycznie”*. /E. Łętowska: Prawo umów konsumenckich Wydanie 2, C.H. Beck, 2002r., s. 453-454/.

Jak wynika z powyżej przytoczonych opracowań konsument będący nabywcą usług finansowych odczuwa deficyt wiedzy na ich temat. Identyfikując konsumentów, którzy zostali dotknięci skutkami ocenianej praktyki należy wziąć pod uwagę, iż nie dotyczy ona standardowo, codziennie zawieranych umów. Tym samym konsumenci mogli nie mieć doświadczenia i wiedzy co do warunków, na jakich są realizowane tego typu umowy. Przedsiębiorca stosujący ocenianą praktykę zajmuje się w sposób profesjonalny oferowaniem konsumentom różnych produktów zarówno związanych z lokowaniem oszczędności, inwestowaniem ich, a także zaciąganiem kredytów konsumenckich. Kompleksowość działalności tego typu przedsiębiorców powoduje, że konsumenci kierują swoje kroki właśnie do takich przedsiębiorców. Dzięki temu konsumenci mogli być przekonani, że zostały im zaproponowane produkty nie tylko najlepsze spośród oferowanych przez daną instytucję finansową, lecz najlepsze spośród dostępnych na rynku oferowanych przez różnych przedsiębiorców. Właśnie posiadana wiedza pracowników Spółki o różnych oferowanych produktach jest podstawową przesłanką, która przesądza o pokładaniu dużego zaufania w zakresie dostosowania oferowanych produktów do indywidualnych potrzeb konsumentów. Zaufanie to dotyczyło w szczególności otrzymania w trakcie zawierania umów informacji najważniejszych, najistotniejszych, o których powinni konsumenci wiedzieć.

„Od instytucji finansowej, jako instytucji zaufania publicznego inwestor, a w szczególności klient detaliczny oczekuje obiektywizmu, należytej staranności oraz rzetelności w zakresie formułowania przekazu informacyjnego w odniesieniu do usług produktów finansowych znajdujących się w ofercie danej instytucji finansowej. Klient o tego rodzaju statusie, nie posiada bowiem w szeregu przypadkach, specjalistycznej wiedzy i kompetencji,

które pozwoliłby mu na orientację co do pełnej charakterystyki danego instrumentu finansowego czy też dokonanie oceny instrumentu pod kątem odpowiedniości instrumentu w stosunku do planowanych działań inwestycyjnych. Z tych względów, przy podejmowaniu przez klienta decyzji o nabyciu lub zbyciu instrumentu finansowego niejednokrotnie rozstrzygające są informacje od instytucji finansowej. Istotna przy tym jest nie tylko szeroko rozumiana staranność i rzetelność w podejmowaniu czynności na rzecz inwestora, ale również taki sposób zachowania instytucji, który pozwala inwestorowi na dostateczne rozróżnienie otrzymywanych wiadomości na informacje przekazywane w celu reklamy lub promocji, informacje ograniczone do faktów i liczb oraz rekomendacje sugerujące określone zachowania inwestycyjne. Jest to szczególnie istotne w ostatniej sytuacji, gdyż klient ma prawo zakładać, że sugerowanie przez instytucję finansową określonych zachowań inwestycyjnych w stosunku do danego instrumentu finansowego następuje w wyniku działań w najlepiej pojętym interesie klienta, przy uwzględnieniu jego indywidualnej sytuacji i potrzeb”

/Stanowisko w sprawie świadczenia przez firmy inwestycyjne usług doradztwa inwestycyjnego. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa, dnia 27 marca 2012 r. http://www.knf.gov.pl/Images/Swiadczenie_przez_firmy_%20inwestycyjne_uslug_doradztwa_inwestycyjnego_tcm75-29884.pdf. Pomimo, iż powyżej przytoczone stanowisko KNF było skierowane do firm inwestycyjnych świadczących usługi doradztwa inwestycyjnego, a nie do przedsiębiorców świadczących jedynie usługi doradztwa finansowego, to jednak można je w pełni zastosować w niniejszej sprawie. Konsument nie posiadający specjalistycznej wiedzy w zakresie uprawnień przysługujących poszczególnym przedsiębiorcom świadczącym usługi na rynku finansowym nie musi rozróżniać zarówno ich kompetencji jak i umocowania w przepisach prawa, czy też ich odpowiedzialności za udzielane doradztwo. Dla konsumenta różnica pomiędzy określeniami „inwestycyjny” oraz „finansowy” jest nie zauważalna, tym bardziej, że sama KNF w ww. dokumencie odnosi się do rynku finansowego, a nie inwestycyjnego. Z tego też powodu każda z instytucji działających na rynku finansowym jest obdarzana przez konsumentów pełnym zaufaniem co do jakości przekazywanych przez nich informacji. Konsument zakłada, że osoby zatrudnione w danej instytucji posiadają większą wiedzę w zakresie sprzedawanego produktu niż oni sami. Dodatkowo wierzą, iż pracownicy są zobowiązani do oferowania produktów, które gwarantują ochronę ich interesów zgodnie z oczekiwaniami.

Proces decyzyjny jaki zachodzi w sytuacji, gdy konsumenci podejmują decyzje nabywcze standardowo przebiega w następujących etapach: rozpoznanie potrzeby, poszukiwanie informacji, ocena alternatyw, decyzja zakupu, zachowanie po dokonaniu zakupu¹¹. Podmioty gospodarcze stosują instrumenty mające doprowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji zgodnych z ich oczekiwaniami. Oddziałują one na każdy z etapów powyżej opisanego procesu.

W przedmiotowym przypadku Spółka stosowała działania mające cechy perswazji, które poprzez przekazywanie konkretnie dobranych informacji wpływały na podjęcie decyzji nabywczych. Konsumenci w przekazanych Urzędowi skargach podnieśli, co następuje:

- „*Jako osoba bez wykształcenia ekonomicznego, tzw. „przeciętny konsument” zwróciłam się o pomoc w zainwestowaniu dość dużej kwoty pieniędzy do firmy, która w moim pojęciu stworzona jest po to, aby pomagać takim ludziom jak ja w inwestowaniu pieniędzy. Przedstawiłam doradcy moje oczekiwania: moje pieniądze miały być pod 100% ochroną kapitału, chciałam zainwestować w produkty mające zapewnić mi godziwą emeryturę, miałam mieć możliwość „wyjścia z programu” bez większych kosztów, gdyby sytuacja moja uległa zmianie finansowej. Prosiłam o przygotowanie kilku propozycji, na dłuższy i krótszy okres inwestycji. W czasie kilku spotkań, doradca*

¹¹ Ph. Kotler „Marketing analiza planowanie wdrażanie i kontrola”, FELBERG SJA, Warszawa 1999, s. 179

przedstawił mi propozycje „idealne dla mnie, bezpieczne, zgodne z moimi oczekiwaniami, gwarantujące średni roczny zysk na poziomie 8%” (dowód: karta nr 7124),

- „(...) zachęcony reklamą otrzymaną w poczcie elektronicznej dotyczącą możliwości skorzystania z wysoko oprocentowanej lokaty bankowej w celu wyboru takiego produktu oszczędnościowego odwiedziłem (...), zgodnie z wcześniej zarezerwowanym telefonicznie terminem placówkę Open Finance” (dowód: karty nr 7147-7148),

- „Doradca narzucał bardzo szybkie tempo całego procesu podpisywania poszczególnych umów, zarzucał lawiną informacji, nie dając możliwości prawidłowego zapoznania się z treścią podpisywanych dokumentów” (dowód: karta nr 7151),

- „Wskazywałem p. (...), że stuprocentowa gwarancja ochrony kapitału jest dla mnie jednym z najważniejszych warunków przystąpienia do tej umowy i w odpowiedzi byłem przez niego jednoznacznie zapewniany, że umowa, której zawarcie rozważałem, ten warunek spełnia” (dowód: karta nr 7215),

- „Gdybym chciała założyć sobie ubezpieczenie poszłabym do Towarzystwa Ubezpieczeniowego. Ja chciałam mieć bezpieczną gwarantowaną lokatę bankową” (dowód: karta nr 7237),

- „Powyższy produkt przedstawiono nam jako lokatę, nie wspominając nic o ubezpieczeniu, ryzyku inwestycyjnym, opłatach, zarządzaniu inwestycyjnym” (dowód: karta nr 7346),

- „Prosiłam o pomoc w ulokowaniu środków finansowych w atrakcyjnie oprocentowanej lokacie bankowej. Zaznaczyłam, że istnieje prawdopodobieństwo, że będę musiała wycofać ulokowane środki pieniężne w każdej chwili” (dowód: karta nr 7387),

- „(...) często emitowała reklamy Open Finance o doradcach finansowych, umówiłam się więc na spotkanie z doradcą finansowym (...). Pan (...) twierdził, że doradcy są niezależni i nie reprezentują żadnej konkretnej instytucji finansowej, zapewniał o uczciwości, rzetelności, dużej wiedzy, doświadczeniu i dbałości o dobro klienta, w którego interesie zawsze działają, przeniósłam więc swoje środki finansowe z (...) do Open Finance”. (...) „Tytuł „ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy” nie wzbudził moich podejrzeń, gdyż wcześniej miałam już założoną w (...) lokatę pod tytułem „ubezpieczenie na życie”, tłumaczono mi wtedy, że lokata jest ukryta pod nazwą „ubezpieczenie” ze względu na podatek Belki, gdyż od ubezpieczenia nie pobiera się podatku, czyli jest to dla mnie korzystniejsze” (dowód: karty nr 7517, 7518),

- „W niedługim czasie po zlikwidowaniu lokat zatelefonował do mnie z propozycją, że (...) ma dla mnie bardzo interesującą ofertę, produkt który pozwoli mi na regularne oszczędzanie w długiej perspektywie czasu (...) Zapewniał, że ta forma oszczędzania daje 100% wszystkich wpłaconych pieniędzy twierdził, że produkt ten jest jak lokata bankowa z pełną gwarancją wpłaconych środków (...)” (dowód: karta nr 7590),

- „Po kilku spotkaniach doradca finansowy (...) wiedząc, że jestem bezrobotny przygotowała mi wynegocjowane warunki korzystnych jak sądziłem produktów finansowych, z gwarancją kapitału i gwarancjami bankowymi – tak zapewniała” (dowód: karta nr 7687),

- „(...) zaznaczając, że chcę skorzystać z lokat terminowych, bez inwestycji, z możliwością wyjścia bez utraty kapitału” (dowód: karta nr 6859),

- „Pani (...) zapewniała mnie, iż produkt ten – grupowe ubezpieczenie na życie jest bezpieczną i korzystną lokatą oraz, że ona też ją posiada i nawet założyła ją dla swojego syna” (dowód: karta nr 6869).

Wyjaśnienia zbieżne z powyżej przytoczonymi w zakresie celu wizyty oraz zaufania pokładanego w wiedzy pracowników Spółki były zawarte również w skargach innych

konsumentów (dowód: karty nr 6575, 6578, 6581, 6584-6585, 6587-6588, 6599-6602, 6604, 6607-6609, 6637-6638, 6859, 6886, 6912, 6958, 6983, 6995-6996, 7023, 7087-7088, 7106, 7221, 7363-7364, 7436, 7449, 7560, 7671, 7707, 7724, 7742, 7746, 7765, 7914, 7958, 7970, 7973, 7983, 8003, 8035, 8140, 8151, 8207, 8211).

Utarte w świadomości konsumentów wyobrażenia o zakresie działalności przedsiębiorcy zajmującego się doradztwem finansowym powodują, że będą oni oczekiwać doboru produktu zgodnego z ich oczekiwaniami. Dzięki różnorodności oferty, konsumenci mogli być przeświadczeni, że bez względu na nazwę były im oferowane produkty posiadające cechy zgodne z ich potrzebami.

Biorąc pod uwagę złożoność produktów, a w szczególności obszerność dokumentów określających warunki na jakich umowy miały być realizowane (dowód: karty nr 6648-6808), bardzo ważnym źródłem informacji jest sama nazwa produktów. Jak wynika z poczynionych ustaleń (dowód: karty nr 13-18, 823, 18-25, 7977, 7978) m.in. były używane nazwy produktów: Plan Oszczędnościowy Bezpieczne Oszczędzanie, Fundusz z lokatą gwarantowana, Plan Oszczędnościowy Stabilne Oszczędzanie, Inwestycja Kapitał na Przyszłość, Kwartalny Profit, Kwartalny Profit Plus, Stabilny Zysk, Stabilny Zysk Plus, Bezpieczny Zysk, Twoja Perspektywa, Better Future, Plan Oszczędnościowy Bezpieczna Przyszłość, Indywidualny Program Emerytalny, Kurs na Zysk, Kurs na Zysk II, Kurs na 8% Zysk, Twój Zysk, Twój Euro Zysk. Z ww. listy wynika, że większość z nazw była powiązana z pojęciami sugerującymi osiągnięcie zysku oraz z określeniami, które mogą w sposób bezpośredni być odbierane jako zapewnienie stabilności i pewności efektu inwestycji np. bezpieczny, emerytura, oszczędzanie, przyszłość, stabilny zysk, bezpieczny zysk. Biorąc pod uwagę duże znaczenie, jakie przy identyfikowaniu produktów ma ich nazwa, już ona sugerowała konsumentom, że oferowany był im produkt gwarantujący zysk i bezpieczeństwo, tak jak lokata bankowa. Uwzględnienie przedmiotowej okoliczności jest ważne przy dalszej ocenie praktyki przedsiębiorcy, która doprowadziła konsumentów do podjęcia decyzji o przystąpieniu do ubezpieczenia. Podawane konsumentom nazwy produktów budują kontekst dla dalszych informacji przekazywanych przez sprzedawców i mogą potęgować przekonanie klientów o bezpiecznym charakterze oferowanych produktów.

Osobami poszkodowanymi w wyniku stosowania przedmiotowej praktyki stały się głównie osoby, które posiadały wolne środki pieniężne. Ze skarg wynika, że część konsumentów została zaproszona na spotkanie. Ze względu na powyższe Prezes Urzędu uznał, że z przedmiotową praktyką spotykał się konsument, który zamierzał podjąć decyzję o powierzeniu środków pieniężnych instytucji, która będzie je chronić. Ochrona ta miała polegać na zapewnieniu otrzymania zwrotu wpłaconych środków pieniężnych na żądanie. Z wcześniejszej analizy wynika, że przeciętny konsument wie, że doradca finansowy może oferować produkty posiadające te cechy, tak jak lokaty terminowe. Natomiast konsument, który był narażony na ocenianą w niniejszym postępowaniu praktykę nie miał świadomości, że Spółka mogła mu zaproponować skomplikowany i ryzykowny produkt, zamiast tradycyjnej lokaty terminowej. Konsumenci przedstawiając swoje oczekiwania względem cech produktów, byli przeświadczeni, że bez względu na ich nazwy ostatecznie będą one miały cechy takie jak standardowe lokaty, a więc, że powierzone środki będzie można wycofać przed upływem terminu, na jaki zostały zawarte umowy bez utraty choćby części środków. Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności konsument mógł zostać łatwo wprowadzony w błąd, co do cech jakie posiadały oferowane produkty. Osiągnięcie tego efektu nastąpiło m.in. przez położenie w trakcie prezentacji nacisku na potencjalne korzyści jakie można uzyskać dzięki oferowanym produktom, kosztem informacji o realnych ryzykach, jakie się z nimi wiążą, a dotyczących otrzymania zwrotu mniejszych wartości środków pieniężnych niż wpłacone.

Przedmiotowe produkty były również oferowane konsumentom, którzy zawierali umowy kredytu konsumenckiego (dowód: karty nr 6526, 6533, 6557, 6569, 6572, 6630, 7083, 7619, 7931). Byli oni zapewniani, że dzięki dokonaniu wpłat, będą mogli wcześniej spłacić kredyt.

W ocenianej w niniejszym postępowaniu sprawie mamy do czynienia z konsumentami rozważnymi, przeciętnie zorientowanymi, jednak nieprzygotowanymi merytorycznie do przystąpienia do bardzo skomplikowanych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym i to nie w towarzystwie ubezpieczeniowym, ale za pośrednictwem doradcy finansowego. Ten deficyt wiedzy w opinii Prezesa Urzędu powinien zostać zrównoważony przez informacje przekazywane przez sprzedawców.

Nieuczciwa praktyka rynkowa

Po ustaleniu w niniejszej sprawie modelu konsumenta, dokonano oceny czy działania Spółki, wskazane w pkt I sentencji decyzji, stanowią nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 uopnpr. Konieczne było rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy przedmiotowe działania Spółki:

- są sprzeczne z dobrymi obyczajami;
- w istotny sposób zniekształcają lub mogą zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, tj. czy praktyka Spółki może spowodować podjęcie bądź brak podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o przystąpieniu do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym.

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji w danym stanie faktycznym. Zgodnie z poglądem doktryny *„sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działanie które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania”* /K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804/. W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach przekazu profesjonalista - przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego). Do naruszenia tak rozumianych dobrych obyczajów przez Spółkę doszło w sposób opisany w sentencji decyzji.

Art. 2 lit. h powyższej Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady ("Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych") (Dz.U.UE.L.2005.149.22) stanowi, iż „staranność zawodowa” oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności. Klauzula dobrych obyczajów nawiązuje do wyobrażeń o uczciwych, rzetelnych działaniach stron. Klauzula ta winna być również interpretowana przez pryzmat jej pierwowzoru z Dyrektywy 93/13/EWG z 5 kwietnia 1993r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich zasady wzajemnego zaufania i zasady ochrony usprawiedliwionych oczekiwań konsumenta. Dokonując takiej interpretacji klauzuli dobrych obyczajów, należy dojść do wniosku, że jest to pojęcie znaczeniowo zbliżone do pojęcia „staranności zawodowej”.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polega na podjęciu lub możliwości podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, w sytuacji, gdy wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy, konsument podjąłby lub mógłby podjąć decyzję odmienną. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie podaje definicji zniekształcenia w istotny sposób zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta. Zawiera ją natomiast Dyrektywa 2005/29/WE implementowana do krajowego porządku prawnego poprzez uopnpr. Zgodnie z art. 2 pkt e) powyższej Dyrektywy istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów oznacza wykorzystanie praktyki handlowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

Na uwagę zasługują zasady określone w stanowisku UKNF z dnia 26 września 2012 r. w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowane do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego. Komisja Nadzoru Finansowego stwierdziła, iż *instytucje finansowe oraz współpracujący z nimi pośrednicy powinni rzetelnie informować o oferowanym produkcie, w tym w szczególności o konstrukcji tego produktu, czynnikach warunkujących osiągnięcie ewentualnego zysku, wszelkich uwarunkowaniach związanych z daną inwestycją, opłatach (w tym związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji) oraz wyraźnie wskazywać, czy zainwestowany kapitał narażony jest na ryzyko utraty przynajmniej części zainwestowanych środków. Niedopuszczalne jest manipulowanie definicjami i pojęciami oraz przedstawianie nieadekwatnych symulacji mających na celu ukrycie rzeczywistego poziomu ryzyka związanego z inwestycją. Oferujący produkty inwestycyjne powinni w sposób zrozumiały zapoznawać potencjalnego klienta ze wszystkimi rodzajami ryzyk związanymi z produktem (wypełnienie tego wymogu powinno być wykonane w sposób, umożliwiający weryfikację poprawności jego spełnienia w przyszłości) oraz upewnić się, że klient to ryzyko rozumie.*

We wcześniejszej części niniejszej decyzji w sposób szczegółowy oraz wyczerpujący opisane zostały oczekiwania konsumentów w stosunku do działalności doradców oraz okoliczności, z których one wynikają. Konsumenty traktują instytucje świadczące usługi doradztwa finansowego m.in. na rzecz konsumentów, jako instytucje, które pomogą podjąć decyzje co do sposobu dysponowania swoimi ograniczonymi środkami finansowymi w celu osiągnięcia zysku, ale przy zapewnieniu ochrony ekonomicznych interesów. Już sam fakt, że konsumenci kierują swoje kroki do doradców finansowych świadczy o tym, że obdarzają tego typu instytucje zaufaniem co do słuszności udzielonych rad.

Przyjmując przytoczone powyżej założenia co do powinności doradców oferujących konsumentom możliwość przystąpienia do ubezpieczenia Prezes Urzędu przyjął, iż stosowana praktyka Spółki naruszała dobre obyczaje oraz wprowadzała konsumentów w błąd i doprowadziła do podjęcia decyzji, których by nie podjęli, gdyby dysponowali pełnymi informacjami.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zgromadził skargi konsumentów, którzy opisali informacje przekazywane im przez sprzedawców w trakcie proponowania im przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Dodatkowo Prezes Urzędu otrzymał od Spółki dokumenty, z którymi zapoznawali się sprzedawcy (dowód: karty nr 6648-6801). Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki sprzedawcy w trakcie rozmów w pełni mogli korzystać z tych dokumentów (dowód: karta nr 6413). Prezes Urzędu ocenił powołane dokumenty. Przeprowadzona analiza wykazała, że zawarte w nich opisy cech produktów pokrywają się z informacjami przekazanymi przez konsumentów w skargach bez względu na nazwę ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego. Z uwagi na zbieżność opisów przedstawionych przez konsumentów co do informacji przekazywanych im przez sprzedawców w różnym czasie oferowania przystąpienia do oferowanych grupowych

ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w opinii Prezesa Urzędu można uznać, że taka sama praktyka określona w sentencji decyzji była stosowana w stosunku do wszystkich konsumentów, bez względu na nazwę handlową, którą posługiwała się Spółka w stosunku do poszczególnych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi oraz okoliczności przystąpienia do ww. ubezpieczeń.

Zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej przez działanie Spółki wskazane w pkt I sentencji decyzji

W punkcie I sentencji decyzji zakwestionowano sposób przekazywania przez Spółkę informacji, które wprowadzały konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z powierzeniem środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a w związku z tym stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 2 uopnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się wprowadzające w błąd działanie dotyczące cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, *ryzyka i korzyści związanych z produktem*. Praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 5 ust. 1 uopnpr). Art. 4 ust. 1 uopnpr stanowi natomiast, iż praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Wyeksponowanie korzyści

Jak ustalił Prezes Urzędu konsumentom przychodzącym do placówek Open Finance SA umożliwiano przystępowanie do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Na podstawie fragmentów skarg przytoczonych w części opisującej model przeciętnego konsumenta stwierdzone zostało, że konsumenci najczęściej deklarowali, że udając się do placówek Spółki byli zdecydowani na zawarcie krótkoterminowej umowy dotyczącej oszczędzania (dowód: karty nr 6575, 6578, 6581, 6584-6585, 6587-6588, 6599-6602, 6604, 6607-6609, 6637-6638, 6859, 6886, 6912, 6958, 6983, 6995-6996, 7023, 7087-7088, 7106, 7221, 7363-7364, 7436, 7449, 7560, 7671, 7707, 7724, 7742, 7746, 7765, 7914, 7958, 7970, 7973, 7983, 8003, 8035, 8140, 8151, 8207, 8211). O zamiarze zawarcia umowy posiadającej właśnie taką cechę w sposób jednoznaczny informowali sprzedawców.

Z przedstawionych opisów prowadzonych spotkań wynika, że pracownicy zdawali sobie sprawę z preferowanych przez konsumentów cech produktów i pomimo tego prowadzili z nimi rozmowy w taki sposób, aby wierzyli oni, że przedmiotem rozmów są produkty związane z oszczędzaniem.

Z przekazanych przez skarżących informacji wynika, że jednym z ważniejszych kryteriów uwzględnianych przez nich przy podjęciu decyzji nabywczej była możliwość otrzymania zwrotu powierzonych środków pieniężnych w dogodnym dla nich czasie. Osoby, które zdawały sobie sprawę, że produkty oceniane w przedmiotowym postępowaniu były długoterminowe zadawali pytania, czy będą mogli wycofać środki pieniężne przed upływem terminu trwania umowy, co było im potwierdzane. Na podstawie powyższych informacji należy uznać, że konsumenci podejmowali decyzje nabywcze w przeświadczeniu, że będą mogli odzyskać pieniądze po upływie określonego czasu od zawarcia umów.

Wyeksponowanie korzyści finansowych związanych z inwestycją

Biorąc pod uwagę dokonane wcześniej ustalenia, z których wynika, że konsumenci identyfikowali Spółkę jako instytucję umożliwiającą im korzystne oszczędzanie oraz założenie lokat terminowych, wszystkie otrzymywane informacje oceniali w ten właśnie sposób. Znajdowało to wyraz w treści skarg:

- „Gdybym chciała założyć sobie ubezpieczenie poszłabym do Towarzystwa Ubezpieczeniowego. Ja chciałam mieć bezpieczną gwarantowaną lokatę bankową” (dowód: karta nr 7237),
- „Powyższy produkt przedstawiono nam jako lokatę, nie wspominając nic o ubezpieczeniu, ryzyku inwestycyjnym, opłatach, zarządzaniu inwestycyjnym” (dowód: karta nr 7346),
- „Poinformowała mnie, że to sprawdzony produkt, który w praktyce pozwala stabilnie zarabiać niezależnie od sytuacji rynkowej, a więc zarówno na wzrostach, jak i spadkach. Przeciętny historyczny zysk, średnioroczny zysk to 11%” (dowód: karta nr 7364),
- „Prosiłam o pomoc w ulokowaniu środków finansowych w atrakcyjnie oprocentowanej lokacie bankowej. Zaznaczyłam, że istnieje prawdopodobieństwo, że będę musiała wycofać ulokowane środki pieniężne w każdej chwili” (dowód: karta nr 7387),
- „(...) później zaczął przekonywać mnie do wspaniałego rozwiązania pn. (...) twierdząc, że (...) jest to wyjątkowa okazja do pomnażania kapitału, gdyż zysk po kilku latach miał przynieść podwojenie, a po 15 latach – czterokrotny wzrost (w prezentacji przedstawiono nawet możliwość osiągnięcia zysku w wysokości (...)% wpłaconej kwoty)” (dowód: karta nr 7517),
- „Doradca z góry zakładał bardzo wysokie zyski, operując nawet końcowymi kwotami powyżej 100 000 zł, a przede wszystkim gwarantował w 100% zwrot wpłaconych środków” (dowód: karta nr 7590),
- „Jedyne informacje jakie otrzymaliśmy od konsultanta Open Finance związane były z omówieniem ogromnych zysków w dłuższym okresie czasu i nie zaznaczono w rozmowie, że są to jakieś historyczne wyniki” (dowód: karta nr 7767),
- „(...) warunkiem podpisania kredytu miała być poliso lokata (...), która była bardzo zachwalana przez naszego sprzedawcę jako przynosząca wysokie korzyści finansowe a do tego obniżająca oprocentowanie kredytu o (...). Robił przy nas wyliczenia, gdzie po 15 latach osiągnęlibyśmy pewny zysk (...) dzięki czemu wcześniej będziemy mogli spłacić kredyt mieszkaniowy” (dowód: karta nr 7931).
- „Pani (...) oszukała mnie z premedytacją informując, iż po 10 latach mogę rozwiązać umowę bez żadnych konsekwencji, zyskując gwarantowaną sumę prawie 100 000 zł, a w

rzeczywistości jeszcze w piętnastym roku trwania umowy wysokość opłaty likwidacyjnej wynosi 5%” (dowód: karta nr 6868).

Inni konsumenci również podnosili, iż produkty były prezentowane jako bardzo korzystne pod względem finansowym (dowód: karty nr 6521, 6546, 6548, 6581, 6587, 6600-6601, 6607-6609, 6904, 6954, 7023, 7237-7238, 7765, 7958, 7970, 8035).

Jak zostało ustalone wcześniej konsumenci, którzy zostali poszkodowani wskutek stosowania ocenianej praktyki przychodzili do Spółki głównie w celu otrzymania porady co do możliwości ulokowania środków pieniężnych. Dlatego też konsumenci odbierali przekazywane im przez sprzedawców informacje jako zapewnienie o uzyskaniu większych korzyści niż ze standardowych lokat terminowych. Poinformowanie, że produkt jest lepszy od innego, jest odbierane przez konsumenta w taki sposób, że porównywane produkty posiadają takie same cechy, ale dają różne korzyści. Już samo zapewnienie, że oferowany produkt jest najlepszą lokatą jest dla konsumenta informacją, że otrzyma produkt posiadający wszystkie cechy zwykłej lokaty oraz dodatkowe korzyści. To zapewnienie sprzedawcy przygotowuje potencjalnego klienta do wysłuchania informacji o szczegółach związanych z oferowanymi korzyściami, bez wywołania u konsumenta stanu lęku, obawy przed zainwestowaniem swoich oszczędności w proponowany produkt. Jednak jak wynika z analizy przedstawionej w dalszej części decyzji, faktyczne warunki, na jakich realizowano oferowane produkty nie świadczą o tym, że są to lokaty w rozumieniu ich nabywców. W niniejszej sprawie, jak wynika z relacji konsumentów, byli oni zapewniani o uzyskaniu konkretnych wartości zysków. Należy zwrócić uwagę, że jeżeli sprzedawca nie przedstawiał konsumentom faktycznych cech produktów, a więc wiążących się z nim ryzyk, konsument będzie odbierał wszystkie przekazane informacje zgodnie z własnymi oczekiwaniami. Tym samym już brak przedstawienia w sposób jednoznaczny informacji o zagrożeniach utwierdza konsumentów w przeświadczeniu, że mają do czynienia z produktem o oczekiwanych cechach.

W ocenianym przypadku konsumentom były przekazywane zapewnienia, że dzięki skorzystaniu z oferty uzyskają znacznie wyższe korzyści finansowe niż gdyby powierzyli środki pieniężne w ramach standardowych lokat terminowych. Zapewnienie wypłaty wyższych zysków w postaci większej ilości gotówki jest najsilniej oddziałującym determinantem na podjęcie decyzji nabywczej. Konsumentom były przedstawiane konkretne znaczne wartości, które będą mogli zarobić decydując się na zakup oferowanych produktów. Jednak jak wynika z analizy zawartej w dalszej części decyzji dotyczącej ryzyk, jakie wiążą się z tymi produktami, wypłata zysków nie jest gwarantowana.

Wyeksponowanie korzyści związanych z możliwym terminem wypłaty środków oraz możliwością rozwiązania umowy przed deklarowanym terminem

Kolejną z opisywanych przez konsumentów korzyścią, na jaką wskazywano przy proponowaniu im przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z UFK, była możliwość wycofania wpłaconych środków oraz możliwość zachowania prawa do odsetek pomimo wycofania wpłaconych środków:

- *„Wybrałem okres dłuższy, gdyż jak poinformował mnie pan (...), przy tym wariantcie wyboru będę mógł już po 5 latach wypłacić zainwestowane pieniądze wraz z zyskiem, bez ponoszenia żadnych dodatkowych kosztów” (dowód: karta nr 7147-verte),*
- *„(...) poinformował nas że po 6 miesiącach możemy wypłacić, bez straty, a tylko z zyskiem” (dowód: karta nr 7353),*
- *„(...) powiedziałem, że chciałem zainwestować na niedługi okres maksymalnie 2 lata. Powtarzałem wielokrotnie, że nie interesują mnie żadne długoterminowe inwestycje, odsetki z zainwestowanego kapitału muszą na bieżąco przeznaczyć na życie. Przy tak sprecyzowanych zastrzeżeniach inwestycyjnych doradca Open Finance SA (...)*

zapropował mi 4 wiążące umowy dotyczące zainwestowania wcześniej wymienionej kwoty (...)” (dowód: karta nr 7372),

- *„Dodatkowo zostałem poinformowany, że po 6 miesiącach będę mógł zrezygnować z ubezpieczenia i zlikwidować lokatę wraz z wypracowanym zyskiem”* (dowód: karta nr 7529),

- *„Sprzedawca ten przedstawił mi swoją kalkulację, z której wynikało, że po 15 latach spłacę cały kredyt hipoteczny z kapitału przeze mnie zgromadzonego oraz wygenerowanych zysków na tym produkcie”* (dowód: karta nr 7619),

- *„Pan (...) zapewniał, że po 4-ch latach nie będzie problemu z zakończeniem inwestycji – otrzymam całą wpłaconą kwotę wraz z odsetkami. Ze względu na to, że mogłem systematycznie co miesiąc odkładać (...), oraz że wypłata środków we wcześniejszym terminie była gwarantowana, ale bez osiągniętych w okresie do 4 lat zysków, podpisałem umowę. (...) po okresie prawie czteroletnim (...) dowiedziałem się że zostałem oszukany: (...) Dowiedziałem się, że jestem ubezpieczony na 15 lat i nie mogę po 4-ch latach zakończyć inwestycji bez ogromnych strat zainwestowanego kapitału”* (dowód: karta nr 7915),

- *„Twierdziła, że ubezpieczenie daje 100% gwarancji kapitału oraz że pomimo, że jest na 15 lat, już po 5 roku można się z niego wycofać z zadawalającym zyskiem”* (dowód: karta nr 8211).

Otrzymanie informacji o możliwości przedterminowego rozwiązania umowy zgłaszali również inni konsumenci (dowód: karty nr 6869, 6905, 6921, 6928, 6964, 7364, 7724-7725, 7742, 8048, 8151).

Część z konsumentów wskazywała, że była informowana, iż zawiera umowę, która została określona jako ubezpieczenie. Pomimo tego informacje przekazywane przez sprzedawców utwierdzały konsumentów w przekonaniu, że mogą z tej umowy wycofać wpłacone środki pieniężne. Z treści skarg wynika, że prawo do wycofania wkładów było jednym z ważniejszych warunków branych pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o skorzystaniu z przedstawianej im oferty. Prawo do wcześniejszego wycofania środków lub do kontynuacji realizacji umowy na korzystniejszych warunkach stanowi wymierną korzyść dla konsumentów, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę warunki, na jakich są zawierane standardowe lokaty terminowe. W przypadku tych drugich konsumenci tracą prawo do odsetek w całości lub części. Jednak w ocenianym przypadku już sam fakt zapewnienia, że w przypadku rozwiązania umowy przed terminem na jaki została zawarta umowa traci się jedynie odsetki powoduje, że oferta staje się dla konsumenta atrakcyjna. Taka konstrukcja informacji wywołuje u konsumenta przeświadczenie, że w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy nie straci wpłaconych środków, natomiast gdy nie rozwiąże umowy uzyska wysokie oprocentowanie. Zapewnienie o wysokich korzyściach zostało omówione wcześniej. Dlatego też otrzymanie powyżej opisanych zapewnień było silnym determinantem podjęcia decyzji o zawarciu umowy.

Stosowane przez Spółkę techniki prezentacji korzyści

Konsumenci informowali również, że w trakcie prowadzonych rozmów wykorzystywane były różnego rodzaju materiały zawierające wykresy, tabele (dowód: karty nr 7053, 7293-7300, 7919). Zwrócono również na to uwagę w poniżej przytoczonym fragmencie skargi:

- *„Natomiast wycena jego wartości opiera się o indeks banku (...), który zarabia zarówno w czasach dobrej jak i złej koniunktury. Na potwierdzenie tego przedstawił mi jak zmieniała się wartość indeksu od 1985 roku, z której wynikało, że indeks rósł średniorocznie ponad 9%. Pan (...) wprowadził mnie w błąd, bo przedstawił mi wykres*

indeksu jako dane historyczne, nie wspominając o tym, że wartość indeksu była hipotetyczna” (dowód: karta nr 7619),

Konsumenci wskazywali, że w trakcie spotkania dokonywane były wyliczenia obrazujące wyniki - zyski jakie mogli oni osiągnąć dzięki powierzeniu środków Spółce (dowód: karty nr 6550, 6887-6888, 7037-7039, 7126, 7132, 7223, 7240-7241, 7352, 7556-7559, 7704-7706, 7923).

Stosowaną praktykę polegającą na prezentowaniu stanu faktycznego, a więc wartości wpłacanych przez konsumentów kwot oraz wyliczeń zysków, jakie mogą zostać osiągnięte, należy uznać za jeden z instrumentów aktywizujących sprzedaż. W momencie, gdy określone wielkości są wyliczane przy udziale konsumentów sprzedawca ma możliwość łatwiejszego zwrócenia uwagi konsumenta na konkretne dane zgodnie z jego wolą. Dzięki temu, konsumenci traktują te informacje z większą uwagą pomijając inne. Ten sposób prezentacji sprawia wrażenie, że przeprowadzone kalkulacje są indywidualnie dobrane do finansowych możliwości konsumenta. U konsumenta jest kreowane przeświadczenie o możliwym do osiągnięcia zysku przy konkretnych kosztach jakie musi ponieść. Ponieważ konsument wierzył umiejętnościom i wiedzy doradcy, skupiał swoją uwagę na kwocie, która była podawana jako możliwy do osiągnięcia zysk.

Powyżej opisany instrument skupiania uwagi konsumenta na danych wybranych przez sprzedawcę dostosowanych do indywidualnych możliwości konsumenta może być uzupełniany, przez wykorzystanie instrumentów w postaci zestawień wykresów przygotowanych wcześniej. Z dostarczonych przez Spółkę dokumentów wynika, że właśnie takie gotowe przygotowane wcześniej prezentacje były wykorzystywane przy sprzedaży produktów. Wykresy obrazujące hipotetyczne zyski, tabele dotyczące przyszłych zysków były instrumentami, które w przystępny sposób obrazowały informacje przekazywane przez sprzedawców. Załącznikami do deklaracji zgody przystąpienia do ubezpieczeń były wykresy, które szczegółowo zostały opisane w części ustalającej (dowód: karty nr 6542, 7031, 6663-6664, 6681-6683, 6746-6747, 6790). Przedstawiają one wartości środków, które są inwestowane, a także potencjalne zyski. Wykresy, które obrazowały zmianę wartości rachunku udziałów przyjmowanych w kolejnych miesiącach potwierdzały tendencję wzrostową tych wartości. Wszystkie wykresy świadczyły o pewności i stabilności przedmiotowych produktów w czasie realizacji umowy. W dwóch zestawach wykresów przewidziano 3 wersje wykresu ilustrującego potencjalne zyski ubezpieczonego. Wykresy dotyczyły scenariuszy pesymistycznego, umiarkowanego oraz optymistycznego. Wykresy zostały sporządzone w oparciu o przykładowe średnioroczne stopy zwrotu z koszyka indeksów w wysokości „- 10.00%”, „2%” oraz „8,0%” w skali roku (dowód: karty nr 6747-6749, 6663-verte). W przypadku ww. wykresów istotne jest to, że nawet przy założeniu, iż przykładowa średnioroczna stopa zwrotu przyjmie wartość ujemną (scenariusz pesymistyczny), to wykres przedstawiał konsumentom, że osiągną zysk.

Należy zwrócić również uwagę, że pomimo, iż omówione wcześniej wykresy stanowiły załącznik do „*Deklaracji zgody*” posiadały jednocześnie klauzule, zgodnie z którymi nie powinny one stanowić podstawy do podejmowania decyzji i że nie stanowią one oferty. Przyjęcie takiego rozwiązania w przedmiotowym przypadku, gdy produkty są powiązane z bardzo dużą niepewnością co do swojego wyniku, może dla pracowników stanowić przesłankę, do uznania że również przekazywane konsumentom w trakcie spotkania informacje nie powinny być traktowane jako wiążąca oferta. Sprzedawcy mogą uznać, że mają dużą dowolność w doborze przedstawianych cech produktów, a także sposobu ich przedstawiania. Ważne jest w tym przypadku również to, że w ocenianych materiałach nie przedstawiono sytuacji, gdy konsument może ponieść straty. Taki sposób przedstawienia cech produktów w dokumentach stanowiących załączniki do deklaracji potwierdza praktykę,

wynikającą ze skarg konsumentów, iż sprzedawcy poświęcali w trakcie rozmów więcej czasu korzyściom, a nie ryzykom. Można nawet stwierdzić, że sprzedawcy w oparciu o dostarczone przez Spółkę materiały mogli uznać, że nie musieli w ogóle omawiać z konsumentami ryzyka i zagrożeń jakie się wiążą z oferowanymi produktami.

Przedstawienie danych w formie wykresu bardzo oddziałuje na świadomość konsumenta co do możliwości osiągnięcia potencjalnego zysku w związku z powierzeniem środków pieniężnych w dany produkt. Również prezentacja w ujęciu tabelarycznym kwot dotyczących wpłat oraz przewidywanych zysków w przystępny sposób obrazuje potencjalne korzyści dzięki ich zestawieniu z wpłacanymi kwotami. Posługiwanie się dodatkowymi materiałami powodowało, że przekazywane przez sprzedawców informacje były bardziej wiarygodne, gdyż sprawiały wrażenie, że zostały przygotowane przez Spółkę wcześniej, prawdopodobnie po wykonaniu dogłębnej analizy cech produktów. Dzięki wykorzystaniu przedmiotowych instrumentów u konsumentów wywoływane było przekonanie, że podejmowali oni racjonalne decyzje w oparciu o rzetelne dane i analizy.

Jak zostało ustalone we wcześniejszej części decyzji przy podpisywaniu deklaracji były w szczególności stosowane dwa dokumenty: „*Karta informacyjna*” oraz „*Analizy Finansów Osobistych*”. Przez wypełnienie drugiego z wymienionych dokumentów oceniane miało być dopasowanie produktu do wiedzy, skłonności do ponoszenia ryzyka przez klienta. Z zapisów umieszczonych w tym dokumencie wynikało, że jeśli otrzymany został negatywny wynik analizy, konsument otrzymywał odpowiednie oświadczenie tego dotyczące. Natomiast z dokumentu pn. „*Karta informacyjnych*” wynikały najważniejsze cechy posiadane przez produkty oferowane konsumentom. Analiza tych dokumentów potwierdziła wnioski, które Prezes Urzędu wysnuł na podstawie przytoczonych fragmentów skarg we wcześniejszych punktach opisujących korzyści, o których byli zapewniani konsumenci. Analiza dostarczonych materiałów kart informacyjnych, wykazała, że zawierały one ogólne informacje o cechach produktów. Natomiast ww. kwestionariusz miał dać możliwość doboru odpowiedniego produktu dla konkretnego konsumenta. Jednak ponieważ ww. dokumenty ostatecznie miały jedynie formę dodatkowych druków zawierających wiele różnych informacji, to ostatecznie konsumenci ufając wiedzy sprzedawców podejmowali decyzje w oparciu o przekazane ustnie informacje, które opisali w złożonych skargach i reklamacjach.

Biorąc pod uwagę powyższą analizę dokumentów wykorzystywanych przez sprzedawców przy sprzedaży produktów oraz opisy przedstawione przez konsumentów co do przekazywanych im informacji, pomimo różnic co do przekazywanych konsumentom informacji o długości trwania umów, czy też różnic stosowanych technik prezentacji, Prezes Urzędu stwierdził, że w każdym przypadku był stosowany taki sam sposób prezentacji korzyści związanych z zachęceniem konsumentów do przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi.

Konsumenci przychodzący do doradcy byli informowani o możliwości otrzymania korzystniejszych warunków niż na standardowej lokacie dzięki zawarciu umów proponowanych przez sprzedawców. W przypadku, gdy klienci deklarowali chęć zawarcia umowy lokaty terminowej, uważając pracowników przedsiębiorcy świadczącego usługi doradztwa finansowego za kompetentnych, posiadających wiedzę o cechach, jakie posiadają lokaty bankowe oraz oferowane produkty nie mieli podstaw, aby obawiać się, że proponowane były im produkty nie spełniające ich oczekiwań. Konsumenci podejmując decyzje nabywcze dotyczące zwykłych codziennych spraw są przyzwyczajeni do otrzymywania różnego rodzaju bonusów. Tym samym fakt, iż otrzymali możliwość założenia lokaty na lepszych warunkach finansowych nie musiał wzbudzić w nich uczucia zaskoczenia, niepewności, czy też niedowierzania. Nie musieli oni obawiać się, iż proponowany produkt

jest zupełnie innym produktem, o innych cechach niż lokata terminowa w zakresie bezkosztowego rozwiązania umowy.

Omawiane powyżej korzyści, jakie były prezentowane przez sprzedawców dotyczyły głównie możliwości rozwiązania umowy przed terminem oraz uzyskania dodatkowych korzyści finansowych. Dzięki temu skarżący mogli uważać, że będą mogli rozwiązać umowy w dowolnym momencie gdy zaistnieje taka konieczność. Natomiast, gdy nie będą potrzebować środków pieniężnych umowa będzie dalej obowiązywała i zyski będą pomnażane. Biorąc pod uwagę, że dla konsumentów bardzo ważna jest możliwość wycofania środków w niedługim czasie po zawarciu umowy lub w dowolnym momencie, uzyskanie takiego prawa jest czynnikiem, który mógł doprowadzić do podjęcia decyzji o zawarciu umowy, której by nie podjęli, gdyby zdawali sobie sprawę ze wszystkich warunków, na jakich zawarli umowy, które to warunki zostaną opisane w dalszej części decyzji. Czynniki ekonomiczny, który w tym przypadku polegał na uzyskaniu wyższego oprocentowania jest jednym z najsilniejszych determinantów podejmowanych decyzji nabywczych.

Ryzyka związane z zakupionymi produktami

Spółce zarzucono, iż prezentacja możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi jest prowadzona w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyk związanych z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów.

W opracowaniu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 26 września 2012r. w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowanym do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego zostało stwierdzone co następuje: *„Oferujący produkty inwestycyjne powinni w sposób zrozumiały zapoznawać potencjalnego klienta ze wszystkimi rodzajami ryzyka związanego z produktem (wypełnienie tego wymogu powinno być wykonane w sposób, umożliwiający weryfikację poprawności jego spełnienia w przyszłości) oraz upewnić się, że klient to ryzyko rozumie. W szczególności przekazując klientom stosowne informacje należy uwzględnić: ryzyko rynkowe związane ze spadkiem wartości aktywów bazowych, na których oparty jest produkt. Konieczne jest czytelne zaprezentowanie klientowi, na jakiej formule opiera się stopa zwrotu i jak będzie się ona kształtować w różnych warunkach rynkowych (przy uwzględnieniu co najmniej aktualnych warunków rynkowych oraz sytuacji niekorzystnego kształtowania się paramentów rynkowych wpływających na stopę zwrotu produktu inwestycyjnego). Klient powinien mieć możliwość sprawdzenia ex ante rentowności i płynności produktu przy różnych scenariuszach. W przypadku dokonywania porównań pomiędzy instrumentami istotne jest dobranie adekwatnej pod względem profilu (zwrotu i ryzyka) bazy do analizowanej inwestycji. Ryzyko upadłości bądź niewypłacalności podmiotu, który dysponuje powierzonymi środkami (jeżeli środki nie są objęte gwarancjami ustawowymi). Potencjalny klient powinien zostać poinformowany, jaka część jego środków podlega ochronie oraz na czym ta ochrona polega. Jeżeli środki nie są objęte ustawowym systemem gwarantowania zainwestowanych środków, należy zapoznać klienta z oceną wiarygodności finansowej podmiotu, który dysponuje powierzonymi środkami oraz wskazać, kto tej oceny dokonał, w jakich okolicznościach i według jakiej skali oceny. Ryzyko płynności związane z warunkami wycofania środków przed terminem, przy wyraźnym wskazaniu wszelkich prowizji, opłat, potrąceń i kar związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji”*.

[/http://www.knf.gov.pl/Images/praktyki_sprzedazowe_26_09_2012_tcm75-31955.pdf/](http://www.knf.gov.pl/Images/praktyki_sprzedazowe_26_09_2012_tcm75-31955.pdf/).

Jak wynika z powyższego fragmentu przedsiębiorca, aby wypełnić obowiązek informacyjny względem konsumentów musi podawać informacje o ryzykach, jakie wiążą się ze sprzedawanymi przez niego produktami. Jest to w tym przypadku szczególnie ważne, gdyż

dotyczy oszczędności konsumentów. Jak już zostało wcześniej stwierdzone podjęcie niewłaściwej decyzji dotyczącej ulokowania swoich środków pieniężnych naraża konsumentów na bardzo duże trudności finansowe. Natomiast podmiot świadczący usługi w zakresie doradztwa finansowego jako instytucja zaufania publicznego ma obowiązek wprowadzać procedury, które zapewnią, iż konsumenci będą podejmować racjonalne decyzje.

Na podstawie przedstawionych przez Spółkę wzorów *Oświadczeń, Kart informacyjnych*, z którymi zapoznanie się potwierdzają konsumenci określone zostały główne ryzyka, jakie wiążą się z powierzeniem przez konsumentów środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi:

- ryzyko utraty środków zgromadzonych w ramach Ubezpieczenia, w przypadku rezygnacji z Ubezpieczenia przed końcem Okresu Ubezpieczenia;
- ryzyko rynkowe przez które rozumie się ryzyko utraty części w płaconej Składki, gdyż w Okresie ubezpieczenia Wartość Udziału jednostkowego może ulegać znacznym wahaniom ze względu na wycenę instrumentów finansowych wchodzących w skład aktywów Funduszu;
- ryzyko kredytowe, które obejmuje ryzyko niewypłacalności emitentów instrumentów finansowych, w których lokowane są aktywa Funduszu, ryzyko kontrahentów, od których Towarzystwo Ubezpieczeń nabywa instrumenty finansowe wchodzące w skład aktywów Funduszu, oraz ryzyko depozytariuszy lub banków;
- ryzyko ograniczonej płynności, które jest związane z dokonywaniem wypłat Wartości wykupu bez możliwości wypłat częściowych w trakcie trwania Okresu ubezpieczenia.

Analiza treści skarg wykazała, iż konsumenci nie zdawali sobie sprawy z istnienia ryzyk związanych z powierzeniem środków pieniężnych w sytuacji przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Główne zarzuty, jakie stawiali cechom ww. ubezpieczeń grupowych opisanym w niniejszej decyzji dotyczyły ryzyka związanego z utratą części zapłaconej składki, w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem okresu ubezpieczenia.

Ryzyko utraty środków

Konsumenci informowali, że w sytuacji, gdy przed upływem terminu, na który zawierali umowy chcieli je rozwiązać kwota, jaka miała zostać im zwrócona była znacznie niższa niż wartość wpłaconych wcześniej środków pieniężnych.

- „*Sądziłem bowiem, że tak jak sprawę przedstawił mi (...), jest to bezpieczny produkt ze 100% gwarancją kapitału, na którym na pewno nie stracę, a w dalszej perspektywie przyniesie pewne zyski, byłem także przekonany, że produkt nie jest obciążony żadnymi dodatkowymi opłatami. Spodziewałem się – i tak mi ten produkt przedstawił i utwierdzał mnie w takim przekonaniu (...) – w najgorszym wypadku możliwości poniesienia drobnych opłat manipulacyjnych w przypadku niepowodzenia inwestycji i chęci rezygnacji, ale Doradca zataił przede mną fakt praktycznego braku możliwości wycofania się z powodu nawet 97% straty wartości zainwestowanego kapitału, którą musiałbym w takim wypadku ponieść*” (dowód: karta nr 7152),
- „*W trakcie oferowania mi produktów, zostałem jednoznacznie poinformowany, że firma Open Finance zarabia na części zysku wypracowanego z mojego kapitału i nie istnieją żadne dodatkowe koszty, które miałbym ponieść*” (dowód: karta nr 7528),
- „*(...) ponadto każde wyjście wcześniej obarczone jest ogromnymi opłatami o czym nie miałem pojęcia*” (dowód: karta nr 6859),
- „*Pracownik (...) zataiła przede mną informację o wysokiej opłacie likwidacyjnej/opłacie administracyjnej/kosztach prowadzenia rachunku, które znacznie przekraczają tzw. przeciętny poziom konsumencki i są tym samym wystarczającym powodem do unieważnienia powyższej umowy*” (dowód: karta nr 6868).

Inni konsumenci podnosili, że nie byli informowani o opłatach likwidacyjnych (dowód: karty nr 6578, 6581, 6607-6609, 6618,6640, 6859, 6889, 6905, 6916, 6921, 6928, 6958, 6964, 6984, 7048, 8151, 8207). Konsumenci podnosili również, że w przypadku rozwiązania umowy wypłacane były niższe kwoty niż wartości, które wpłacili (dowód: karty nr 6516, 7346, 7353, 7387-7383, 7606, 7804, 7864, 7915, 7974, 8101). Konsumentów zapewniano, że po określonym terminie przed upływem okresu na jaki zostały zawarte umowy będą mogli wypłacić środki pieniężne bez utraty kapitału (dowód: karty nr 7374, 7785, 7915, 8212). Konsumenci w wyniku analizy cech produktów stwierdzali, że na niższą wartość znajdujących się na kontach miały również wpływ pobierane w trakcie realizacji umowy opłaty (dowód: karty nr 7124, 7152, 7246, 7336, 7387-7383, 7518, 7529, 7590-7591, 7619, 7742, 7765, 7931, 8035, 8207).

Z powyżej przytoczonych fragmentów skarg wynika, że na podstawie przekazanych przez sprzedawców informacji konsumenci uważali, że w przypadku rozwiązania umów przed upływem terminów otrzymają przynajmniej zwrot wpłaconych środków pieniężnych. Natomiast faktycznie nie byli oni informowani, że mogą otrzymać znacznie mniejsze kwoty. W sentencji decyzji postawiono zarzut dotyczący nie informowania konsumentów o kosztach związanych z rozwiązaniem umowy. W przytoczonym wcześniej stanowisku KNF stwierdzone zostało, że konsumenci powinni być informowani o ryzyku płynności związanym z warunkami wycofania środków przed terminem, przy wyraźnym wskazaniu wszelkich prowizji, opłat, potrąceń i kar związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji. Na podstawie tych okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że konsumenci powinni być informowani o wszystkich kosztach bez względu na ich nazwy, które są pobierane z wpłaconych przez konsumentów środków, a które mają wpływ na wartość, która zostanie wypłacona w sytuacji rozwiązania umowy przed terminem. Ze skarg wynika, że nie zdawali oni sobie sprawy z tego, że są pobierane opłaty pomniejszające wartość wpłaconych środków przechowywanych na rachunkach. Dodatkowo nie wiedzieli, że wysokie opłaty są pobierane również z tytułu przedterminowego rozwiązania umów. Przedstawienie konsumentom opisanych powyżej informacji było dla nich bardzo ważne, gdyż zawierali oni umowy m.in. ze względu na możliwość ich rozwiązania przed terminem. W efekcie tego zaniechania nie mieli świadomości co do faktycznych kosztów, jakie wiążą się z oferowanymi produktami. Jak zostało wykazane we wcześniejszej części decyzji, konsumenci byli przekonani, że produkty gwarantują im korzyści finansowe nawet w sytuacji, gdy skorzystają z prawa do wycofania powierzonych środków pieniężnych przed upływem terminu na jaki zostały zawarte umowy. Sposób przedstawienia tych korzyści spowodował, że konsumenci podejmowali decyzje na podstawie ustnie przekazanych informacji. Pomimo, że w warunkach umów, z zapoznaniem się których konsumenci potwierdzali własnym podpisem były zawarte informacje o występowaniu ryzyka związanego z możliwością nieotrzymania zwrotu części lub nawet całości wpłaconych środków w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy, to jednak sugestywność przekazu, a także stosowane techniki prezentacji powodowały, że konsumenci nie zwracali na to uwagi, przy czym przedmiotem oceny niniejszego postępowania nie jest, to czy Spółka wręczała konsumentom dokumenty zawierające informacje o opłatach i kosztach. W efekcie opisanych powyżej działań konsumenci podejmowali decyzje o zawarciu umów, których by nie podjęli, gdyby sprzedawcy w sposób równie jasny i jednoznaczny przedstawiali informacje o kosztach i opłatach i innych ryzykach, jak o potencjalnych korzyściach.

Ryzyka nie osiągnięcia zysku i poniesienia straty

Konsumenci składali również skargi z uwagi na fakt, że nie zostali w sposób wystarczający poinformowani o ryzyku nie osiągnięcia zysku. Ryzyko to wynika z tego, że ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy jest zależny od zmiany wartości wystawionych instrumentów pochodnych i nie jest z góry określony, a także pobieranych opłat.

- „Nie powiedziano mi, że jest jakaś różnica między składką wpłaconą, a składką zainwestowaną” (dowód: karta nr 7364),
- „Jak się dowiedziałam później (...) oparte jest o opcje na indeks z wykorzystaniem dźwigni finansowej, a jest to jedna z najbardziej ryzykownych form inwestowania” (dowód: karta nr 7514),
- „(...) nie rozgraniczał wtedy pojęć takich jak „wartość kapitału”, „składka zainwestowana” itp. które – jak się później okazało – zmieniały w bardzo dużym stopniu charakter produktu” (dowód: karta n 7590),
- „Dodatkowo, kilkakrotnie zadawałam pytanie w/w pracownikowi, czy aby na pewno w najbardziej pesymistycznym scenariuszu (w przypadku, gdy indeks przynosi straty) otrzymam 100% wpłaconych środków. W odpowiedzi w/w sprzedawca zapewniał mnie, że otrzymam 100% wpłaconych pieniędzy plus ewentualne zyski. Później okazało się, że była to nieprawda” (dowód: karta nr 7646),
- „Zataiła przede mną informację, w jaki sposób inwestowane są wpłacane przeze mnie pieniądze (o inwestowaniu w akcje, obligacje, surowce nie wspomniała – dowiedziałam się o tym z mediów oraz od innych osób poszkodowanych)” (dowód: karta nr 6868).

Konsument poinformował, że otrzymał pismo od przedsiębiorcy, w którym opisane zostały cechy produktu oraz wyliczenia wartości, którą konsument otrzymałby, gdyby podjął decyzję o rozwiązaniu umowy. Z przedstawionych im danych wynikało, że wyliczone kwoty wynosiły znacznie mniej niż łączne wpłacane wartości (dowód: karty nr 7574, 7666).

Z ryzykiem dotyczącym możliwości nieosiągnięcia zysku wiąże się w niniejszym przypadku możliwość wystąpienia straty. Konsumenty wpłacający środki pieniężne oczekiwali, iż będą one objęte ochroną. Przez ochronę, jak to zostało stwierdzone wcześniej, konsumenci rozumieli prawo do otrzymania zwrotu równowartości wpłaconych środków pieniężnych w przypadku wypłaty z tytułu rozwiązania umów lub upływu terminów na jakie zostały one zawarte. Należy w tym przypadku zwrócić uwagę, że pobierane są różne opłaty w trakcie realizacji umowy. Dodatkowo zmienia się wartość jednostek uczestnictwa Funduszu, w oparciu o które wyliczana jest wartość rachunku. Szczegóły co do wielkości, które konsument otrzyma w momencie rozwiązania umowy, czy to z uwagi na przedterminowe rozwiązanie umowy, śmierć ubezpieczonego, czy też dożycie do końca trwania umowy są opisane w warunkach ubezpieczenia. Wielkości te opisane są jako świadczenia ubezpieczeniowe (dowód: karta nr 6607-6609, 6613, 6618, 6889, 6916, 6954, 7365, 7767).

Jedno z ryzyk związanych z wartością otrzymanych kwot dotyczy tego, że od dokonywanych wpłat są pobierane opłaty, które nie występują w przypadku wpłacenia za pośrednictwem Spółki środków pieniężnych na lokaty depozytowe oferowane przez banki. Dlatego też zostało stwierdzone, że kwota, którą otrzymają konsumenci w momencie zakończenia realizacji umowy może być niższa od łącznej kwoty wpłaconych środków. Skarżący uznali ten stan za stratę finansową. Konsumenty podnosili również nie podawanie w trakcie rozmowy informacji o tym ryzyku.

Ryzyko kredytowe oraz ograniczonej płynności

Kolejnym ryzykiem jest ryzyko kredytowe, przez które należy rozumieć możliwość wystąpienia trwałej lub czasowej niezdolności kontrahenta do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym. Jest ono również związane z sytuacją finansową emitenta.

- „Zostałem poinformowany i jednoznacznie zapewniony o stuprocentowej gwarancji kapitału, nie poinformowano mnie jednocześnie o jakimkolwiek ryzyku co do ochrony kapitału, który miałem uiszczać po podpisaniu tej umowy ubezpieczenia” (dowód: karta nr 7215).

Inni konsumenci również podnosili, że nie zostali poinformowani o żadnym z ryzyk wiążących się z produktem (dowód: karty nr 6526, 7023, 7238, 7592, 8212).

Natomiast ryzyko ograniczonej płynności, jest związane z dokonywaniem wypłaty Świadczenia Wykupu w trakcie trwania Okresu Ubezpieczenia lub realizacji przeniesień środków pomiędzy Funduszami.

Przedmiotowe ryzyka związane są z funkcjonowaniem Funduszu, w który są zainwestowane środki, na co nie ma wpływu ubezpieczający. Z jednej strony dotyczy to funkcjonowania rynku oraz wypłacalności emitenta, ale również dokonywanych wypłat z Funduszu, czy innych zmniejszeń jego wartości.

Powyżej przytoczone ryzyko jest związane z cechami przedmiotowych produktów. Są one produktami inwestycyjnymi. Ryzyko to wiąże się z niepewnością ostatecznego efektu inwestycyjnego, a więc wartości jaką konsument może otrzymać na koniec okresu trwania umowy. Skarżący, jak zostało to szczegółowo opisane w części określającej model przeciętnego konsumenta, nie mieli wiedzy na temat cech zakupionych produktów. Aby zrozumieć specyfikę tych produktów konieczne byłoby ich precyzyjne przedstawienie przez sprzedawców. Dodatkowo konsumenci zwracali uwagę że zadawali sprzedawcom konkretne pytania w celu upewnienia się co do braku ryzyk i zagrożeń (dowód: karty nr 7215, 7590, 7372).

Spółka poinformowała również Urząd, że w przypadku wszystkich z analizowanych w niniejszej sprawie produktów nie występuje pewność w odzyskaniu całkowitej wpłaconej kwoty. Może wystąpić sytuacja, gdy na koniec okresu ubezpieczeniowego konsumenci nie odzyskają środków z tytułu wpłaconych jednorazowo lub wpłaconych systematycznie kwot (dowód: karty nr 6422).

Jednocześnie w opinii Prezesa informacje przekazywane przez przedsiębiorcę sprzedawcom w formie prezentacji i maili, wzorów dokumentów stosowanych przy prezentacji nie zawierały szczególnych wskazań, co do informowania konsumentów o występujących ryzykach jakie wiążą się z przedmiotowymi produktami.

Z analizy otrzymanych skarg wynika, że konsumenci nie zdawali sobie sprawy z istnienia ryzyk. W skargach opisywali jedynie pewność otrzymania zwrotu równowartości powierzonych środków. Dlatego też zostało stwierdzone, że nie przekazywano konsumentom w sytuacji proponowania im przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym informacji o ryzyku utraty całości środków, a które to ryzyko było znane doradcom finansowym w tym czasie. W efekcie tego konsumenci w momencie podejmowania decyzji o przystąpieniu do ubezpieczeń nie byli świadomi istnienia opisanego powyżej ryzyka. Biorąc pod uwagę konsekwencje jakie wiążą się z tym ryzykiem, a więc możliwość utraty wszystkich oszczędności, przekazanie konsumentom informacji o istnieniu tego ryzyka było dla nich bardzo ważne.

Jak zostało ustalone w części zawierającej charakterystykę konsumenta oraz opis statusu przedsiębiorcy instytucje finansowe oferują konsumentom produkty wiążące się z ryzykiem utraty powierzonych im środków. Przedmiotowa sprawa dotyczy produktów oferowanych przez doradców finansowych, których cechy nie są dobrze znane konsumentom. Dodatkowo istotne znaczenie w tym przypadku miały oczekiwania konsumentów co do oferowanych produktów wynikające z przekazanych im informacji. Konsumenci jako nieprofesjonalni uczestnicy rynku finansowego nie mający podstawowej wiedzy o sposobie działania przedstawianych im produktach o cechach inwestycyjnych nie mogli rozumieć użytych przez sprzedawców pojęć zgodnie z definicjami użytymi w warunkach ubezpieczeń, regulaminach, czy też innych dokumentach. Użyte pojęcia rozumieli zgodnie z ich znaczeniem potocznym. Szczególnie dotyczy to pojęcia „Składki zainwestowanej”, które nie musi oznaczać całości wpłaconych środków pieniężnych, a jedynie część z nich. To na sprzedawcy, który oferuje każdemu potencjalnemu klientowi skomplikowane produkty

odmienne swym charakterem od standardowo oferowanych lokat terminowych, będących najpopularniejszą formą oszczędzania, ciąży obowiązek udzielenia wyjaśnień na tyle szczegółowych informacji, aby umożliwić im podjęcie racjonalnych decyzji w zakresie dysponowania swoimi ograniczonymi środkami.

Ze względu na powyższe, tak ważne jest, aby rodzaj przekazywanych informacji był dostosowany do sprzedawanych produktów oraz wiedzy konsumentów, a także ich nastawienia odnośnie poziomu ryzyka, jaki mogą zaakceptować. Dodatkowo ważna jest sytuacja finansowa konsumenta. Dlatego też zostało uznane, że Spółka nie wykonywała obowiązku przekazywania pełnych i rzetelnych informacji o przedmiotowym ryzyku.

Spółka dostarczyła dokumenty określone jako *prezentacje produktowe dotyczące grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi*. Materiały te zawierają informacje o cechach produktów w postaci potencjalnie możliwych do osiągnięcia korzyści, symulacji wyników historycznych, w postaci danych liczbowych, wykresów, tabel. Natomiast w końcowych częściach prezentacji pod nazwą „Zastrzeżenia prawne” umieszczone zostały informacje i przypisy dotyczące charakteru ubezpieczenia, wyjaśnienia dotyczące ryzyk, do których odnosiła się prezentacja w części głównej. Analiza struktury tych prezentacji potwierdza fakt, iż Spółka procentowo poświęca dużo więcej miejsca opisom związanym z korzyściami, jakie ewentualnie może osiągnąć konsument niż ewentualnym zagrożeniom oraz ryzykom. Zostały one podane na zakończenie prezentacji w formie przypisów. W wyniku analizy tych dokumentów Prezes Urzędu stwierdził, iż w materiałach zawierających informacje o produktach przekazywanych pracownikom większość miejsca poświęcono potencjalnym korzyściom, a nie ryzyku oraz kosztom, jakie wiążą się z powierzeniem środków pieniężnych. Dodatkowo ewentualne korzyści standardowo były przedstawione w sposób czytelniejszy, tj. użyto większej czcionki, użyto pogrubień, wypunktowania. Natomiast specjalnych sposobów przedstawienia w sposób przystępny standardowo nie zastosowano w przypadku opisu ryzyk. Przedmiotowy wniosek potwierdza zarzut postawiony w sentencji decyzji, że ilość przekazywanych informacji o potencjalnych korzyściach jakie mogą wynikać z zakupionych produktów powodowała, że konsumenci nie identyfikowali zagrożeń, jakie z nich wynikały.

Skuteczność stosowanych praktyk skierowanych do konsumentów, mających na celu doprowadzenie ich do podjęcia decyzji zgodnych z oczekiwaniem przedsiębiorcy, można ocenić po sposobie postępowania konsumentów po upływie pewnego czasu od zawarcia umów. W tym przypadku ważne jest to, że konsumenci w skargach stawiali zarzuty co do cech produktów, gdyż po pewnym czasie realizacji umów przekonywali się, że nie zgadzają się one z deklaracjami sprzedawców. Najczęściej konsumenci byli rozczarowani tym, że nie mogą otrzymać zwrotu całości wpłaconych środków pieniężnych na żądanie oraz pobieraniem znacznych kwot w trakcie realizacji umowy i przy rozwiązaniu umów.

Konsumenci o faktycznych ryzykach jakie wiążą się produktami dowiadywali się również z zewnętrznych źródeł:

- *„Po przeanalizowaniu informacji zebranych na własną rękę w Internecie oraz dzięki przychylności osób trzecich dowiedziałem się, że gwarancja obejmuje 100% wartości rachunku w dacie umorzenia – pomniejszona o opłaty, prowizje, umorzone składki oraz notowania funduszu. Nie zgadza się to z tym co zostało mi przedstawione przez doradcę”* (dowód: karta nr 7747),

- *„Gdyby nie życzliwość postronnych osób mogłabym nigdy nie dowiedzieć się o istnieniu takich obwarowań, a przecież pierwszą osobą, która w moim mniemaniu ma w sposób uczciwy zarządzać moimi pieniędzmi i powinna informować klientów o tak*

ważnych rzeczach jest doradca finansowy, czego ten nie uczynił działając w ten sposób umyślnie na szkodę klienta,, (dowód: karta nr 7767),

- „Po upływie dwóch m-cy usłyszałem w TV o dużych skargach klientów na sposób sprzedaży bezp.. takich jak ja zakupilem” (dowód: karta nr 8099), „Teraz dowiedziałem się (po publikacjach w prasie i Internecie), że nie mogą wycofać się z podpisanej w dniu (...) umowy na w/w produkt bezkosztowo przed upływem 10 czy 15 lat (...)” (dowód: karta nr 8151).

Inni konsumenci również podnosili, że o faktycznych cechach produktów dowiadawali się od osób trzecich (dowód: karty nr 7931, 6951, 6984, 6996, 6868).

Ważne przy ocenie niniejszej sprawy jest to, że skarżący informowali o zaistniałych problemach instytucje nadzorcze oraz instytucje ustawowo zajmujące się ochroną interesów konsumentów. Kierowali pisma do Komisji Nadzoru Finansowego, Rzecznika Ubezpieczonych, Arbitra Bankowego (dowód: karty nr 7197, 7415, 7606, 7656, 7751, 7890, 7883). Świadczy to o tym, że konsumenci byli rozczarowani niezgodnością faktycznych cech produktów z cechami przedstawionymi im przez sprzedawców. Dlatego też Prezes Urzędu uznał, że w sytuacji, gdyby konsumenci zdawali sobie sprawę z ryzyk, a także kosztów jakie wiążą się z realizacją tych umów, nie podjęliby decyzji o przystąpieniu do tych ubezpieczeń. Spółka przedstawiła dane dotyczące wpływających do niej skarg konsumentów w związku z przystąpieniami konsumentów do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z UFK od 2011r. (dowód: karty nr 6510). Z uwagi na fakt, że Spółka otrzymywała liczne skargi konsumentów dotyczące m.in. przekazywanych im informacji o cechach produktów ubezpieczeniowych, miała świadomość istniejącego problemu. Jednak z przekazanych Prezesowi Urzędu dokumentów nie wynika, aby podjęła działania, które zapewniłyby zmianę sposobu prezentowania cech produktów przez sprzedawców.

Na podstawie powyżej przedstawionej analizy Prezes Urzędu stwierdził, że część z konsumentów zgłaszających się do Spółki posiadających oszczędności chciała je powierzyć w ramach lokat terminowych. Sprzedawcy dowiadując się, że konsumenci chcą podjąć decyzję o powierzeniu środków pieniężnych proponowali im rozwiązanie określane jako korzystniejsze od standardowych lokat terminowych. Przedstawiali możliwość osiągnięcia znacznych korzyści poprzez prezentowanie konkretnych kwot, jakie będą wypłacane na koniec okresu umowy. Na zadawane przez konsumentów pytania dotyczące np. możliwości wypłaty środków pieniężnych w dowolnym czasie, czy też bardzo długiego czasu trwania umów sprzedawcy udzielali odpowiedzi w sposób utwierdzający ich w przeświadczeniu, że zawierają bardzo korzystne dla nich umowy. Korzyści jakie przedstawiali sprzedawcy zostały szczegółowo opisane wcześniej, dotyczyły one w szczególności przedterminowego wycofania własnych środków pieniężnych. Przytoczone fragmenty są jedynie przykładami, w jaki sposób konsumenci odbierali przedstawiane im przez sprzedawców informacje.

W opinii Prezesa Urzędu sposób oraz obszerność przedstawiania korzyści w porównaniu z ewentualnymi informacjami o możliwości wystąpienia ryzyk opisanych wcześniej powodował, że konsumenci podejmowali decyzje pod wpływem błędnego przeświadczenia o cechach oferowanych im produktów, w szczególności co do ryzyk. Mieli oni przeświadczenie, że powierzając środki pieniężne w ramach oferowanych produktów otrzymywali gwarancje, jakie dają lokaty terminowe.

W niniejszej sprawie przeanalizowano brzmienie dokumentów, z którymi konsumenci mogli się zapoznać w momencie ich podpisywania i na których składali swoje podpisy. Ich brzmienie zostało omówione wcześniej. Informacje zawarte w podpisywanych dokumentach zostały sformułowane w taki sposób, że wymagają specjalistycznej wiedzy nie tylko w zakresie produktów bankowych, ale produktów inwestycyjnych. Użyte były m.in. pojęcia:

fundusz, dzień wyceny, wartość rachunku udziałów, wartość udziałów jednostkowych, składka, składka za ryzyko, wartość wykupu, instrumenty finansowe. Pojęcia te nie są zwrotami, których konsument używa w życiu codziennym i nie funkcjonują one w słownictwie potocznym. Analiza ww. dokumentów wykazała, że miały one charakter wzorów podpisywanych przez konsumentów. Jak to zostało opisane wcześniej, konsument udający się do placówki Spółki, do której ma pełne zaufanie, zawierał informacjom przekazywanym przez sprzedawcę. Wierzył, że informacje jakie zostały mu przekazane ustnie były najważniejszymi dla niego. Tym samym wprowadzenie do stosowania dokumentów w formie wzorów w postaci przedstawionej przez Spółkę tj. oświadczeń, wykresów, kwestionariusza Analizy Finansów Osobistych nie gwarantowało przekazania przez sprzedawców w trakcie rozmowy bezpośredniej konsumentom pełnych i rzetelnych informacji zarówno o zyskach, korzyściach, jak i ryzykach z jakimi wiązało się powierzenie środków pieniężnych w przedmiotowe produkty.

Z zacytowanych wcześniej fragmentów skarg wynika, że konsumenci w trakcie rozmowy deklarowali cechy produktów, które są dla nich najważniejsze. Wielokrotnie podkreślali, że dopytując się chcieli potwierdzić posiadane przez przedmiotowe produkty cechy, aby nie podjąć błędnej decyzji. Postępowanie konsumentów w trakcie rozmowy świadczy o tym, że mogli uznać, że sprzedawca znając ich preferencje w szczególności dotyczące możliwości otrzymania zwrotu środków na żądanie nie przedstawi im dokumentów dotyczących produktu, który nie gwarantuje możliwości odzyskania przynajmniej równowartości wpłaconych środków.

Z przekazanych przez Spółkę dokumentów nie wynika, aby zostały podjęte działania mające na celu zapewnienie konsumentom przekazanie przez sprzedawców rzetelnych, prawdziwych i niewprowadzających w błąd informacji.

Zgodnie z orzecznictwem Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – dalej także SOKiK, przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży¹². Można stąd wnioskować, że konsument na każdym etapie zawarcia umowy ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

W niniejszej sprawie przeciętny konsument miał prawo do otrzymania pełnych, rzetelnych, niewprowadzających go w błąd informacji o cechach oferowanych produktów, w szczególności miał prawo do otrzymania informacji o wszelkich ryzykach jakie wiążą się z inwestowaniem oszczędności w przedmiotowe produkty. Informacje na temat korzyści, ale również zagrożeń oraz kosztów powinny być podawane w sposób pełny, nie zdominowany przez jeden z rodzajów informacji. Konsumenci nie musieli się spodziewać, że przychodząc do Spółki i chcąc powierzyć swoje oszczędności mogli zawrzeć umowy, na podstawie których przystąpili do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, co wiązało się z powstaniem zobowiązania długoterminowego. W wyniku przekazanych konsumentom informacji w trakcie ich wizyt w placówce Spółki, nawet ostrożni i uważni, a także wyedukowani konsumenci przy dochowaniu należytej staranności mogli podjąć decyzje o podpisaniu przedłożonych dokumentów, w efekcie czego wyrażali zgodę na przystąpienie do ubezpieczeń, których by nie podjęli, gdyby przedsiębiorca nie stosował zakwestionowanej w niniejszej decyzji praktyki.

¹² wyrok SOKiK z dnia 19.12.2007 roku, sygn. XVII Ama 64/07 potwierdzony w wyroku Sądu Apelacyjnego z dnia 8.10.2008 roku, sygn. VI ACa 656/08.

Mając na względzie wszystkie przytoczone powyżej okoliczności stwierdzono, że Spółka stosowała praktykę naruszającą dobre obyczaje. Przez dobry obyczaj w niniejszej sprawie należy uznać dostarczanie konsumentom pełnych informacji zarówno o korzyściach jak i ryzykach jakie wiążą się z produktami w takiej ilości, aby konsument mógł podjąć racjonalną decyzję co do rozporządzania swoim mieniem.

Powyżej przedstawiona analiza zaistniałych okoliczności zawierania umów przez konsumentów pozwoliła Prezesowi Urzędu na uznanie, że konsumenci co najmniej podejmowali decyzje przystąpienia do ubezpieczeń, których by nie podejmowali, gdyby posiadali pełną wiedzę o cechach oferowanych produktów w szczególności o ryzykach, jakie wiążą się z tymi produktami.

W związku z faktem, że zaistniały łącznie przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy oraz godzenie w zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu uznał ocenianą praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Stwierdzenie zaniechania stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

W trakcie prowadzonego postępowania Spółka poinformowała, że zaprzestała oferowania konsumentom możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi (dowód: karty nr 6510, 6644). Spółka oświadczyła, że ostatnie przystąpienie klienta do ww. ubezpieczenia miało miejsce 27 października 2013r. (dowód: karty nr 6644, 6856). Został również dostarczony komplet dokumentów dotyczący tego ubezpieczenia (dowód: karty nr 6648-6660).

W związku z powyższym uzasadnione stało się uznanie na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wyżej opisanej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzenie zaniechania jej stosowania z dniem 28 października 2013 r.

Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie I sentencji decyzji.

Ad II Środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (rozstrzygnięcie w punkcie II sentencji decyzji)

Prezes Urzędu nałożył na Spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 27 ust. 2 i 4 uokik, wskazany w sentencji decyzji środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Wobec decyzji wydawanej na podstawie art. 27 ust. 2 uokik, przepis art. 26 ust. 2 uokik znajduje odpowiednie zastosowanie. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca zaniechanie jej stosowania może zatem zawierać elementy dodatkowe, m.in. w postaci: zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie lub zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy, zmierzające do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środka zmierzającego do usunięcia skutków stosowanej praktyki przez poinformowanie konsumentów o stosowanej

praktyce dotyczącej przystępowania do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi.

Jak uznał Prezes Urzędu, Spółka zaniechała stosowania wskazanej w punkcie I sentencji niniejszej decyzji praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z dniem 28 października 2013 r.

W dacie wydania przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji trwają jednak skutki stosowanej przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Część z konsumentów może być nadal w sporze ze Spółką co do okoliczności, w jakich przystąpili oni do grupowych ubezpieczeń. W świetle powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, konieczne jest określenie Spółce środka usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów polegającego na umieszczeniu punktu I sentencji niniejszej decyzji na oficjalnej stronie internetowej Przedsiębiorcy o adresie www.open.pl lub innym obowiązującym w trakcie obowiązku utrzymania publikacji.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. obowiązek publikacyjny zmierza do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez przekazanie do możliwie najszerszego kręgu odbiorców (konsumentów – również tych niebędących klientami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniu przedsiębiorcy uznanym za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną; ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób należy przekazywać konsumentom informacje, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku naruszenia interesów konsumentów muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej. Zastosowanie tego środka umożliwi niezwłoczne dotarcie informacji o wydanej decyzji do dużej liczby konsumentów korzystających z usług Spółki. Przedmiotowe ogłoszenie powinno być zamieszczane przez minimum 1 rok od uprawomocnienia się decyzji.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

Ad III Kara pieniężna

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Zawodowy (profesjonalny) charakter świadczenia usług wymaga prowadzenia działalności w sposób zapewniający poszanowanie dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów, co wiąże się z respektowaniem obowiązujących przepisów prawa.

Ustalając wysokość poszczególnych kar pieniężnych Prezes Urzędu w pierwszej kolejności przeprowadził ocenę wagi stwierdzonych naruszeń przepisów, ustalając kwotę bazową, będącą podstawą do dalszych obliczeń. Następnie rozważono, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy występują okoliczności łagodzące lub obciążające, uzasadniające odpowiednio zmniejszenie lub zwiększenie kwoty bazowej, a także jaki wpływ powinny mieć te okoliczności na wysokość kary pieniężnej. W dalszej kolejności sprawdzono, czy tak obliczona kara nie przekracza maksymalnej wysokości kary, jaka została przewidziana w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Przedsiębiorca w 2013r. osiągnął przychód w wysokości (tajemnica przedsiębiorstwa) zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorstwa) (dowód: karty nr 6842-6848), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to (tajemnica przedsiębiorstwa) zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorstwa)).

Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I sentencji decyzji. Zakwestionowana praktyka dotyczyła przekazywanych konsumentom przez sprzedawców informacji o grupowych ubezpieczeniach na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w sposób wprowadzający konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów.

Biorąc pod uwagę fakt, iż przedmiotowa praktyka naruszała interesy konsumentów Prezes Urzędu za celowe uznał nałożenie na Spółkę kary pieniężnej, o jakiej mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W przedmiotowym przypadku ustalając wyjściowy poziom kary pieniężnej wzięto pod uwagę naturę naruszenia. W efekcie stosowania zakwestionowanej praktyki konsumenci powierzali swoje oszczędności przy czym oczekiwali, iż warunki realizacji umów oraz ryzyka jakie wiążą się z tymi produktami są inne niż faktyczne ich cechy. Tym samym podejmowali decyzje inne, niż decyzje, które by podejmowali, gdyby dysponowali pełną, rzetelną informacją.

Analizując powyższą sytuację stwierdzone zostało, iż Spółka dopuściła się stosowania praktyki na etapie przedkontraktowym, tj. na etapie przed zawarciem kontraktu.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu bierze pod uwagę spełnienie przesłanki określonej w ww. przepisie tj. uznanie, iż naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. W niniejszej sprawie zgromadzono informacje dotyczące rozmów przeprowadzanych z konsumentami dotyczących ich przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Informacje te pochodziły od konsumentów, którzy zawarli umowy oraz od Spółki, która dostarczyła wewnętrzną korespondencję. Analiza tych dokumentów pozwoliła na uznanie, że Spółka stosowała praktykę naruszającą interesy konsumentów. Nakładając karę pieniężną, uwzględniono całokształt okoliczności sprawy, z których wynika że nie ma dowodów wyraźnej intencji wskazującej na umyślne naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Zebrane w trakcie postępowania wyjaśnienia i informacje wskazują zatem na działanie nieumyślne. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

Na podstawie zgromadzonych informacji stwierdzone zostało, iż konsumenci wnosili skargi na okoliczności umów zawartych już w 2008r. Dodatkowo niektóre z informacji

przekazywanych pracownikom drogą mailową były wysyłane od 2010r. W kontekście analizy wagi stwierdzonego naruszenia na podstawie tych danych zostało stwierdzone, że praktyka była stosowana długotrwale. Uwzględnione zostało również to, że praktyka była stosowana na terenie całego kraju.

W oparciu o osiągnięty przez Przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (tajemnica przedsiębiorstwa) % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2013r., czyli na poziomie tajemnica przedsiębiorstwa zł (słownie: tajemnica przedsiębiorstwa).

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, że należy wziąć pod uwagę okoliczność obciążającą, którą jest znaczny zasięg naruszenia. Oceniane działanie Spółki dotyczy wszystkich konsumentów, którzy skorzystali z usług przedsiębiorcy. Zarówno tych, którzy umowy wypowiedzieli, jak i tych, których umowy wciąż są realizowane. Praktyką zostali dotknięci konsumenci z terenu całego kraju, przy czym należy zwrócić uwagę na masowy charakter usług świadczonych przez stronę niniejszego postępowania. Powyższe okoliczności świadczą o bardzo dużym zasięgu stosowanej praktyki, która oddziaływała na znaczną liczbę konsumentów, co uzasadnia podwyższenie wymiaru kary o (tajemnica przedsiębiorstwa) %.

Z dokonanych ustaleń wynika także, że Spółka wycofała z własnej oferty grupowe ubezpieczenia na życie i dożycie z UFK, których dotyczyła praktyka opisana w pkt I sentencji niniejszej decyzji, co znalazło wyraz w postaci obniżenia obliczanej kary pieniężnej o (tajemnica przedsiębiorstwa) %.

W efekcie powyższych okoliczności kara wyliczona w oparciu o wielkość bazową została podwyższona o (tajemnica przedsiębiorstwa) % i wyniosła (tajemnica przedsiębiorstwa) zł.

Przedmiotowa decyzja dotyczy praktyki Spółki związanej z pozyskiwaniem środków pieniężnych konsumentów w wyniku przekazania informacji wprowadzających ich w błąd. W efekcie tego konsumenci mogą ponieść znaczne straty ekonomiczne poprzez utratę nawet całości wpłaconych środków. Istotne jest w tym przypadku to, że ilość wpływających do Urzędu skarg świadczy o powszechności stosowanej praktyki. Biorąc pod uwagę możliwość poniesienia przez konsumentów dotkliwych strat, przy jednoczesnej możliwości osiągnięcia przychodów przez Spółkę, Prezes Urzędu uznał, że powyższa wyliczona kara nie spełniałaby swojej funkcji, zwłaszcza w zakresie prewencji ogólnej oraz nie odstraszałaby samej Spółki przed popełnianiem podobnych naruszeń w przyszłości. Z tego względu Prezes UOKiK zdecydował się zastosować **nadzwyczajne podwyższenie kary** w stosunku do praktyki określonej w pkt. I. Ze względu na naruszenie interesu konsumentów w stopniu znacznym oraz mając na względzie konieczność podkreślenia represyjnej i prewencyjnej funkcji kary, Prezes uznał za konieczne podniesienie kwoty kary o (tajemnica przedsiębiorstwa) % do poziomu tajemnica przedsiębiorstwa złotych.

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

W związku z powyższym ustalono wysokość kary na kwotę 1 673 546 złotych (słownie: jednego miliona sześciuset siedemdziesięciu trzech tysięcy pięciuset czterdziestu sześciu

złotych), co stanowi (tajemnica przedsiębiorstwa) % osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2013 r. przychodu oraz (tajemnica przedsiębiorstwa) % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest ona adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że orzeczona kara powinna pełnić funkcję dyscyplinującą i prewencyjną tak, aby zapobiec w przyszłości stosowaniu podobnych naruszeń. Niniejsza kara powinna pełnić również funkcję edukacyjną i wychowawczą, a także podkreślać naganność zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu zachowań Przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie III sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Ad IV Koszty postępowania

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie natomiast z art. 264 § 1 k.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **30 złotych** (słownie: trzydziestu złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się 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 jedn. Dz.U. z 2014r. poz. 101 z późn. zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH
Maciej Fragsztajn