



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

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

Poznań, dnia 30 września 2013r.

RPZ-61/10/13/JM

DECYZJA nr RPZ 28/2013

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

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, stosowanie przez SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, o treści:

1. „Kolejność zastosowania monitów przez pożyczkodawcę jest dowolna, jednak pożyczkodawca zobowiązuje się nie wysyłać monitów pisemnych przedsądowych wezwań do zapłaty wcześniej niż po 7 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności pożyczki (zwrotu pożyczki) pierwsze wezwanie oraz po 21 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności zwrotu pożyczki drugie wezwanie (...). Określa się następującą wysokość opłat windykacyjnych: 2. opłata za monit telefoniczny 5,00 zł; 3. opłata za monit pisemny (przedsądowe wezwanie do zapłaty) 50,00 zł; 4. opłata za wizytę windykacyjną w miejscu zamieszkania lub miejscu pracy pożyczkobiorcy (opłata terenowa) 80,00 zł” (rozdz. 9 pkt 5 i 7 Regulaminu pożyczek gotówkowych)
2. „Koszty związane z nieterminową spłatą pożyczki: (...) opłata za wezwanie do zapłaty wysłane listem poleconym- 50,- pln za każde wezwanie. Pierwsze wezwanie do zapłaty- 7 dni od dnia zapadalności pożyczki. Drugie wezwanie do zapłaty- 21 dni od dnia zapadalności pożyczki, - opłata za monit telefoniczny (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, - opłata za monit sms (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, opłata za windykację terenową- 80,- pln za zdarzenie windykacyjne” (Tabela oprocentowań, opłat i prowizji dla pożyczek udzielanych przez Sildex Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Strzeszyńska 31)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, naruszenie przez SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez

nieinformowanie w umowach pożyczki o: kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym, zasadach dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co jest sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 15, 20 i 21 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126, poz. 715 ze zm.)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

III. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, naruszenie przez SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez zamieszczenie w Regulaminie pożyczek gotówkowych oraz wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki nierzetelnych informacji wskazujących, że konsument jest zobowiązany do zwrotu kwoty pożyczki wraz z odsetkami niezwłocznie, nie później niż w terminie 3 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co jest sprzeczne z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

IV. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, zastrzeżenie sobie przez SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu możliwości obciążenia konsumenta, w razie odstąpienia od umowy pożyczki bez podania przyczyny w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia, opłatą przygotowawczą oraz opłatą za poręczenie spłaty pożyczki udzielane przez podmiot współpracujący z SILDEX Sp. z o.o., co jest sprzeczne z art. 54 ust. 1 i 4 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

V. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, niewskazywanie przez SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu w reklamach w formie ulotek oraz w reklamach zamieszczanych w internecie, zawierających dane dotyczące kosztu pożyczki, informacji o: stopie oprocentowania pożyczki i opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie pożyczki, całkowitej kwocie pożyczki, rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta- na podstawie reprezentatywnego przykładu, co jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania- w zakresie reklam w formie ulotek z dniem 14 sierpnia 2013r., w zakresie reklam zamieszczanych na stronie www.sildex.pl z dniem 11 maja 2013r., a w zakresie reklam zamieszczonych na stronie www.tablica.pl z dniem 19 września 2013r.

VI. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, prezentowanie przez SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu w reklamach w formie ulotek oraz ogłoszeń zamieszczanych w internecie haseł: „Pożyczki bez BIK!”, „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania- w zakresie reklam w formie ulotek z dniem 14 sierpnia 2013r., a w zakresie reklam zamieszczanych na stronie www.tablica.pl z dniem 19 września 2013r.

VII. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **nakłada się** na SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 364 zł (słownie: trzysta sześćdziesiąt cztery zł), płatną do budżetu państwa
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 364 zł (słownie: trzysta sześćdziesiąt cztery zł), płatną do budżetu państwa
3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt III sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 364 zł (słownie: trzysta sześćdziesiąt cztery zł), płatną do budżetu państwa
4. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt IV sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 729 zł (słownie: siedemset dwadzieścia dziewięć zł), płatną do budżetu państwa
5. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt V sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 291 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt jeden zł), płatną do budżetu państwa
6. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt VI sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 291 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt jeden zł), płatną do budżetu państwa.

Uzasadnienie

Postanowieniem z dnia 30 sierpnia 2012r. sygn. akt RPZ-403/57/12/JM Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, mające m.in. na celu wstępne ustalenie, czy działania SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (dalej: Spółka) związane z udzielaniem pożyczek konsumentom, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Działania Spółki były ponadto przedmiotem badania Prezesa Urzędu w ramach postępowania wyjaśniającego wszczętego postanowieniem z dnia 17 stycznia 2013r. sygn. akt RPZ-403/2/12/AC. Celem tego postępowania była kontrola działań reklamowych pozabankowych instytucji finansowych oferujących pożyczki konsumentom.

W wyniku podjętych czynności Prezes Urzędu ustalił, że Spółka udziela konsumentom pożyczek gotówkowych w wysokości: 300 zł, 600 zł, 900 zł, 1200 zł i 1500 zł na okres 15 lub 30 dni. Umowy z konsumentami Spółka zawiera za pośrednictwem swoich przedstawicieli handlowych zwanych partnerami bądź bezpośrednio w swojej siedzibie. Konsument może złożyć wniosek o pożyczkę wypełniając formularz zgłoszeniowy na stronie internetowej www.sildex.pl, za pośrednictwem partnera Spółki lub poprzez wysłanie SMS-a, po otrzymaniu którego pracownik Spółki kontaktuje się z konsumentem w celu uzyskania bliższych informacji. Wysokość pożyczki zależy od oceny ryzyka kredytowego konsumenta i wysokości jego dochodów. Prezes Urzędu ustalił ponadto, że Spółka reklamuje swoje usługi

poprzez stronę internetową www.sildex.pl, ogłoszenia zamieszczone na stronie internetowej www.tablica.pl oraz ulotki.

Ocena materiału dowodowego zgromadzonego w ww. postępowaniach dała podstawę do wszczęcia przeciwko Spółce, postanowieniem z dnia 30 kwietnia 2013r., postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

I. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kpc, o treści:

1. „Kolejność zastosowania monitów przez pożyczkodawcę jest dowolna, jednak pożyczkodawca zobowiązuje się nie wysyłać monitów pisemnych przedsądowych wezwań do zapłaty wcześniej niż po 7 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności pożyczki (zwrotu pożyczki) pierwsze wezwanie oraz po 21 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności zwrotu pożyczki drugie wezwanie (...). Określa się następującą wysokość opłat windykacyjnych: 2. opłata za monit telefoniczny 5,00 zł; 3. opłata za monit pisemny (przedsądowe wezwanie do zapłaty) 50,00 zł; 4. opłata za wizytę windykacyjną w miejscu zamieszkania lub miejscu pracy pożyczkobiorcy (opłata terenowa) 80,00 zł” (rozdz. 9 pkt 5 i 7 Regulaminu pożyczek gotówkowych)
2. „Koszty związane z nieterminową spłatą pożyczki: (...) opłata za wezwanie do zapłaty wysłane listem poleconym- 50,- pln za każde wezwanie. Pierwsze wezwanie do zapłaty- 7 dni od dnia zapadalności pożyczki. Drugie wezwanie do zapłaty- 21 dni od dnia zapadalności pożyczki, - opłata za monit telefoniczny (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, - opłata za monit sms (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, opłata za windykację terenową- 80,- pln za zdarzenie windykacyjne” (Tabela procentowań, opłat i prowizji dla pożyczek udzielanych przez Sildex Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Strzeszyńska 31)

II. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieinformowanie w umowach pożyczki o: kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym, zasadach dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co może być sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 15, 20 i 21 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126, poz. 715 ze zm.)

III. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez zamieszczenie w Regulaminie pożyczek gotówkowych oraz wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki nierzetelnych informacji wskazujących, że konsument jest zobowiązany do zwrotu kwoty pożyczki wraz z odsetkami niezwłocznie, nie później niż w terminie 3 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może być sprzeczne z art. 54 ust. 2 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

IV. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zastrzeżeniu sobie możliwości obciążenia konsumenta, w razie odstąpienia od umowy pożyczki bez podania przyczyny w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia, opłatą przygotowawczą oraz opłatą za poręczenie spłaty pożyczki udzielane przez podmiot współpracujący z SILDEX Sp. z o.o., co może być sprzeczne z art. 54 ust. 1 i 4 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

V. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niewskazywaniu w reklamach w formie ulotek oraz w reklamach zamieszczanych w internecie, zawierających dane dotyczące kosztu pożyczki, informacji o: stopie oprocentowania pożyczki i opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie pożyczki, całkowitej kwocie pożyczki, rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta- na podstawie reprezentatywnego przykładu, co może być sprzeczne z art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ww. ustawy o kredycie konsumenckim

VI. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na prezentowaniu w reklamach w formie ulotek oraz ogłoszeń zamieszczanych w internecie haseł: „Pożyczki bez BIK!”, „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206).

Spółka, zawiadomiona o wszczęciu postępowania administracyjnego, pismem z dnia 29 lipca 2013r. wniosła o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zobowiązując się do:

1. zmiany stosowanych dotychczas wzorców umów w części dotyczącej tzw. opłat windykacyjnych poprzez: ustalenie opłat windykacyjnych na poziomie rzeczywistych nakładów, tj. 1 zł za monit telefoniczny, 10 zł za pisemne wezwanie do zapłaty, 40 zł za wizytę windykacyjną w granicach miasta Poznań, 80 zł za wizytę windykacyjną poza granicami miasta Poznań oraz ustalenie harmonogramu podejmowania czynności wiążących się z obciążeniem konsumenta opłatą windykacyjną według następujących reguł:
 - czynności mogą być podejmowane najwcześniej w dniu następującym po umówionym dniu zwrotu pożyczki
 - monit telefoniczny maksymalnie raz w tygodniu, nie więcej niż 10 razy w odniesieniu do jednej umowy pożyczki
 - pisemne wezwanie do zapłaty maksymalnie raz w tygodniu, nie więcej niż 5 razy w odniesieniu do jednej umowy pożyczki
 - wizyta windykacyjna maksymalnie raz w tygodniu, nie więcej niż 3 razy w odniesieniu do jednej umowy pożyczki
 - wystosowanie pisemnego wezwania do zapłaty nie może nastąpić przed upływem 7 dni od dnia dokonania pierwszego monitu telefonicznego
 - wizyta windykacyjna nie może nastąpić przed upływem 7 dni od dnia wystosowania pierwszego wezwania do zapłaty
2. zmiany wzorca umowy pożyczki poprzez dodanie informacji o: kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym, zasadach dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów
3. wprowadzenia 30- dniowego terminu zwrotu kwoty pożyczki w razie odstąpienia przez konsumenta od umowy pożyczki. Ewentualnie- w razie zgodności takiego zapisu z prawem- Spółka wniosła o zobowiązanie jej do wprowadzenia maksymalnie 30- dniowego terminu zwrotu kwoty pożyczki w razie odstąpienia konsumenta od umowy pożyczki, ograniczonego jednak terminem oznaczonym w umowie pożyczki jako dzień jej zwrotu

4. zaniechania pobierania opłaty przygotowawczej w razie odstąpienia konsumenta od umowy oraz zmiany stosownych zapisów wzorców umów
5. zamieszczania w reklamach zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego (w szczególności w ulotkach i na stronie internetowej) informacji o: stopie oprocentowania pożyczki i opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie pożyczki, całkowitej kwocie pożyczki, RRSO, czasie obowiązywania umowy oraz całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta- na podstawie reprezentatywnego przykładu
6. usunięcia z treści reklam haseł: „Pożyczki bez BIK!”, „Pożyczki rozpatrywane są bez względu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”.

Spółka zadeklarowała, że nowy wzorzec umowy pożyczki oraz wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy zostanie wprowadzony do obrotu niezwłocznie po zaakceptowaniu ich treści przez Prezesa Urzędu.

Uzasadniając zobowiązanie objęte pkt 1, dotyczące postanowień regulujących opłaty za czynności windykacyjne, Spółka wskazała, że zaproponowana wysokość opłat za monit telefoniczny i pisemne wezwanie do zapłaty odpowiada rzeczywistym kosztom związanym z wykonaniem poszczególnych czynności. Spółka podkreśliła, że zryczałtowane opłaty za wizyty windykacyjne są bardziej czytelne niż opłaty oparte na tzw. kilometrówce. Jak podała, kwoty w wysokości 40 zł i 80 zł zostały wyliczone w oparciu o uśrednione rzeczywiste koszty tego typu czynności (wynagrodzenie pracowników, koszt związany z zakupem i eksploatacją samochodu). Zdaniem Spółki, zaproponowany przez nią harmonogram wykonywania czynności związanych z naliczeniem opłat windykacyjnych jest czytelny i faworyzuje wykonywanie w pierwszej kolejności czynności rodzących niższe koszty. Zawiera też ograniczenia ilościowe pozwalające ustalić maksymalną wysokość opłat egzekucyjnych w odniesieniu do każdej umowy jeszcze przed jej zawarciem (180 zł w przypadku, gdy konsument ma miejsce zamieszkania w granicach miasta Poznań, 300 zł- gdy ma miejsce zamieszkania poza granicami miasta Poznań).

W odniesieniu do pkt 3 zobowiązania Spółka wniosła o dokonanie przez Prezesa Urzędu wykładni przepisu art. 54 ustawy o kredycie konsumenckim i zajęcie stanowiska, co do zgodności z prawem ograniczenia 30- dniowego terminu zwrotu kwoty pożyczki do dnia określonego w umowie jako dzień zwrotu pożyczki. Spółka wyraziła opinię, powołując się na wykładnię systemową, że normę wyrażoną w art. 54 ust. 2 stosuje się do pożyczek udzielanych na okres dłuższy niż 30 dni. Przeciwna interpretacja prowadziłaby, w ocenie Spółki, do eliminacji z rynku pożyczek udzielanych na 30 dni lub na termin krótszy. Konsument pożyczający kwotę na okres 14 lub 30 dni mógłby pod ochroną tego przepisu dokonywać jej spłaty po odstąpieniu od umowy, za dodatkowym 30-dniowym terminem (dłuższym od umownego, biorąc pod uwagę 14- dniowy termin na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy), a zarazem bez dodatkowych kosztów. Z punktu widzenia Spółki taka interpretacja ustawy mogłaby doprowadzić do wyeliminowania z rynku pożyczek udzielanych na okres do 30 dni, co byłoby sprzeczne z intencją ustawodawcy. Spółka zwróciła uwagę, że obchodzenie warunków umowy poprzez odstąpienie konsumenta od umowy w terminie 14 dni, a następnie spłatę pożyczki w terminie 30- dniowym bez dodatkowych kosztów, może spowodować rozpowszechnienie tego typu zachowań wśród jej potencjalnych klientów i wyeliminowanie jej z rynku.

W zakresie zobowiązania wyrażonego w pkt 6, Spółka wniosła o zajęcie stanowiska przez Prezesa Urzędu, czy stosowanie w reklamie kredytu konsumenckiego zwrotu „weryfikacja bez BIK” jest zgodne z prawem.

Spółka poinformowała jednocześnie, że wycofała z obiegu ulotki, co do których Prezes Urzędu podniósł zarzut naruszenia art. 7 i 8 ustawy o kredycie konsumenckim i dostosowała treść swojej strony internetowej do wymogów wprowadzonych tymi przepisami. Podkreśliła przy tym, że zamierza stosować wyłącznie ulotki, które nie zawierają danych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego, nierodzące obowiązków informacyjnych, o których mowa w ww. przepisach. Zaznaczyła także, że wycofała z obiegu materiały reklamowe zawierające zwroty takie jak: „Pożyczki bez BIK!”, „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”. Spółka zadeklarowała, że w zależności od stanowiska Prezesa Urzędu w ogóle nie będzie stosować ww. zwrotów albo będzie stosować zwrot „weryfikacja bez BIK” lub inny podobny, pozytywnie zaopiniowany przez Prezesa Urzędu.

W ww. piśmie Spółka odniosła się także do postawionych jej zarzutów wskazując m.in., że nigdy nie obciążała żadnego ze swoich klientów opłatą windykacyjną, a wprowadzenie wysokich opłat miało na celu przede wszystkim zdyscyplinowanie pożyczkobiorców. W zakresie zarzutu dotyczącego terminu zwrotu pożyczki w razie odstąpienia konsumenta od umowy Spółka wskazała, powołując się na *literaturę europejską dotyczącą dyrektywy 2008/48/EC i ustaw- odpowiedników ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wydanych w państwach członkowskich UE*, że art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim nie powinien odnosić się do tzw. chwilówek z terminem spłaty nieprzekraczającym 30 dni. W przypadku zarzutu dotyczącego przedstawienia w reklamie danych o pożyczce na podstawie reprezentatywnego przykładu Spółka wyjaśniła, że zakwestionowane materiały reklamowe powstały w okresie, gdy nie miała obiektywnej możliwości sformułowania reprezentatywnego przykładu w rozumieniu art. 8 ustawy o kredycie konsumenckim. Tworząc treść reklam wchodziła bowiem na nieznaną sobie rynek i nie miała wystarczającego rozeznania. Spółka zauważyła, że typowy sposób określenia przez nią kosztu, np. „Pożyczasz 600 zł- oddajesz 750 zł” w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny informował potencjalnych klientów o całkowitym koszcie oferowanej pożyczki. Zdaniem Spółki, można więc uznać, że mimo niespełnienia wszystkich wymogów z art. 7 ww. ustawy, reklama w sposób bardzo przystępny i korzystny dla konsumentów informowała o całkowitym koszcie pożyczki, co powoduje, że nie naruszała zbiorowych interesów konsumentów.

Pismem z dnia 22 sierpnia 2013r. Spółka uzupełniła projekt zobowiązań w ten sposób, że zwrot „wnoszę o zobowiązanie przedsiębiorcy Sildex sp. z o.o. do” zmieniła na zwrot „oświadczam, że przedsiębiorca Sildex sp. z o.o. zobowiązuje się do”. Spółka podkreśliła, że wykonanie zaproponowanych przez nią zobowiązań wpłynie na całkowite wyeliminowanie z obrotu negatywnych skutków, które mogły wystąpić w związku z używanymi przez nią reklamami, regulaminami, tabelami oraz wzorcami umownymi. W szczególności, jak zaznaczyła Spółka, poprawiona treść reklam, wprowadzonych już do obrotu w miejsce zakwestionowanych, wyeliminuje w całości ewentualne ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd co do sposobu i zakresu weryfikacji zdolności kredytowej pożyczkobiorców oraz co do kosztu pożyczki, umożliwiając porównanie jej oferty z ofertami konkurentów (poprzez wskazanie RRSO dla reprezentatywnego przykładu). Poprawiona treść wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy wprowadzi ustawowy 30- dniowy termin zwrotu kwoty pożyczki w razie skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy. Szczegółowy harmonogram wykonywania tzw. czynności windykacyjnych pozwoli natomiast potencjalnemu i faktycznemu pożyczkobiorcy na dokładne, kwotowe ustalenie ryzyka związanego z brakiem terminowej spłaty pożyczki. Wprowadzenie do wzorca informacji o kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym, zasadach dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów przyczyni się z kolei,

zdaniem Spółki, do poszerzenia wiedzy potencjalnego konsumenta o dane istotne z punktu widzenia podjęcia rozważnej i przemyślanej decyzji o zawarciu umowy pożyczki. Spółka zaznaczyła, że większość zaproponowanych zobowiązań wprowadziła już w życie.

W załączeniu do kolejnego pisma z dnia 22 sierpnia 2013r. Spółka przedłożyła: nowy wzorzec umowy pożyczki i nowy wzór oświadczenia o odstąpieniu konsumenta od umowy, zmodyfikowany wzór ulotki i aktualny wydruk ze strony internetowej <http://sildex.pl/oferta.html>. Spółka sprecyzowała, że nowa ulotka i strona internetowa o treści zgodnej z przedłożonym wydrukiem *funkcjonują już w obrocie*.

W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu, pismem z dnia 5 września 2013r., Spółka poinformowała, że zmodyfikowana ulotka została wprowadzona do obiegu w dniu 15 sierpnia 2013r., przy czym ulotka w pierwotnej, zakwestionowanej przez Prezesa Urzędu wersji została wycofana z obrotu niezwłocznie po powzięciu informacji o fakcie jej zakwestionowania. Spółka wskazała, że zmodyfikowana wersja jej strony internetowej *została wprowadzona do obrotu w dniu 12 maja 2013r.*, a w dniu 1 sierpnia 2013r. usunęła wszystkie ogłoszenia z portalu tablica.pl. Do ww. pisma Spółka załączyła projekt nowego Regulaminu pożyczek gotówkowych. Określony w nim harmonogram czynności windykacyjnych przewiduje (odmiennie niż zobowiązanie złożone przez Spółkę w piśmie z dnia 29 lipca 2013r.), że monit telefoniczny/sms może być wykonywany maksymalnie raz dziennie, przy czym pożyczkobiorca może być obciążony opłatą windykacyjną za monit telefoniczny/sms maksymalnie raz w tygodniu, nie więcej niż 10 razy w odniesieniu do jednej umowy pożyczki, pozostałe monity są nieodpłatne. Tej treści postanowienie zamieszczono także w przedłożonym przez Spółkę, w załączeniu do pisma z dnia 9 września 2013r., projekcie nowej Tabeli oprocentowań, opłat i prowizji.

W dniu 19 września 2013r. pełnomocnik Spółki zapoznał się z materiałem dowodowym zgromadzonym w prowadzonym postępowaniu. Pismem z tego samego dnia poinformował, że znajdujący się w aktach sprawy wydruk ogłoszenia reklamowego ze strony internetowej www.tablica.pl nr 23738309 nie dotyczy ogłoszenia, które zostało zamieszczone przez Spółkę, tylko przez podmiot trzeci. Wskazał również, że Spółka podjęła wszelkie możliwe środki w celu usunięcia tego ogłoszenia z portalu tablica.pl. Pełnomocnik Spółki podkreślił, że ww. ogłoszenie jest jedynym, które omyłkowo nie zostało usunięte z internetu, ponieważ interfejs wyszukiwania ogłoszeń w ramach tego portalu pozwala wyłącznie na wyszukiwanie frazami, co zawiodło w odniesieniu do ww. ogłoszenia. W załączeniu do pisma przedłożył kopię oświadczenia Spółki skierowanego do wszystkich jej partnerów i pośredników, zakazującego reklamowania usług Spółki w jakiegokolwiek formie bez uprzedniej, pisemnej zgody Spółki.

W załączeniu do pisma z dnia 26 września 2013r. Spółka załączyła wydruk ogłoszenia ze strony internetowej www.tablica.pl, które zostało opublikowane w dniu 20 września 2013r.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

SILDEX Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS w dniu 16 stycznia 2012r. pod numerem 0000407997 (dowód: odpis z rejestru KRS- k. 85- 88 akt).

Przedmiotem działalności Spółki jest udzielanie pożyczek konsumentom. Spółka udziela pożyczek w wysokości: 300 zł, 600 zł, 900 zł, 1200 zł i 1500 zł, na okres 15 lub 30 dni. Spółka zawiera umowy z konsumentami wykorzystując wzorce umów, m.in. wzorzec umowy pożyczki, którego integralną część stanowią: Regulamin pożyczek gotówkowych i Tabela oprocentowań, opłat i prowizji dla pożyczek udzielanych przez Sildex Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Strzeszyńska 31. W związku z zawarciem umowy Spółka doręcza

swoim kontrahentom wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy (dowód: wzorzec umowy pożyczki- k. 11- 12 akt, Regulamin pożyczek gotówkowych- k. 8- 9 akt, Tabela oprocentowań, opłat i prowizji dla pożyczek udzielanych przez Sildex Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Strzeszyńska 31- k. 13 akt, wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy- k. 10 akt).

Wzorce te Spółka wykorzystuje od dnia 23 marca 2012r., tj. od rozpoczęcia prowadzenia przez nią działalności polegającej na udzielaniu pożyczek konsumentom (dowód: załącznik 2 do pisma Spółki z dnia 17 września 2012r.- k. 6 akt, pismo Spółki z dnia 23 lipca 2013r.- k. 313- 314 akt).

Prezes Urzędu ustalił, że w stosowanych przez Spółkę wzorcach umów zamieszczono postanowienia regulujące kwestie opłat za czynności windykacyjne, którymi obciążony może zostać konsument w przypadku niespłacenia pożyczki w ustalonym terminie. W postanowieniu zamieszczonym w rozdz. 9 pkt 5 i 7 Regulaminu pożyczek gotówkowych wskazano, że: „Kolejność zastosowania monitów przez pożyczkodawcę jest dowolna, jednak pożyczkodawca zobowiązuje się nie wysyłać monitów pisemnych przedsądowych wezwań do zapłaty wcześniej niż po 7 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności pożyczki (zwrotu pożyczki) pierwsze wezwanie oraz po 21 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności zwrotu pożyczki drugie wezwanie (...). Określa się następującą wysokość opłat windykacyjnych: 2. opłata za monit telefoniczny 5,00 zł; 3. opłata za monit pisemny (predsądowe wezwanie do zapłaty) 50,00 zł; 4. opłata za wizytę windykacyjną w miejscu zamieszkania lub miejscu pracy pożyczkobiorcy (opłata terenowa) 80,00 zł”.

W Tabeli oprocentowań, opłat i prowizji zamieszczono postanowienie o treści: „Koszty związane z nieterminową spłatą pożyczki: (...) opłata za wezwanie do zapłaty wysłane listem poleconym- 50,- pln za każde wezwanie. Pierwsze wezwanie do zapłaty- 7 dni od dnia zapadalności pożyczki. Drugie wezwanie do zapłaty- 21 dni od dnia zapadalności pożyczki, - opłata za monit telefoniczny (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, - opłata za monit sms (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, opłata za windykację terenową- 80,- pln za zdarzenie windykacyjne” (dowód: Regulamin pożyczek gotówkowych- k. 8- 9 akt, Tabela oprocentowań, opłat i prowizji dla pożyczek udzielanych przez Sildex Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Strzeszyńska 31- k. 13 akt).

Jak ustalono, w umowach pożyczki zawieranych z konsumentami Spółka nie zamieszcza informacji o: kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym, zasadach dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów oraz organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów (dowód: umowy pożyczki załączone do pism Spółki z dnia: 17 września i 29 października 2012r.- k. 20- 21, 27- 29, 54- 55, 61- 62, 68- 69, 100- 101, 106- 107, 114- 115, 120- 121, 126- 127, 133- 134, 140- 141, 144- 145, 154- 155, 158- 159, 166- 167, 171- 172, 177- 178, 181- 182 i 192- 193 akt).

Analizując zgromadzony materiał dowodowy Prezes Urzędu zwrócił uwagę na podany przez Spółkę termin zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki i odsetek, w razie odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Zgodnie z pkt 5 rozdz. 11 Regulaminu pożyczek gotówkowych, pożyczkobiorca zwraca niezwłocznie pożyczkodawcy kwotę pożyczki wraz z odsetkami, nie później niż w terminie 3 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Termin 3 dni do zwrotu kwoty pożyczki i odsetek został wskazany także we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy, w którym zaznaczono, że *konsument spłaci pożyczkę wraz z odsetkami za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia spłaty pożyczki nie później niż 3 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki* (dowód: Regulamin pożyczek gotówkowych- k. 8- 9 akt, wzór oświadczenia o odstąpieniu konsumenta od umowy- k. 10 akt).

Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że Spółka zastrzegła sobie możliwość obciążenia konsumenta, w razie odstąpienia od umowy pożyczki, opłatą przygotowawczą oraz opłatą za poręczenie spłaty pożyczki. Pkt 4 rozdz. 11 Regulaminu pożyczek gotówkowych przewiduje, że pożyczkobiorca nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy pożyczki, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia spłaty pożyczki oraz opłaty za poręczenie instytucjonalne za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia spłaty pożyczki i kosztów opłaty przygotowawczej. Opłata za tzw. poręczenie instytucjonalne jest należna Spółce w przypadku wybrania przez pożyczkobiorcę, jako formy zabezpieczenia spłaty pożyczki, poręczenia udzielanego przez podmiot współpracujący ze Spółką-FINANCE, SILDEX Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Poznaniu. Zarówno opłata za poręczenie instytucjonalne, jak i opłata przygotowawcza są uiszczane przez pożyczkobiorcę wraz ze spłatą pożyczki (dowód: Regulamin pożyczek gotówkowych- k. 8- 9 akt).

Jak ponadto ustalił Prezes Urzędu, Spółka reklamuje swoje usługi polegające na udzielaniu pożyczek konsumentom w formie ulotek, ogłoszeń zamieszczanych na stronie internetowej www.tablica.pl oraz poprzez prowadzoną stronę internetową www.sildex.pl.

W każdej z analizowanej przez Prezesa Urzędu reklamie Spółka odwołuje się do danych dotyczących kosztu pożyczki. W ulotkach Spółka stosowała hasło: „tylko 5 zł DZIENNIE Dla kwoty 600 zł”.

W ogłoszeniach na stronie www.tablica.pl Spółka wskazała m.in.: „Możliwa kwota pożyczki od 600 do 1500 zł. Przykładowe raty pożyczki: pożyczasz 600 zł- do oddania 750 zł pożyczasz 900 zł- do oddania 1125 zł pożyczasz 1200 zł- do oddania 1500 zł pożyczasz 1500 zł- do oddania 1875 zł (...)” oraz „(...) Wysokość możliwych pożyczek to: od 600 zł do 1500 zł np. (opcja 30 dni) pożyczasz 600 zł Oddajesz 750 zł 900 zł- 1125 zł 1200 zł- 1500 zł 1500 zł- 1875 zł (...)”.

Reklamując swoje usługi na stronie internetowej www.sildex.pl/oferta.html Spółka określiła koszty w dwóch tabelach, dla wszystkich oferowanych kwot pożyczek udzielanych na okres 15 i 30 dni, wskazując wysokość odsetek, prowizji przygotowawczych i opłat za poręczenie, całkowite koszty pożyczki i kwoty do spłaty (dowód: ulotka załączona do pisma Spółki z dnia 17 września 2012r.- k. 80 i 81 akt, wydruk ogłoszeń reklamowych opublikowanych na stronie internetowej www.tablica.pl z dnia: 25 i 30 stycznia 2013r. nr 30554241 i 23738309- k. 287- 288 i 289- 291 akt, wydruk ze strony internetowej www.sildex.pl/oferta.html z dnia 25 lutego 2013r.- k. 292- 293 akt).

W ulotkach i ogłoszeniach zamieszczanych na stronie www.tablica.pl Spółka posługiwała się również hasłami: „Pożyczki bez BIK!”, „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”.

W ulotkach hasło „Pożyczki bez BIK!” wyszczególnione zostało na tle czerwonej gwiazdki zamieszczonej w dolnej części ulotki. W przypadku ogłoszeń publikowanych w internecie, hasła „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” i „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK” zawarte zostały w tekście ogłoszenia bez dodatkowego wyróżnienia ich treści (dowód: ulotka załączona do pisma Spółki z dnia 17 września 2012r.- k. 80- 81 akt, ogłoszenia reklamowe opublikowane na stronie internetowej www.tablica.pl w dniach: 25 i 30 stycznia 2013r. nr 30554241 i 23738309- k. 287- 288 i 289- 291 akt).

W trakcie postępowania Spółka poinformowała, że wycofała z obiegu zakwestionowane przez Prezesa Urzędu ulotki i dostosowała treść swojej strony internetowej do wymogów ustawy o kredycie konsumenckim. Spółka wskazała, że zmodyfikowaną ulotkę wprowadziła do obiegu w dniu 15 sierpnia 2013r., przy czym ulotkę w wersji zakwestionowanej przez Prezesa Urzędu wycofała z obrotu niezwłocznie po powzięciu informacji o fakcie jej zakwestionowania. Podała jednocześnie, że zmodyfikowana

wersja jej strony internetowej funkcjonuje od dnia 12 maja 2013r., a w dniu 1 sierpnia 2013r. usunęła wszystkie ogłoszenia z portalu tablica.pl (dowód: pismo Spółki z dnia 5 września 2013r.- k. 342- 343 akt).

Prezes Urzędu ustalił, iż w nowych ulotkach nie zamieszczono danych dotyczących kosztu pożyczki ani haseł „Pożyczki bez BIK!” bądź równoznacznych. Przedłożony przez Spółkę wydruk z jej strony internetowej oraz przegląd tej strony dokonany przez Prezesa Urzędu wskazują, że Spółka podaje na niej, bezpośrednio pod tabelami kosztów wszystkich pożyczek, dane o pożyczce na podstawie reprezentatywnego przykładu. Z przeglądu strony internetowej www.tablica.pl dokonanego przez Prezesa Urzędu w dniu 11 września 2013r. wynikało jednak, że figuruje na niej ogłoszenie Spółki, w którym wskazano: „Wysokość możliwych pożyczek to: od 600 zł do 1500 zł np. (opcja 30 dni) pożyczasz: 600 zł Oddajesz: 758 zł 900 zł- 1137 zł 1200 zł- 1516 zł 1500 zł- 1895 zł (...)”. W ogłoszeniu zamieszczono też hasło: „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK” (dowód: ulotka i wydruk ze strony internetowej Spółki załączone do pisma Spółki z dnia 22 sierpnia 2013r.- k. 330 i 328 i 329 akt, wydruk ogłoszenia reklamowego opublikowanego na stronie internetowej www.tablica.pl z dnia 11 września 2013r. nr 23738309- k. 356 akt).

Pismem z dnia 19 września 2013r. Spółka poinformowała, że ww. ogłoszenie na stronie internetowej www.tablica.pl zostało zamieszczone przez podmiot trzeci. Spółka wskazała, że podjęła wszelkie możliwe środki w celu jego usunięcia. Przedłożyła ponadto kopię oświadczenia skierowanego do wszystkich jej partnerów i pośredników zakazującego reklamowania usług Spółki w jakiegokolwiek formie bez jej uprzedniej, pisemnej zgody.

Na podstawie przeglądu własnego strony internetowej www.tablica.pl Prezes Urzędu ustalił, że pod numerem ww. ogłoszenia, w dniu 20 września 2013r., dodano ogłoszenie o nowej treści, w którym nie ma danych odnoszących się do kosztów oferowanych przez Spółkę pożyczek ani haseł „Pożyczki bez BIK!” bądź równoznacznych (dowód: pismo Spółki z dnia 19 września 2013r.- k. 359- 360 akt, wydruk ogłoszenia reklamowego opublikowanego na stronie internetowej www.tablica.pl z dnia 26 września 2013r. nr 23738309- k. 363 akt).

Spółka przedłożyła wydruk ww. ogłoszenia w załączeniu do pisma z dnia 26 września 2013r. (dowód: pismo Spółki z dnia 26 września 2013r. wraz z wydrukiem ogłoszenia reklamowego- k. 364- 368 akt).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

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

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Spółki, tj. zawrzeć z nią umowę pożyczki bądź zapoznali się lub mogli zapoznać się z jej reklamami. Działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Skutkuje to uznaniem, że w niniejszej sprawie istnieje możliwość poddania

zachowania Spółki dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten za przedsiębiorcę uznaje m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz.U. z 2013r. poz. 672 ze zm.). SILDEX Sp. z o.o. jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na udzielaniu pożyczek gotówkowych konsumentom. Posiadając status przedsiębiorcy w świetle ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, SILDEX Sp. z o.o. jest zarazem przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji jej działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

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

Stwierdzenie ww. praktyki wymaga spełnienia dwóch przesłanek: **bezprawności działania przedsiębiorcy i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.**

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwai, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., str. 117-118). Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Przesłanka bezprawności wykazana zostanie odrębnie dla każdej z przypisanych Spółce praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostanie natomiast łącznie, z uwagi na tożsamy charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych niniejszym postępowaniem.

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

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość

dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

Praktyki Spółki mogą godzić w interesy nieograniczonej liczby osób, których nie da się zidentyfikować- potencjalnie wszystkich jej dotychczasowych i przyszłych kontrahentów i wszystkich konsumentów, którzy zapoznali się lub mogli zapoznać się z jej reklamami. Praktyki te mają więc charakter powtarzalny i skierowane są do osób, które nie zostały zindywidualizowane.

Zakwestionowane praktyki naruszają interesy ekonomiczne i pozaekonomiczne konsumentów. Negatywne skutki ekonomiczne związane są przede wszystkim z możliwością obciążenia konsumenta nadmiernie wygórowanymi opłatami za czynności windykacyjne, których procedura nie została przez Spółkę sprecyzowana. Negatywny wpływ na sferę interesów majątkowych konsumenta wywiera także bezpodstawne obciążenie go opłatą przygotowawczą i opłatą za poręczenie spłaty pożyczki w razie odstąpienia od umowy. Pozostałe praktyki naruszają pozaekonomiczne interesy konsumentów- prawo do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji na etapie zawierania umowy pożyczki (o obligatoryjnych postanowieniach umowy i terminie rozliczenia pożyczki w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy) oraz prawo do uzyskania określonych danych o pożyczce i informacji, które nie wprowadzają w błąd- na etapie przedkontraktowym, związanym z działaniami reklamowymi. Należy m.in. podkreślić, że niewskazanie w reklamach zawierających dane dotyczące kosztu pożyczki obligatoryjnych danych, opartych na reprezentatywnym dla Spółki przykładzie, może uniemożliwić konsumentom porównanie, na etapie poprzedzającym zawarcie umowy, oferty Spółki z ofertami innych przedsiębiorców udzielających pożyczek gotówkowych oraz dokonanie realnej oceny ich przyszłego zobowiązania.

Warto jednocześnie zauważyć, że dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nie jest konieczne wystąpienie na rynku skutków danej praktyki. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanej przez Spółkę praktyki. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

I.

W pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. **Bezprawność** tej praktyki wynika z tożsamości stosowanych przez Spółkę postanowień wzorców umów z postanowieniami wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

W świetle utrwalonego orzecznictwa sądowego, Prezes Urzędu może stwierdzić stosowanie praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów również w odniesieniu do przedsiębiorcy, który nie był stroną postępowania sądowego zakończonego wpisaniem danej klauzuli do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 grudnia 2005r. sygn. akt VI ACa 760/05 podkreślił, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest posługiwanie się postanowieniem wpisanym do rejestru w oderwaniu od zagadnienia, czy wpis do rejestru powstał w związku ze stosowaniem wzorca umowy przez podmiot, co do którego bada się stosowanie praktyki. Jak wskazał Sąd Apelacyjny, naruszenie interesów konsumentów może nastąpić w wyniku działań podmiotów, które stosują klauzule abuzywne już wpisane do rejestru, przy czym wpis taki związany był z działaniami innych przedsiębiorców.

Z kolei w wyroku z dnia 25 maja 2005r. sygn. akt XVII Ama 46/04, Sąd Okręgowy w Warszawie- Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK) wyraził pogląd, że dla uznania określonej klauzuli za niedozwolone postanowienie umowne wystarczy stwierdzenie, że mieści się ona w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru i nie jest konieczna literalna zgodność porównywanych klauzul. Czynnikiem przesądzającym o podobieństwie klauzul powinien być bowiem zamiar, cel, jakiemu ma służyć kwestionowane postanowienie. Jeśli cel utworzenia spornej klauzuli odpowiada celowi sformułowania klauzuli uznanej za niedozwoloną oba zapisy można uznać za tożsame.

Przedstawione powyżej orzecznictwo potwierdza uchwała 7 sędziów Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006r. sygn. akt III SZP 3/2006, w której uznano, że *stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a (w obowiązującej obecnie ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów uregulowana została w art. 24). Odwołując się do argumentów o charakterze celowościowym oraz kierując się potrzebą zapewnienia skuteczności tego przepisu, Sąd Najwyższy podkreślił, że *praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów obejmuje również przypadki wprowadzenia jedynie zmian kosmetycznych, polegających na przedstawieniu szyku wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru, która wywołuje takie same skutki godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej co wpisana do rejestru. (...)* Możliwość uznania zachowania przedsiębiorcy, polegającego na stosowaniu postanowień wzorców umownych, które nie mają identycznego brzmienia jak postanowienia wpisane do rejestru, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, w sposób istotny zwiększa skuteczność obu instytucji (tj. niedozwolonych postanowień umownych oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumenta), zniechęcając przedsiębiorców do obchodzenia wpisów dokonanych w rejestrze niedozwolonych postanowień.*

Nie jest więc konieczna dokładna, literalna zbieżność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej. Niedozwolone będą również takie postanowienia wzorców umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, których treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną wykładnię.

Prezes Urzędu zakwestionował postanowienia wzorców Spółki regulujące kwestie opłat za czynności windykacyjne podejmowane przez Spółkę w przypadku niespłacenia przez pożyczkobiorcę pożyczki w terminie ustalonym w umowie. Pierwsze z tych postanowień przewiduje, że „Kolejność zastosowania monitów przez pożyczkodawcę jest dowolna, jednak pożyczkodawca zobowiązuje się nie wysyłać monitów pisemnych przedsądowych wezwań do zapłaty wcześniej niż po 7 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności pożyczki (zwrotu pożyczki) pierwsze wezwanie oraz po 21 dniach kalendarzowych od dnia wymagalności zwrotu pożyczki drugie wezwanie (...). Określa się następującą wysokość opłat windykacyjnych: 2. opłata za monit telefoniczny 5,00 zł; 3. opłata za monit pisemny (przedsądowe wezwanie do zapłaty) 50,00 zł; 4. opłata za wizytę windykacyjną w miejscu zamieszkania lub miejscu pracy pożyczkobiorcy (opłata terenowa) 80,00 zł” (pkt 5 i 7 rozdz. 9 Regulaminu pożyczek gotówkowych).

Drugie z postanowień wskazuje „Koszty związane z nieterminową spłatą pożyczki: (...) opłata za wezwanie do zapłaty wysłane listem poleconym- 50,- pln za każde wezwanie. Pierwsze wezwanie do zapłaty- 7 dni od dnia zapadalności pożyczki. Drugie wezwanie do zapłaty- 21 dni od dnia zapadalności pożyczki, - opłata za monit telefoniczny (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, - opłata za monit sms (nie częściej niż jeden raz dziennie)- 5,- pln za każdy, opłata za windykację terenową- 80,- pln za zdarzenie

windykacyjne” (Tabela oprocentowań, opłat i prowizji dla pożyczek udzielanych przez Sildex Spółka z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Strzeszyńska 31).

Zdaniem Prezesa Urzędu, postanowienia te mieszczą się w hipotezach klauzul niedozwolonych wpisanych m.in. w pozycjach: 1796, 978 i 829 rejestru.

Uznając za niedozwoloną klauzulę z pozycji 1796 o treści: *W przypadku niewykonania zobowiązań wynikających z niniejszej umowy kredytobiorca poniesie koszty związane z monitorowaniem kredytobiorcy: 1) telefoniczne upomnienie kredytobiorcy związane z nieterminową spłatą kredytu- 13 zł, 2) korespondencja kierowana do kredytobiorcy związana z nieterminową spłatą kredytu (zawiadomienie, upomnienie, prośba o dopłatę, wystawienie bankowego tytułu egzekucyjnego), za każde pismo. Opłatą za korespondencję kierowaną do poręczycieli bank obciąża dodatkowo kredytobiorców według tych samych stawek- 15 PLN; 3) wyjazd interwencyjny do kredytobiorcy- 50 zł*, w wyroku z dnia 6 sierpnia 2009r. sygn. akt XVII Amc 624/09 SOKiK stwierdził m.in., że brak określenia procedur jakimi kieruje się bank przy podejmowaniu czynności związanych z dochodzeniem należności może prowadzić do dowolności jego działania w zakresie zasad, terminów czy częstotliwości korzystania z wymienionych środków i w związku z tym do znacznego zwiększenia zadłużenia konsumenta. Sąd podkreślił, że brak regulacji w tym zakresie powoduje, że przedsiębiorca ma możliwość podejmowania działań, a tym samym naliczania ww. opłat według własnego uznania, bez zachowania określonej kolejności i terminów. W konsekwencji, konsument może ponosić dodatkowe, znaczące i nieuzasadnione koszty. SOKiK podkreślił, że treść tego postanowienia może wywoływać u konsumenta błędne przekonanie co do praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy zwłaszcza, że na podstawie wzorca konsument nie jest w stanie ustalić, jakie w przypadku opóźnień w zapłacie środki podejmie bank, z jaką częstotliwością i w jakiej kolejności. Konsument nie ma w konsekwencji pełnej wiedzy o rodzaju i wysokości opłat, które obowiązany będzie uiścić na wypadek opóźnienia w spłacie kredytu. Jak zauważył SOKiK, możliwość wielokrotnego podejmowania przez przedsiębiorcę czynności windykacyjnych w krótkich odstępach czasu w sposób rażąco narusza interesy ekonomiczne konsumenta w szczególności w tych sytuacjach, gdy pobierane opłaty nie odzwierciedlają nakładów rzeczywiście poniesionych przez przedsiębiorcę, przynosząc mu nieuzasadnione korzyści. Sąd ocenił, że postanowienie to narusza również zasady lojalnego kontraktowania i równorzędnego traktowania konsumenta. Uzasadnia to stwierdzenie, że ww. postanowienie spełnia przesłanki klauzuli niedozwolonej z art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, kształtując prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszając jego interesy.

W klauzulach o treści: *Opłaty dodatkowe, które ponosi zleceniodawca: - (...) - za przyznanie okresu karencji w spłacie rat na 1 miesiąc- 50 PLN, - za przyznanie okresu karencji w spłacie rat na 2 miesiące- 100 PLN, - za wysłanie upomnienia za zwłokę w zapłacie raty- 20 PLN, - za wysłanie wezwania do zapłaty raty- 30 PLN, - za wysłanie przedsądowego wezwania do zapłaty- 50 PLN, - za wizytę windykatorów w związku z brakiem spłaty 2 rat- 100 PLN, - (...), - za telegram informujący o zadłużeniu przeterminowanym- 30 PLN, - za monit telefoniczny- 20 PLN (pozycja 978 rejestru) oraz W przypadku zalegania z co najmniej dwoma ratami pożyczkodawca może również wystosować (nie częściej niż raz w tygodniu) upomnienie. Każdorazowe wystawienie upomnienia podlega opłacie w wysokości 50,00 zł (pozycja 829 rejestru)*, SOKiK zakwestionował wysokość pobieranych od pożyczkobiorców opłat.

W uzasadnieniu wyroku z dnia 9 października 2006r. sygn. akt XVII Amc 101/05 będącego podstawą uznania za niedozwoloną klauzuli z pozycji 978 rejestru SOKiK orzekł, że opłaty nałożone na konsumenta są rażąco wygórowane. Powołując się na przepisy art. 735 § 1 i art. 742 Kodeksu cywilnego, które regulują prawo zleceniobiorcy do wynagrodzenia i zwrotu wydatków poczynionych w celu należytego wykonania zlecenia SOKiK stwierdził, że w niniejszym przypadku wynagrodzenie przedsiębiorcy stanowi prowizja za zarządzanie długiem. Wysokość wprowadzonych do umowy dodatkowych opłat powinna znajdować

uzasadnienie w rzeczywistych nakładach, jakie musi ponieść przedsiębiorca w związku z podjęciem przedmiotowych czynności. W opinii SOKiK, wysokość tych opłat została ustalona w oderwaniu od rzeczywistych nakładów przedsiębiorcy, znacznie je przewyższając. SOKiK orzekł zatem, że klauzula ta stanowi niedozwolone postanowienie umowne w rozumieniu art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego. Także w wyroku z dnia 27 kwietnia 2005r. sygn. akt XVII Amc 103/04, na mocy którego do rejestru wpisano klauzulę w pozycji 829, SOKiK uznał, że opłata w kwocie 50 zł pobierana przy każdym upomnieniu, która nie wynika z żadnej kalkulacji poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów, jest zbyt wygórowana.

Zdaniem Prezesa Urzędu, argumenty SOKiK wyrażone w ww. wyrokach są adekwatne także do postanowień wzorców umów Spółki. Przewidując opłaty za czynności windykacyjne postanowienia te nie określają ani zasad, ani terminów i procedur obciążania nimi konsumenta. Podobnie jak w przypadku klauzuli wpisanej do rejestru w pozycji 1796, na ich podstawie to przedsiębiorca może dowolnie decydować zarówno o zastosowaniu poszczególnych środków, jak o ich kolejności i częstotliwości, a konsument nie ma możliwości ustalenia, jakimi opłatami i kiedy zostanie obciążony w razie niespłacenia pożyczki w terminie określonym w umowie. Z postanowień tych konsument może jedynie dowiedzieć się, że Spółka nie prześle pierwszego wezwania do zapłaty wcześniej niż po upływie 7 dni od dnia wymagalności pożyczki i drugiego- nie wcześniej niż po 21 dniach od dnia wymagalności pożyczki. Należy też uwzględnić, że ww. postanowienia dają Spółce możliwość wielokrotnego podejmowania czynności windykacyjnych, a w konsekwencji wielokrotnego obciążania konsumenta opłatami za ich wykonanie. Uzasadniony jest także wniosek, że opłaty określone w tych postanowieniach, w szczególności za wysłane wezwania do zapłaty, są rażąco wygórowane i nie wynikają z kalkulacji ponoszonych przez Spółkę kosztów. Pomimo różnic w treści, postanowienia te wywołują więc tożsame skutki prawne, jak przytoczone klauzule niedozwolone.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o uznaniu, że działania Spółki są bezprawne. Naruszenie przez Spółkę także zbiorowych interesów konsumentów pozwala na przypisanie jej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zajmując stanowisko w niniejszej sprawie Spółka podniosła, że nigdy nie obciążała żadnego ze swoich klientów opłatą windykacyjną, a wprowadzenie wysokich opłat miało na celu przede wszystkim zdyscyplinowanie pożyczkobiorców. Jak to już wskazano, dla stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów nie jest konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został faktycznie dotknięty jej skutkami. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia skutków praktyki (art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

W związku z powyższym, podstawą rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu w przypadku omawianej praktyki jest art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

II.

W prowadzonym postępowaniu Prezes Urzędu zarzucił również Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W przypadku tego zarzutu **bezprawność** działań Spółki wynika z naruszenia art. 30 ust. 1 pkt 15, 20 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim. Przepis ten stanowi, że umowa o kredyt konsumencki powinna określać: kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym, zasady dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów, jeżeli takie prawo

przysługuje konsumentowi oraz organ nadzoru właściwy w sprawach ochrony konsumentów.

Niewątpliwie ww. przepis nakłada na kredytodawcę szereg obowiązków informacyjnych wobec konsumenta. Wskazać przy tym należy, że na mocy art. 3 ust. 2 pkt 1 ustawy o kredycie konsumenckim, obowiązki te dotyczą także umowy pożyczki.

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

Umowy pożyczki, które Spółka zawiera z konsumentami nie określają kwoty odsetek należnych w stosunku dziennym. Art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy o kredycie konsumenckim, nakładający na pożyczkodawcę obowiązek podania tej wartości w umowie pożyczki, zobowiązuje zarazem pożyczkodawcę do określenia obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy. W rozdziale tym zamieszczono przepisy regulujące zasady i tryb odstąpienia konsumenta od umowy, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia, w tym termin, w jakim konsument powinien dokonać rozliczenia otrzymanej pożyczki. Niewskazanie w umowie wysokości odsetek należnych Spółce w stosunku dziennym uniemożliwia zatem konsumentowi bezpośrednie obliczenie, jaką kwotę odsetek za okres korzystania z pożyczki powinien zwrócić w przypadku odstąpienia od umowy.

W umowach pożyczki Spółka nie określa również zasad dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów pomimo, że dopuszcza taką drogę rozstrzygnięcia sporów wynikających z umowy. Zgodnie z pkt 6 rozdz. 5 umowy pożyczki, spory wynikłe na tle realizacji umowy będą rozstrzygane na drodze polubownej, a dopiero w przypadku niemożliwości rozstrzygnięcia sporu w ten sposób, będą rozstrzygane przez sąd powszechny. Informacje o zasadach, na jakich konsument może skorzystać z procedury pozasądowego rozstrzygnięcia sporów, powinny być więc- stosownie do art. 30 ust. 1 pkt 20 ww. ustawy- podane w zawieranych przez Spółkę umowach pożyczki, skoro prawo takie przysługuje konsumentowi. Umowy Spółki tego wymogu nie spełniają.

Spółka nie informuje ponadto w umowach pożyczki o organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, tj. powiatowym/miejskim rzeczniku konsumentów, do którego zadań należy, zgodnie z art. 42 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. Ten wymóg określony został w art. 30 ust. 1 pkt 21 ww. ustawy o kredycie konsumenckim.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, że wskutek niedopełnienia wymogów formalnych umowy pożyczki, określonych w art. 30 ust. 1 pkt 15, 20 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim, Spółka naruszyła obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Jednoczesne naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów uzasadnia stwierdzenie, że Spółka stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nakazał zatem Spółce zaniechanie jej stosowania.

III.

Zarzut stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu postawił Spółce także w związku z przekazywaniem informacji o terminie zwrotu kwoty pożyczki i odsetek w razie odstąpienia konsumenta od umowy, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Jego **bezprawność** Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 54 ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126, poz. 715 ze zm.).

Przepis ten zobowiązuje konsumenta do niezwłocznego zwrotu kredytodawcy kwoty udostępnionego kredytu konsumenckiego wraz z odsetkami naliczonymi za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu, nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Informacje, które zakwestionował Prezes Urzędu, zamieszczone zostały w Regulaminie pożyczek gotówkowych i wzorze oświadczenia o odstąpieniu konsumenta od umowy, stanowiących integralną część umów pożyczki, które Spółka zawiera z konsumentami. Stosownie do pkt 5 rozdz. 11 Regulaminu pożyczek gotówkowych, pożyczkobiorca zwraca niezwłocznie pożyczkodawcy kwotę pożyczki wraz z odsetkami, nie później niż w terminie 3 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Tej treści informacje zamieszczone zostały ponadto we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy, w którym wskazano, że konsument spłaci pożyczkę wraz z odsetkami za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia spłaty pożyczki nie później niż 3 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki. Nie może budzić wątpliwości, że Spółka istotnie skróciła wyznaczony przez ustawodawcę maksymalny termin, w którym konsument ma obowiązek zwrócić kwotę otrzymanej pożyczki wraz z należnymi odsetkami. Przekazywane przez Spółkę informacje nie są zatem rzetelne.

Należy zauważyć, że obowiązek uwzględnienia treści art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim w umowie pożyczki wynika z art. 30 ust. 1 pkt 15 tej ustawy. Jak to już wskazano w pkt II uzasadnienia, przepis ten zobowiązuje pożyczkodawcę do określenia w umowie pożyczki obowiązku zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki oraz odsetek zgodnie z rozdziałem 5 ustawy. Art. 54 ust. 2 zamieszczony został właśnie w rozdziale 5 ustawy, obejmującym regulacje związane z odstąpieniem konsumenta od umowy. Informując o terminie zwrotu kwoty pożyczki Spółka powinna więc wskazać w umowie pożyczki, że konsument zobowiązany jest do zwrotu kwoty udostępnionej pożyczki wraz z odsetkami niezwłocznie, ale nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Z drugiej strony warto też wskazać, że ustawa o kredycie konsumenckim nie nakłada na pożyczkodawcę obowiązku pouczenia konsumenta o terminie zwrotu kwoty pożyczki i odsetek we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Art. 53 ust. 3 przewiduje jedynie, że we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczkodawca ma obowiązek oznaczyć swoje imię, nazwisko (nazwę) i adres zamieszkania (siedzibę). Jeżeli jednak pożyczkodawca decyduje się zamieścić w tym dokumencie dodatkowe informacje o warunkach skorzystania z prawa odstąpienia od umowy, w tym o terminie zwrotu przez konsumenta kwoty pożyczki i odsetek, powinien przedstawić je zgodnie z regulacjami ustawowymi. W przeciwnym wypadku może być narażony na zarzut przekazywania informacji, które nie są rzetelne. Zdaniem Prezesa Urzędu, z taką sytuacją mamy do czynienia w odniesieniu do omawianego aspektu praktyki Spółki.

Spółka wyraziła opinię, że art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim znajduje zastosowanie do pożyczek udzielanych na okres dłuższy niż 30 dni. W jej ocenie, przeciwna interpretacja tego przepisu prowadziłaby do eliminacji z rynku pożyczek udzielanych na 30 dni lub na termin krótszy, co byłoby sprzeczne z intencją ustawodawcy. Spółka zauważyła, że konsument pożyczający kwotę na okres 14 lub 30 dni mógłby pod ochroną tego przepisu

dokonywać jej spłaty po odstąpieniu od umowy za dodatkowym 30- dniowym terminem (dłuższym od umownego, biorąc pod uwagę 14- dniowy termin na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy), a zarazem bez dodatkowych kosztów.

Odnosząc się do zastrzeżeń Spółki należy przede wszystkim wskazać, że przepisy obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim nie różnicują sytuacji prawnej kredytobiorców (pożyczkobiorców) w zależności od terminu, na jaki zawarli umowę. Przepisy zamieszczone w rozdziale 5 ustawy, które poświęcone są kwestiom odstąpienia konsumenta od umowy, w tym terminom zwrotu udostępnionej pożyczki, mają charakter bezwzględnie obowiązujący. Znaczenie tych przepisów dla stron umowy ustawodawca podkreślił m.in. zobowiązując pożyczkodawcę do ich uwzględnienia w umowie (art. 30 ust. 1 pkt 15 ustawy). Co za tym idzie, nie ma podstaw prawnych pozwalających pożyczkodawcy na odmienne uregulowanie terminu zwrotu udostępnionej pożyczki w razie odstąpienia konsumenta od umowy. W szczególności nie jest możliwe ograniczenie ww. terminu do dnia wskazanego w umowie jako dzień zwrotu pożyczki, co podniosła Spółka.

Należy ponadto zwrócić uwagę, że ww. ustawa nie tylko wyznacza dłuższy termin dla zwrotu przez konsumenta udostępnionej pożyczki i odsetek, niż dla złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, ale również inaczej określa początek biegu obu terminów. Bieg terminu do zwrotu kredytu rozpoczyna się od dnia złożenia oświadczenia, a nie- jak w przypadku oświadczenia- od dnia zawarcia umowy. W świetle powołanych przepisów, w przypadku złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy w ostatnim dniu 14- dniowego terminu, konsument może zwrócić kwotę pożyczki *de facto* w 44- dniu od dnia zawarcia umowy (czyli w 30- tym dniu od złożenia oświadczenia).

Na marginesie należy zauważyć, że powołana przez Spółkę dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę Rady 87/102/EWG, wdrożona do polskiego porządku prawnego ustawą z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim, określa w tożsamy sposób termin zwrotu przez konsumenta udostępnionego kredytu i odsetek, nie różnicując praw i obowiązków konsumenta w zależności od czasu trwania umowy.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu uznał, że wskutek nierzetelnego informowania konsumentów o terminie zwrotu kwoty pożyczki Spółka naruszyła art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim. Naruszenie również zbiorowych interesów konsumentów skutkuje stwierdzeniem, że Spółka stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stosownie do art. 26 ust. 1 ww. ustawy Prezes Urzędu nakazał Spółce zaniechanie stosowania tej praktyki.

IV.

Praktyka z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, która została przypisana Spółce w pkt IV sentencji decyzji, polega na obciążaniu konsumentów, w przypadku odstąpienia od umowy pożyczki, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy, opłatą przygotowawczą oraz tzw. opłatą za poręczenie spłaty pożyczki.

Taką możliwość daje Spółce pkt 4 rozdz. 11 Regulaminu pożyczek gotówkowych, zgodnie z którym pożyczkobiorca nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy pożyczki, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia spłaty pożyczki oraz opłaty za poręczenie instytucjonalne za okres od dnia wypłaty pożyczki do dnia spłaty pożyczki i kosztów opłaty przygotowawczej. Obydwie opłaty (wchodzące w skład całkowitego kosztu pożyczki w rozumieniu art. 5 pkt 6 ustawy o kredycie konsumencki) są uiszczane przez pożyczkobiorcę wraz ze spłatą pożyczki. Do zapłaty opłaty

za poręczenie instytucjonalne zobowiązany jest przy tym konsument, który wybrał jako formę zabezpieczenia spłaty pożyczki, poręczenie podmiotu współpracującego ze Spółką-FINANCE, SILDEX Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Poznaniu.

Prezes Urzędu uznał, że z punktu widzenia art. 54 ust. 1 i 4 ustawy o kredycie konsumenckim działania Spółki są **bezprawne**. Przepis ten stanowi, że konsument nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy o kredyt konsumencki, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu. Ust. 4 art. 54 dodatkowo wskazuje, że w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy kredytodawcy nie przysługują żadne inne opłaty, z wyjątkiem bezzwrotnych kosztów poniesionych przez niego na rzecz organów administracji publicznej oraz opłat notarialnych.

Analiza ww. przepisów prowadzi do wniosku, że jedynymi kosztami, które należne są pożyczkodawcy w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy są: odsetki za okres korzystania z pożyczki i ewentualnie- koszty poniesione na rzecz określonych organów i opłaty notarialne. Zakwestionowane opłaty nie należą do kategorii ww. kosztów. Pożyczkodawca nie może w konsekwencji żądać od konsumenta ich uiszczenia. Zobowiązując konsumenta do poniesienia tego rodzaju kosztów w przypadku odstąpienia od umowy, Spółka nałożyła więc na konsumenta dodatkowe i nieprzewidziane w obowiązujących przepisach prawa obowiązki o charakterze finansowym.

W konsekwencji Prezes Urzędu uznał, że działania Spółki są sprzeczne z art. 54 ust. 1 i 4 ustawy o kredycie konsumenckim. Z uwagi na fakt, że działania te naruszają także zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nakazał Spółce zaniechanie stosowania ww. praktyki.

V.

Bezprawność praktyki przypisanej Spółce w pkt V sentencji decyzji związana jest z naruszeniem obowiązków informacyjnych w zakresie reklamy, określonych w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 i ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim.

Na mocy art. 3 ust. 2 pkt 1 tej ustawy, obowiązki te nałożone zostały także na pożyczkodawców. Powyżej wskazano, że stosownie do tego przepisu, za umowę o kredyt konsumencki uważa się w szczególności umowę pożyczki.

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

Art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim stanowi z kolei, że wszystkie wymienione informacje kredytodawca ma obowiązek podać na podstawie reprezentatywnego przykładu. Art. 8 ust. 2 precyzuje, że przy określaniu reprezentatywnego przykładu należy określić warunki umowy o kredyt konsumencki, na których kredytodawca spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju przy uwzględnieniu przez te umowy średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju. Kredytodawca jest zobowiązany gromadzić odpowiednie dane w celu ustalenia na ich podstawie reprezentatywnego przykładu (art. 8 ust. 3).

Prezes Urzędu ustalił, że w każdej ze stosowanych form reklamy Spółka odwołuje się do danych dotyczących kosztu pożyczki. Np. w ulotkach Spółka wykorzystwała hasło: „tylko 5 zł DZIENNIE Dla kwoty 600 zł”, które wskazuje na wysokość kosztu dziennego dla pożyczki w wysokości 600 zł. W ulotce nie ma przy tym innych danych dotyczących kosztu oferowanej pożyczki. W ogłoszeniach na stronie www.tablica.pl Spółka wskazała przykładowe raty pożyczki: „pożyczasz 600 zł- do oddania 750 zł, pożyczasz 900 zł- do oddania 1125 zł”. Z kolei reklamując swoje usługi na prowadzonej stronie internetowej www.sildex.pl/oferta.html Spółka podała koszty w formie tabel dla poszczególnych kwot pożyczek udzielanych na okres 15 i 30 dni, tj. odsetki, prowizje przygotowawcze, opłaty za poręczenie, całkowite koszty poszczególnych pożyczek i kwoty do spłaty dla oferowanych kwot pożyczek.

Bez wątpienia wszystkie ww. reklamy zawierają dane dotyczące kosztu pożyczki-kredytu konsumenckiego w rozumieniu przepisów ustawy o kredycie konsumenckim. Prezentując takie przekazy reklamowe Spółka powinna zatem dostosować ich treść do wymogów ustawy o kredycie konsumenckim. W reklamach Spółka nie podała informacji, które określałyby warunki pożyczki w sposób zgodny z przytoczonymi przepisami. Spółka nie podała więc dla reprezentatywnego dla siebie przykładu: stopy oprocentowania pożyczki i opłat uwzględnionych w całkowitym koszcie pożyczki, całkowitej kwoty pożyczki oraz rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania. Spółka nie wskazała także, na podstawie reprezentatywnego przykładu, czasu obowiązywania umowy i całkowitej kwoty do zapłaty przez konsumenta.

Podkreślenia wymaga, że podanie w reklamach danych odnoszących się do wielu lub wszystkich kwot pożyczek, jak to uczyniła Spółka, wyklucza możliwość przyjęcia, że mamy do czynienia z reprezentatywnym przykładem w rozumieniu ustawy o kredycie konsumenckim. Wielość danych, które uwzględniła Spółka w reklamach internetowych nie pozwala bowiem na uznanie, że zostały podane w sposób jednoznaczny, zrozumiały i faktycznie odnoszą się do reprezentatywnego dla Spółki przykładu w znaczeniu, w jakim występuje to pojęcie w ustawie o kredycie konsumenckim, a więc po określeniu przez Spółkę warunków umowy pożyczki, na których spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów. Na podstawie tych reklam nie jest możliwe ustalenie, jaka kwota pożyczki i jakie koszty są tymi właściwymi dla określenia reprezentatywnego przykładu dla Spółki. Nawet, jeśli Spółka decyduje się na szeroką prezentację informacji o pożyczce, wskazującą koszty dla kilku lub wszystkich pożyczek będących w jej ofercie nie oznacza to, że jest zwolniona z ustawowego obowiązku wskazania, które konkretnie dane dotyczą reprezentatywnego przykładu w rozumieniu art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim.

Podanie w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny informacji o pożyczce na podstawie reprezentatywnego przykładu ma umożliwić konsumentowi porównanie ofert różnych pożyczkodawców przed zawarciem umowy, ułatwiając im dokonanie świadomego wyboru¹. Niewątpliwie zapoznanie się z informacjami o pożyczce opartymi na reprezentatywnym przykładzie, stwarza konsumentowi szansę na porównanie wielu ofert, z uwzględnieniem częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju. Eliminuje jednocześnie ryzyko wybierania i prezentowania przez pożyczkodawców tych pożyczek, które są w ich ofercie najkorzystniejsze pod względem warunków finansowych, ale które nie są przez nich udzielane szerokiemu gronu konsumentów. Reprezentatywny przykład ma umożliwić konsumentowi dokonanie realnej oceny jego przyszłego zobowiązania.

¹ Założenia do ustawy o kredycie konsumenckim w związku z implementacją Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 roku w sprawie umów o kredyt konsumencki, http://www.mg.gov.pl/files/upload/8577/Założenia_kredyt_konsumencki.pdf.

Z obowiązku podania danych na podstawie reprezentatywnego przykładu nie zwalnia Spółki fakt, że zakwestionowane reklamy rozpowszechniała w początkowym okresie działalności, kiedy- jak wskazała- *wchodziła na nieznany sobie rynek i nie miała wystarczającego rozeznania*. Art. 8 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim nie określa, za pomocą jakich środków i metod pożyczkodawca powinien dokonać ustaleń w kwestii przewidywać co do zawarcia dwóch trzecich umów danego rodzaju. Zdaniem Prezesa Urzędu, ustalenia w tym zakresie nie muszą być więc oparte wyłącznie na dotychczasowym doświadczeniu pożyczkodawcy w zakresie udzielania pożyczek.

Prezes Urzędu nie podziela ponadto stanowiska Spółki, że poprzez informację o treści: „Pożyczasz 600 zł- oddajesz 750 zł” określiła w zakwestionowanych reklamach koszt pożyczki w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Podtrzymując przedstawione powyżej argumenty, dodatkowo należy jedynie wskazać, że tego rodzaju reklamy nie określają wysokości poszczególnych kosztów wchodzących w skład całkowitego kosztu pożyczki i całkowitej kwoty do zapłaty.

Dlatego też Prezes Urzędu uznał, że Spółka naruszyła art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 i ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów uzasadnia stwierdzenie, że Spółka dopuściła się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W trakcie postępowania Spółka poinformowała, że wycofała z obrotu zakwestionowaną ulotkę niezwłocznie po otrzymaniu informacji o jej zakwestionowaniu przez Prezesa Urzędu, a w dniu 15 sierpnia 2013r. wprowadziła do obiegu ulotkę o zmodyfikowanej treści. Spółka wskazała jednocześnie, że dostosowała treść swojej strony internetowej do wymogów art. 7 i 8 ustawy o kredycie konsumenckim. Zmodyfikowana strona internetowa funkcjonuje od dnia 12 maja 2013r. Ponadto Spółka oświadczyła, że w dniu 1 sierpnia 2013r. usunęła wszystkie ogłoszenia z portalu tablica.pl.

Jak ustalono, w nowych ulotkach nie zamieszczono danych dotyczących kosztu pożyczki. Analiza przedłożonego przez Spółkę wydruku z jej strony internetowej oraz przegląd tej strony dokonany przez Prezesa Urzędu potwierdzają informacje Spółki. Spółka podaje na swojej stronie internetowej, bezpośrednio pod tabelami kosztów wszystkich pożyczek, dane o pożyczce na podstawie reprezentatywnego przykładu, dla pożyczki w kwocie 600 zł, oznaczając je jako „reprezentatywny przykład”. Niemniej jednak dokonany przez Prezesa Urzędu przegląd strony internetowej www.tablica.pl w dniu 11 września 2013r. nie potwierdził informacji Spółki o usunięciu z tej strony jej ogłoszeń. Na stronie tej nadal figurowało ogłoszenie Spółki, w którym nie podano danych o pożyczce zgodnie z powołanymi powyżej przepisami ustawy o kredycie konsumenckim. Tak jak we wcześniejszych ogłoszeniach, w ogłoszeniu tym określono dane poprzez zestawienie wysokości pożyczki i należnych Spółce kosztów („Pożyczasz: 600 zł Oddajesz: 758 zł”). Ogłoszenie to różniło się jedynie wysokością kosztów.

Spółka poinformowała, że ww. ogłoszenie zostało zamieszczone przez podmiot trzeci. Spółka wskazała jednocześnie, że podjęła wszelkie możliwe środki w celu jego usunięcia. Spółka przedłożyła także kopię oświadczenia skierowanego do wszystkich jej partnerów i pośredników zakazującego reklamowania usług Spółki w jakiegokolwiek formie bez jej uprzedniej, pisemnej zgody.

Dokonując przeglądu strony internetowej www.tablica.pl Prezes Urzędu ustalił, że pod numerem ww. ogłoszenia, w dniu 20 września 2013r., dodano ogłoszenie o nowej treści, w którym nie ma danych odnoszących się do kosztów oferowanych przez Spółkę pożyczek.

Ww. ustalenia uzasadniają przyjęcie, że Spółka zaniechała stosowania zarzuconej jej praktyki- w zakresie reklam zamieszczonych na jej stronie internetowej z dniem 11 maja

2013r., a w zakresie reklam zamieszczonych na stronie www.tablica.pl- z dniem 19 września 2013r. W zakresie ulotek jako datę zaniechania praktyki przyjęto dzień 14 sierpnia 2013r., tj. dzień poprzedzający wprowadzenie przez Spółkę do obrotu nowych ulotek. W opinii Prezesa Urzędu, Spółka nie wykazała, stosownie do art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, że faktycznie zaniechała rozpowszechniania ulotek wcześniej, tj. „niezwłocznie” po otrzymaniu informacji Prezesa Urzędu o ich zakwestionowaniu. Wyjaśnienia Spółki nie pozwalają na dokonanie innych ustaleń w kwestii daty wycofania z obiegu zakwestionowanych ulotek.

W niniejszym przypadku podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stanowi art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten przewiduje, że nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania, przy czym ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania zarzucanej praktyki spoczywa na przedsiębiorcy (art. 27 ust. 3).

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt V sentencji.

VI.

Ostatnia z zarzuconych Spółce praktyk, określona w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polega na prezentowaniu w reklamach w formie ulotek oraz ogłoszeń zamieszczanych w internecie haseł: „Pożyczki bez BIK!”, „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Jej **bezprawność** wynika z naruszenia art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206).

Art. 3 ww. ustawy zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 i 4 ustawy).

Niewątpliwie działania Spółki polegające na reklamowaniu oferowanych konsumentom pożyczek gotówkowych mieszczą się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

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

Art. 4 ust. 2 ustawy zawiera otwarty katalog nieuczciwych praktyk rynkowych, wyróżnia m.in. praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Praktyki te mogą polegać na działaniu (art. 5) bądź zaniechaniu (art. 6), przy czym nie są one zakazane w każdych okolicznościach (art. 7). Oznacza to, że przypisanie przedsiębiorcy stosowania praktyk rynkowych wprowadzających w błąd wymaga odniesienia zarówno do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej zawartej w art. 4 ust. 1 ustawy, jak również definicji praktyki wprowadzającej w błąd zawartej w art. 5 lub art. 6 ustawy.

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługują się pojęciem przeciętnego konsumenta, z punktu widzenia którego powinna być dokonana ocena każdej praktyki rynkowej.

Art. 2 pkt 8 ustawy za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Adresatem zakwestionowanych reklam jest ogół konsumentów. Treść reklamy i sama oferta Spółki polegająca na udzielaniu pożyczek konsumentom nie są kierowane do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale nieograniczonego kręgu odbiorców- ogółu konsumentów zainteresowanych uzyskaniem środków finansowych. Jak wynika z Regulaminu pożyczek gotówkowych, Spółka udziela pożyczek osobom pełnoletnim, posiadającym stałe zameldowanie i stałe źródło dochodu.

Uzasadnia to przyjęcie, że ocena praktyki Spółki powinna być dokonana w odniesieniu do przeciętnego konsumenta- osoby zainteresowanej uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej- nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Przeciętny konsument ma świadomość specyfiki języka reklamy, jego pewnej umowności, skłonności do przesady i konieczności odnoszenia się do reklam z racjonalnym dystansem. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy reklamowe w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Zdaniem Prezesa Urzędu, adresatem reklam Spółki nie jest konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy. Jest to więc osoba, która wie, że szczegółowe warunki oferty są określone w umowie pożyczki i może je poznać nawiązując np. bezpośredni kontakt ze Spółką, ale jednocześnie oczekuje, że podane w reklamach informacje o ofercie są rzetelne i nie wprowadzają w błąd.

Zarzucona Spółce praktyka polega na prezentowaniu wprowadzającego w błąd przekazu reklamowego sugerującego pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. W rzeczywistości, jak ustalono, Spółka dokonuje analizy sytuacji finansowej potencjalnego pożyczkobiorcy i na podstawie jej wyników decyduje o udzieleniu pożyczki. W opinii Prezesa Urzędu, działania Spółki stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy, 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.

W niniejszej sprawie niezbędne jest zatem rozważenie, czy reklamy, w których Spółka posługiwała się hasłem „Pożyczki bez BIK!” lub równoznacznym mogły wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd co do dostępności pożyczki, wynikającej ze stosowanych przez Spółkę zasad weryfikacji zdolności kredytowej pożyczkobiorcy, a przez to, czy mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Art. 5 ust. 4 powołanej ustawy przewiduje, że przy ocenie czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Wzbudzające zastrzeżenia Prezesa Urzędu hasła zamieszczone zostały w rozpowszechnianych przez Spółkę ulotkach oraz ogłoszeniach reklamowych zamieszczanych na stronie przeznaczonej do publikacji ogłoszeń www.tablica.pl. W ulotkach hasło „Pożyczki bez BIK!” zostało wyszczególnione na tle czerwonej gwiazdki, w dolnej części strony. W ogłoszeniach hasła: „Pożyczki rozpatrywane są bez wglądu w BIK czy historię kredytową” oraz „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK” były częścią tekstu prezentującego cechy pożyczek, bez dodatkowego wyróżnienia.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przekaz wynikający z prezentowanych reklam mógł wywołać mylne wrażenie przeciętnego konsumenta, że Spółka udziela pożyczek niezależnie od tego, czy konsumenci figurują w rejestrach dłużników (bazach BIK), co oznacza, że nie dokonuje pod tym kątem badania ich zdolności kredytowej. Zapoznając się z reklamami Spółki przeciętny konsument mógł uznać, że wpis do bazy dłużników nie ma znaczenia przy podejmowaniu przez Spółkę decyzji o udzieleniu pożyczki, ponieważ w procesie oceny ryzyka kredytowego potencjalnego pożyczkobiorcy nie bierze pod uwagę faktu jego ewentualnego figurowania w takiej bazie. Przeciętny konsument mógł tym samym dojść do wniosku, że proces uzyskania pożyczki nie jest sformalizowany, skoro Spółka nie występuje o informacje do innych podmiotów, ale oferuje „błyskawiczne” pożyczki, bez BIK.

Stosownie do art. 5 pkt 16 ustawy o kredycie konsumenckim, ocena ryzyka kredytowego to dokonywana przez kredytodawcę ocena zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki. W celu oceny ryzyka kredytowego pożyczkodawca może korzystać z baz danych prowadzonych przez biura informacji kredytowych oraz biura informacji gospodarczych (por. art. 5 pkt 15 ww. ustawy).

Art. 9 ust. 1 ww. ustawy nakłada na pożyczkodawcę bezwzględny obowiązek oceny ryzyka kredytowego przed zawarciem umowy. Wykorzystywany przez Spółkę w obrocie konsumenckim Regulamin pożyczek gotówkowych przewiduje, że Spółka ma prawo weryfikacji danych zawartych w oświadczeniach podanych przez pożyczkobiorcę w biurach informacji gospodarczej, krajowych rejestrach długów bądź innych zbiorach danych prowadzonych przez upoważnione instytucje gromadzące informacje na temat niesumiennej dłużników. Przedstawiając procedurę udzielania pożyczek konsumentom Spółka poinformowała, że wpływ na decyzję o przyznaniu pożyczki ma m.in. figurowanie konsumenta w rejestrach klientów niesolidnych, giełdach wierzytelności i innych zbiorach zawierających dane osób mających problemy z regulowaniem swoich zobowiązań. Przy ocenie ryzyka kredytowego potencjalnego pożyczkobiorcy Spółka może więc wystąpić do podmiotu prowadzącego określone bazy danych o sprawdzenie w nich tzw. historii kredytowej pożyczkobiorcy. Spółka weryfikuje zatem zdolność kredytową swoich potencjalnych kontrahentów korzystając z dostępnych baz dłużników.

Zdaniem Prezesa Urzędu, nawet uważny i dostatecznie zorientowany przeciętny konsument utożsamia skrót „BIK” ogólnie z podmiotem, który gromadzi dane o zobowiązaniach finansowych osób wynikających z zaciągniętych przez nich pożyczek i kredytów. Hasło „bez BIK” jednoznacznie kojarzy więc z faktem rezygnacji pożyczkodawcy ze sprawdzenia, w ramach procedury udzielania pożyczek, czy potencjalny pożyczkobiorca figuruje w rejestrze takiego podmiotu. W niniejszym przypadku odróżnienie, że informacje o

dłużnikach są gromadzone także przez biura informacji gospodarczych (BIG), do których odwołuje się Regulamin pożyczek gotówkowych, wymagałoby jednak posiadania przez przeciętnego konsumenta szczególnej wiedzy, wynikającej ze znajomości przepisów prawa, dzięki którym byłby w stanie odróżnić zasady działania Biura Informacji Kredytowej S.A. (używającego skrótu BIK) i biur informacji gospodarczych (używających skrótu BIG), a w konsekwencji dane, które mogą gromadzić. Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument, dostatecznie dobrze zorientowany co do warunków udzielania kredytów konsumenckich, w tym skutków związanych z figurowaniem w rejestrze dłużników, takiej wiedzy nie posiada. Przeciętny konsument utożsamia nazwy BIK i BIG, traktując je jako bazy, w których gromadzone są dane o zobowiązaniach dłużników.

Należy wskazać, że z przekazów reklamowych zawierających hasło „bez BIK” lub równoznaczne nie korzystają banki. Może to dodatkowo wzmacniać przeświadczenie przeciętnego konsumenta, że Spółka jako podmiot nie będący bankiem, udziela pożyczek bez względu na ocenę ryzyka kredytowego wynikającą z faktu figurowania w określonej bazie dłużników. Jak wynika z raportu TNS Polska opracowanego na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów² najczęstszym powodem, ze względu na który konsumenci zdecydowaliby się na pożyczkę w parabanku, jest szybsze uzyskanie pozytywnej opinii. Kwestie dotyczące zdolności kredytowej mają bez wątpienia istotne znaczenie przy wyborze instytucji finansowej przez konsumentów.

W opinii Prezesa Urzędu, zakwestionowane reklamy mogą kształtować mylne wyobrażenie konsumentów o szerokiej dostępności oferty Spółki. Mogą bowiem sugerować bezwarunkowe udzielenie pożyczki („bez BIK”, czyli nie sprawdzamy wnioskodawcy w bazie dłużników). Niewątpliwie użyte hasła sugerują łatwiejszą, a przez to szybszą procedurę uzyskania pożyczki aniżeli w przypadku weryfikowania sytuacji finansowej potencjalnego pożyczkobiorcy w bazach dłużników. Zdaniem Prezesa Urzędu, pod wpływem zakwestionowanych reklam przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd co do pewności uzyskania pożyczki od Spółki. Błąd ten mógł jednocześnie mieć wpływ na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął.

Zgodnie z art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie decyzję podejmowaną przez konsumenta co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Decyzja dotycząca umowy, o której mowa w ww. ustawie, ma szerszy zakres niż instytucja błędu uregulowana w art. 84 i nast. Kodeksu cywilnego. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest objęty sam fakt jej dokonania, czyli w analizowanym przypadku – skorzystanie z reklamowanej oferty, a więc złożenie wniosku o pożyczkę i zawarcie umowy ze Spółką. Wystarczająca jest sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

Decyzja dotycząca umowy w omawianym stanie faktycznym sprowadzać będzie się do sytuacji, w której konsument pod wpływem reklamy zainteresuje się ofertą Spółki lub podejmie działania w celu uzyskania dodatkowych informacji, np. skontaktuje się ze Spółką, aby poznać szczegóły oferty. Bez znaczenia pozostaje okoliczność, że konsument może zweryfikować przekaz reklamowy w inny sposób. Kluczowe znaczenie odgrywa

² Badanie zostało przeprowadzone przez TNS Polska od 2 do 5 sierpnia 2012 roku techniką wywiadu bezpośredniego wspomaganego komputerowo (CAPI), na reprezentatywnej, losowo wybranej próbie 1000 Polaków w wieku 15 i więcej lat. Raport z badania dostępny na www.uokik.gov.pl.

wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór komunikatu reklamowego, który prowadzi do przyjęcia i zrozumienia najważniejszych informacji jakie z niego płyną. Samo zainteresowanie się ofertą Spółki, pod wpływem rozpowszechnianych reklam, stanowi o podjęciu przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy.

Poprzez ww. hasła oferta Spółki była dla przeciętnego konsumenta bardziej atrakcyjna niż jest w rzeczywistości. Dla osób poszukujących możliwości szybkiego finansowania lub posiadających tzw. negatywną historię kredytową (np. wpisanych do rejestrów BIK/BIG) informacja, że Spółka nie bierze pod uwagę danych figurujących w dostępnych rejestrach dłużników przy podejmowaniu decyzji o udzieleniu pożyczki ma niewątpliwie podstawowe znaczenie. Przeciętny konsument mógłby nie podjąć decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy, gdyby posiadał pełną wiedzę o dostępności oferty Spółki, tj. miał świadomość, że Spółka dokonuje w rzeczywistości oceny jego zdolności kredytowej sprawdzając wpisy w dostępnych rejestrach dłużników, a wynik tego sprawdzenia decyduje o udzieleniu przez Spółkę pożyczki. Mając szczegółową wiedzę o faktycznych warunkach, na jakich Spółka udziela pożyczek, uwzględniając stosowany sposób i zakres weryfikowania zdolności kredytowej potencjalnego pożyczkobiorcy, przeciętny konsument mógłby tym samym uznać, że oferta może nie być w pełni dostępna dla osób figurujących w bazach dłużników.

W świetle powyższego, należy podkreślić, że podstawą postawionego Spółce zarzutu nie było samo w sobie posłużenie się hasłem „Pożyczki bez BIK!” czy też hasłami równoznacznymi, ale użycie ich w określonej sytuacji faktycznej (pomimo, że Spółka dokonuje oceny ryzyka kredytowego weryfikując potencjalnych pożyczkobiorców w zewnętrznych bazach dłużników). Wniosek Spółki o zajęcie stanowiska przez Prezesa Urzędu w kwestii zgodności z prawem zwrotu „weryfikacja bez BIK” wynika tym samym z niezrozumienia istoty zarzuconej Spółce praktyki.

Powyżej wskazano, że w celu przypisania Spółce nieuczciwej praktyki rynkowej, niezbędne jest także wykazanie, że jej praktyka 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. Oznacza to konieczność odniesienia się do przesłanek klauzuli generalnej z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Z uwagi na kwestionowanie sposobu prezentacji informacji zawartych w reklamach, Prezes Urzędu dokonał oceny zachowania Spółki w kontekście naruszenia dobrych obyczajów oraz możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, tj. na etapie kierowania do niego przekazu reklamowego.

Na gruncie powołanej ustawy pod pojęciem sprzeczności z dobrymi obyczajami należy rozumieć swego rodzaju klauzulę rzetelności oznaczającą zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia zachowania konsumenta na rynku poprzez brak rzetelnego informowania go o istotnych cechach produktu. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W wyroku z dnia 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII Ama 118/04 SOKiK stwierdził, że w stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami SOKiK uznał działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.

W rozpatrywanej sprawie, za dobre obyczaje należy uznać prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką Spółka jako przedsiębiorca zamieszcza

powinna w reklamach swoich usług, uwzględniając ograniczenia wynikające z takiej formy prezentacji oferty. Zdaniem Prezesa Urzędu, naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów nastąpić może właśnie wskutek przekazania informacji mogących wprowadzać konsumenta w błąd co do pewności uzyskania pożyczki od Spółki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Pod wpływem rozpowszechnianych reklam przeciętny konsument mógł nabrać mylnego wyobrażenia o warunkach, jakie musi spełnić, aby uzyskać pożyczkę od Spółki i podjąć decyzję dotyczącą umowy, której w przypadku posiadania pełnej wiedzy o dostępności oferty Spółki, mógłby nie podjąć. Zakwestionowane reklamy mogły zatem zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, że działania Spółki wyczerpują przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Fakt, że ww. praktyka narusza jednocześnie zbiorowe interesy konsumentów, pozwala na przypisanie Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika, że wycofała z obiegu zakwestionowane materiały reklamowe. Spółka podała, że ulotkę wycofała z obiegu niezwłocznie po otrzymaniu informacji o jej zakwestionowaniu przez Prezesa Urzędu. W dniu 15 sierpnia 2013r. wprowadziła natomiast do obiegu nową ulotkę o zmodyfikowanej treści. Spółka wskazała, że w dniu 1 sierpnia 2013r. usunęła wszystkie ogłoszenia z portalu tablica.pl.

Prezes Urzędu ustalił, że w nowych ulotkach nie występuje hasło „Pożyczki bez BIK!”, ani hasła równoznaczne w treści. Jak to już wskazano powyżej w pkt V uzasadnienia, przegląd strony internetowej www.tablica.pl dokonany przez Prezesa Urzędu w dniu 11 września 2013r. nie potwierdził informacji Spółki o usunięciu z tej strony jej ogłoszeń. Na stronie tej nadal zamieszczone było ogłoszenie, w którym Spółka posługiwała się hasłem: „Oferujemy błyskawiczne pożyczki bez BIK”.

Spółka wyjaśniła, że ww. ogłoszenie zostało zamieszczone przez podmiot trzeci, niemniej podjęła wszelkie możliwe środki w celu jego usunięcia ze strony www.tablica.pl. Spółka przedłożyła także kopię oświadczenia skierowanego do wszystkich jej partnerów i pośredników zakazującego reklamowania usług Spółki w jakiegokolwiek formie bez jej uprzedniej, pisemnej zgody.

Przegląd strony internetowej www.tablica.pl dokonany przez Prezesa Urzędu pozwolił na ustalenie, że pod numerem tego ogłoszenia, w dniu 20 września 2013r., dodano ogłoszenie o nowej treści, w którym nie ma przytoczonego hasła, ani innych haseł, równoznacznych w treści.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu stwierdził, że Spółka zaniechała stosowania zarzuconej jej praktyki- w zakresie reklam zamieszczonych na stronie www.tablica.pl z dniem 19 września 2013r., a w zakresie ulotek z dniem 14 sierpnia 2013r., tj. dniem poprzedzającym wprowadzenie przez Spółkę do obrotu nowych ulotek. Podobnie jak w przypadku praktyki z pkt V, Prezes Urzędu uznał, że Spółka nie wykazała, zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, innej daty zaniechania, tj. zaprzestania rozpowszechniania ulotek „niezwłocznie” po otrzymaniu informacji o ich zakwestionowaniu przez Prezesa Urzędu.

Tym samym Prezes Urzędu orzekł na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów: wykazana została bezprawność jej działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

W toku postępowania Spółka złożyła wnioski o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Spółka zobowiązała się w zakresie praktyki zarzuconej jej w pkt I sentencji decyzji- do zmiany wzorców umów w części dotyczącej zakwestionowanych opłat za czynności windykacyjne; w zakresie praktyki z pkt II sentencji decyzji- do uzupełnienia wzorca umowy pożyczki o informacje wymagane przez ustawę o kredycie konsumenckim; w zakresie praktyki z pkt III sentencji decyzji- do wprowadzenia 30- dniowego terminu zwrotu kwoty pożyczki w razie odstąpienia konsumenta od umowy, w zakresie praktyki z pkt IV- do zaniechania pobierania opłaty przygotowawczej w razie odstąpienia konsumenta od umowy. W odniesieniu do praktyki z pkt V sentencji decyzji Spółka zobowiązała się do zamieszczania w reklamach zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego informacji wymaganych przez ustawę o kredycie konsumenckim, a w odniesieniu do ostatniej z praktyk- do usunięcia z treści reklam haseł „Pożyczki bez BIK” i równoznacznych.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 powołanej ustawy, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione- na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania- że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Wykładnia ww. przepisu prowadzi do wniosku, że realizacja złożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania powinna prowadzić do wyeliminowania zarzuconej mu praktyki względnie- w przypadku zaniechania praktyki- jej trwających skutków.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie wydanie decyzji na podstawie ww. przepisu nie jest uzasadnione. Merytoryczna ocena wniosku Spółki prowadzi m.in. do stwierdzenia, że zaproponowane przez Spółkę zmiany postanowień wzorców dotyczące opłat za czynności windykacyjne mogą nadal mieścić się w hipotezach klauzul niedozwolonych, skoro nie określają np. kolejności i terminów poszczególnych czynności. Ilość czynności, które może podjąć Spółka może ponadto skutkować obciążeniem konsumenta opłatami, których łączna wysokość jest nadmiernie wygórowana. Sugeruje też, że odstępy czasu pomiędzy poszczególnymi czynnościami będą tak krótkie, że konsument nie będzie miał możliwości zastosowania się do otrzymanych monitów lub wezwań i spłaty zaległych należności przed podjęciem przez Spółkę kolejnych czynności windykacyjnych i przed naliczeniem opłat za ich wykonanie. W przedłożonych przez Spółkę projektach nowego Regulaminu pożyczek gotówkowych i nowej Tabeli opłat przewidziano także, że Spółka może wykonać monit telefoniczny/sms nawet raz dziennie, przy obciążeniu pożyczkobiorcy opłatą windykacyjną maksymalnie raz w tygodniu. Ilość czynności może wskazywać, że proponowana przez Spółkę procedura jest zbyt uciążliwa dla konsumenta i nieadekwatna do jego zobowiązania.

Należy również zauważyć, że Spółka zaniechała stosowania praktyk zarzuconych jej w pkt V i VI sentencji decyzji. Przyjęcie złożonych przez Spółkę w tym zakresie zobowiązań jest zatem niecelowe. Złożone zobowiązania nie zmierzają przy tym do wyeliminowania negatywnych skutków ww. praktyk.

Nie można też pominąć, że określenie przedmiotu i zakresu zobowiązania składanego na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy

wyłącznie do przedsiębiorcy. To przedsiębiorca zobowiązuje się bowiem do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom art. 24. Treść złożonego zobowiązania nie może być więc przedmiotem uzgodnień pomiędzy Prezesem Urzędu, a przedsiębiorcą. Taki sposób formułowania zobowiązania oznaczałoby, że jego ostateczna treść jest przedmiotem swoistych negocjacji Prezesa Urzędu i przedsiębiorcy, co niewątpliwie wypaczałoby sens zastosowania art. 28 ustawy. Z tego względu, Prezes Urzędu nie może, na prośbę przedsiębiorcy, dokonywać interpretacji przepisów, które odnoszą się do treści zobowiązania przedsiębiorcy, o co wniosła Spółka.

Zdaniem Prezesa Urzędu, w rozpatrywanej sprawie, uwzględniając charakter praktyk, uzasadnione jest ponadto zastosowanie wobec Spółki środka represji i prewencji indywidualnej w postaci kary pieniężnej, której nałożenie nie jest możliwe w decyzji wydanej na podstawie art. 28 ustawy.

W związku z brakiem wystarczającego uzasadnienia do zastosowania tego przepisu, Prezes Urzędu orzekł na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

VII.

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

Z powołanego przepisu wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu winien uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej, wymieniając okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, w szczególności charakter praktyk i ich możliwe skutki w sferze ekonomicznych i pozaekonomicznych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał za uzasadnione nałożenie na Spółkę kar pieniężnych za każdą ze stwierdzonych praktyk.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na nieumyślne naruszenie przez Spółkę przepisów ustawy. Zdaniem Prezesa Urzędu, Spółka naruszyła zasady ostrożności w relacjach z konsumentami. Należy podkreślić, że jako profesjonalista Spółka ma obowiązek na bieżąco monitorować wpisy klauzul niedozwolonych do rejestru oraz wszystkie przepisy, które dotyczą warunków świadczenia przez nią usług finansowych konsumentom. Obowiązek ten dotyczy zwłaszcza przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, która ma podstawowe znaczenie dla określenia praw i obowiązków stron umowy pożyczki. Reguły ostrożności wymagają przy tym, aby Spółka знаła nie tylko ustawowe regulacje dotyczące umowy kredytu konsumenckiego, ale również te, które dotyczą obowiązków kredytodawcy na etapie poprzedzającym zawarcie umowy, a które związane są z podejmowanymi działaniami reklamowymi. Uwzględnienie przez Spółkę w prowadzonej działalności rejestru niedozwolonych postanowień umownych oraz powszechnie obowiązujących przepisów prawa nie wymaga zachowania przez nią szczególnej bądź nadzwyczajnej staranności. Prezes Urzędu uznał, że Spółka mogła bez przeszkód sprawdzić i ustalić, jakie klauzule niedozwolone figurują w rejestrze i jakie

obowiązki nakładają na nią obowiązujące przepisy prawa w zakresie udzielania pożyczek konsumentom. Zdaniem Prezesa Urzędu, reguły ostrożność nakazują również Spółce zwrócić uwagi na treść rozpowszechnianych reklam tak, aby wyeliminować ewentualne ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd. Stwierdzone naruszenia są zatem wynikiem niedochowania przez Spółkę należytej staranności.

W 2012r. Spółka uzyskała przychód w wysokości [usunięto] zł. Maksymalna kara pieniężna, która mogłaby zostać nałożona na Spółkę wynosi [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Ustalając wysokość kary Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonych naruszeń przepisów ustawy, wynikiem których jest określona kwota bazowa. W dalszej kolejności Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

1. Praktyka przypisana Spółce w pkt I sentencji decyzji polega na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru niedozwolonych postanowień umownych.

Oceniając szkodliwość zakwestionowanych postanowień Prezes Urzędu uwzględnił, że mają one bezpośredni wpływ na sytuację finansową konsumentów. Pomimo, że przewidują opłaty za podejmowane przez Spółkę czynności windykacyjne, nie określają ani zasad, ani terminów i procedur obciążenia nimi konsumentów. Spółka może więc swobodnie decydować i naliczać opłaty, a konsument nie jest w stanie ustalić, jakie działania i kiedy zostaną wobec niego podjęte w przypadku braku spłaty pożyczki w terminie określonym w umowie. Stosowane przez Spółkę opłaty są ponadto rażąco wygórowane i nie wynikają z kalkulacji ponoszonych przez Spółkę kosztów. Stopień szkodliwości ww. postanowień jest bez wątpienia znaczny.

Rozstrzygając o wadze stwierdzonego naruszenia Prezes Urzędu uwzględnił również fakt, że okres jego trwania przekroczył 1 rok. Spółka oświadczyła, że wzorce, w których zamieszczono zakwestionowane postanowienia, stosuje od rozpoczęcia prowadzenia działalności, tj. od dnia 23 marca 2012r.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2012r., tj. 364 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu uznał, że w przypadku omawianego naruszenia nie występują okoliczności obciążające, które przemawiałyby za podwyższeniem ustalonej kwoty bazowej kary. W szczególności Spółce nie można przypisać umyślności działania, a więc zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Nie ma też okoliczności łagodzących, które wpływałyby na obniżenie kwoty bazowej kary. W szczególności Spółka nie zaniechała stosowania zarzuconej jej praktyki.

Z uwagi na powyższe, za stosowanie praktyki określonej w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 364 zł, co stanowi [usunięto] % przychodu Spółki za 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

2. Praktyka wskazana w pkt II sentencji decyzji polega na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Prezes Urzędu stwierdził, że Spółka nie informuje w umowach pożyczek o: kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym, zasadach dostępu do procedury pozasądowego rozstrzygania sporów i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów, co jest sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 15, 20 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim. Praktyka Spółki ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, przy czym może wywierać również wpływ na jego wykonanie.

Szkodliwość tej praktyki wyraża się w naruszeniu prawa konsumenta do uzyskania informacji o istotnych postanowieniach umowy. Ustawa o kredycie konsumenckim precyzyjnie formułuje zakres danych, jakie muszą być zawarte w umowie pożyczki,

gwarantując tym samym konsumentowi określony poziom wiedzy. Brak w umowie obowiązkowych danych godzi w ww. prawo konsumenta. Zważywszy na fakt, że konsument może np. dopiero w razie odstąpienia od umowy dowiedzieć się, jaką kwotę odsetek powinien zwrócić Spółce za okres korzystania z pożyczki, praktyka Spółki może nawet w znacznym stopniu naruszać pozaekonomiczne interesy konsumentów. Negatywne skutki praktyki ujawnić mogą się tym samym także na etapie wykonania umowy.

Ważąc kwotę bazową kary Prezes Urzędu uwzględnił ponadto okres stosowania praktyki, który przekroczył 1 rok. Umowy pożyczki, w których stwierdzono ww. braki, Spółka zawiera z konsumentami w oparciu o wzorce umów wprowadzone do obrotu prawnego z dniem 23 marca 2012r.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił za omawiane naruszenie kwotę bazową kary na poziomie [usunięto] % przychodu Spółki w 2012r., tj. 364 zł po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ww. kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające. Zdaniem Prezesa Urzędu, w przypadku omawianej praktyki nie występują jakiegokolwiek okoliczności łagodzące i obciążające, które uzasadniałyby modyfikację ustalonej kwoty bazowej.

Dlatego też za stosowanie praktyki określonej w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu postanowił nałożyć na Spółkę karę pieniężną w wysokości 364 zł, co stanowi [usunięto] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

3. W pkt III sentencji decyzji Prezes Urzędu stwierdził, że Spółka naruszyła obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez zamieszczanie w Regulaminie pożyczek gotówkowych i wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy nierzetelnych informacji o terminie zwrotu kwoty pożyczki i odsetek, w razie odstąpienia konsumenta od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Zgodnie z tymi informacjami, konsument powinien zwrócić kwotę pożyczki i odsetek niezwłocznie, nie później niż w terminie 3 dni od dnia złożenia oświadczenia. Tymczasem art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim stanowi, że konsument powinien wykonać ten obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia. Ww. praktyka dotyczy etapu zawierania kontraktu, ale może wywierać również wpływ na jego wykonanie.

Ze swej istoty praktyka ta prowadzi do pozbawienia konsumenta informacji o terminie, w którym powinien rozliczyć się ze Spółką w razie odstąpienia od umowy. Nierzetelne informacje w tym zakresie powodują, że konsument nie wie, że ustawa zobowiązuje go wprawdzie do niezwłocznego zwrotu kwoty pożyczki i odsetek, ale nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Negatywne skutki praktyki ujawnić mogą się zatem nie tylko na etapie zawierania umowy, ale również na etapie jej wykonania, w razie odstąpienia konsumenta od umowy i powstania wątpliwości, co do terminu zwrotu kwoty pożyczki i odsetek. Z drugiej strony Prezes Urzędu uwzględnił, że praktyka Spółki może tylko pośrednio wywierać wpływ na sytuację majątkową konsumenta.

O stopniu szkodliwości omawianej praktyki decyduje również okres jej stosowania, który przekroczył 1 rok. Jak wyjaśniła Spółka, wszystkie wzorce umów i wzory dokumentów przedłożone w prowadzonym postępowaniu stosuje w obrocie konsumenckim od dnia 23 marca 2012r.

Wskazane okoliczności przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2012r., tj. 364 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie nie ma podstaw do gradacji ustalonej kwoty bazowej. Zdaniem Prezesa Urzędu, nie ma okoliczności obciążających, które

przemawiałyby za jej podwyższeniem, ani okoliczności łagodzących, które wpływałyby na zmniejszenie tej kwoty.

W związku ze stosowaniem praktyki określonej w pkt III sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 364 zł. Kara ta stanowi [usunięto] % przychodu Spółki w 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

4. W pkt IV sentencji decyzji Prezes Urzędu uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Spółki polegające na możliwości obciążenia konsumenta, w przypadku odstąpienia od umowy pożyczki, bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia opłatą przygotowawczą i opłatą za udzielenie poręczenia spłaty pożyczki. Taką możliwość daje Spółce wykorzystywany przez nią w obrocie z konsumentami Regulamin pożyczek gotówkowych. Zakwestionowana praktyka związana jest z etapem zawierania kontraktu, jednak może wywierać istotny wpływ także na jego wykonanie.

W opinii Prezesa Urzędu, praktyka Spółki narusza przede wszystkim interesy ekonomiczne konsumentów. Powołując się na postanowienia umowy Spółka może nałożyć na konsumenta obowiązek finansowy, do którego poniesienia, zgodnie z ustawą o kredycie konsumenckim, nie jest zobowiązany. Koszty w postaci opłaty przygotowawczej lub opłaty za poręczenie spłaty pożyczki nie zostały wskazane w art. 54 ust. 1 i 4 ww. ustawy, jako te, którymi może zostać obciążony konsument w razie odstąpienia od umowy. Praktyka Spółki może zatem prowadzić do poniesienia przez konsumentów wymiernych szkód finansowych. Negatywne skutki praktyki ujawnić mogły się także na etapie wykonania umowy, w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy.

Decydując o wysokości kwoty bazowej kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę ponadto okres trwającego naruszenia, który przekroczył 1 rok. Wzorzec, zastrzegający prawo Spółki do obciążenia pożyczkobiorców ww. kosztami, Spółka stosuje w obrocie konsumenckim od dnia 23 marca 2012r.

Z powyższych względów Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie [usunięto] % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2012r., tj. 729 zł po zaokrągleniu.

Tak jak w przypadku praktyki omówionej powyżej, Prezes Urzędu nie znalazł okoliczności obciążających, które przemawiałyby za podwyższeniem ustalonej kwoty bazowej kary bądź łagodzących, które powinny wpływać na zmniejszenie wysokości tej kwoty.

Ostatecznie za stosowanie praktyki wskazanej w pkt IV sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 729 zł po zaokrągleniu, tj. [usunięto] % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2012r. i [usunięto] % kary maksymalnej.

5. Praktyka z pkt V sentencji decyzji polega na rozpowszechnianiu przez Spółkę reklam, które nie spełniają wymogów określonych w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 oraz ust. 2 pkt 1 i 2 w zw. z art. 8 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. Praktyka ta ujawnia się na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na pozyskiwanie klientów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie ich do zawarcia kontraktu. Celem rozpowszechnianej przez Spółkę reklamy jest zachęcenie konsumentów do skorzystania z jej usług.

Przy analizie stopnia szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że Spółka naruszyła główny obowiązek ustawowy dotyczący reklamy. Wbrew powołanym powyżej przepisom Spółka nie podała informacji, które muszą być podane w każdej reklamie zawierającej dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Brak obowiązkowych danych o pożyczce, które oparte zostały na reprezentatywnym dla Spółki przykładzie, może prowadzić do pozbawienia konsumenta możliwości porównania oferty Spółki z ofertami innych

przedsiębiorców oferujących pożyczki gotówkowe na etapie poprzedzającym zawarcie umowy i dokonanie realnej oceny przyszłego zobowiązania.

Na wagę omawianej praktyki wpływ wywiera również okres jej stosowania, który przekroczył 1 rok.

Zdaniem Prezesa Urzędu, wymienione okoliczności decydują o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu Spółki w 2012r., tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu nie dopatrywał się okoliczności obciążających, które wpływałyby na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary. Za okoliczność łagodzącą, uzasadniającą zmniejszenie kwoty bazowej, Prezes Urzędu uznał zaniechanie stosowania przez Spółkę zarzuconej jej praktyki po wszczęciu niniejszego postępowania. Z dokonanych ustaleń wynika, że Spółka nie rozpowszechnia już żadnej z zakwestionowanych reklam. Fakt ten uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o [usunięto] %, do kwoty 291 zł po zaokrągleniu.

W świetle powyższych ustaleń, za stosowanie praktyki określonej w pkt V sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 291 zł. Kwota ta stanowi równowartość ok. [usunięto] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2012r. i ok. [usunięto] % kary maksymalnej.

6. Praktyka, którą Prezes Urzędu przypisał Spółce w **pkt VI** sentencji decyzji, polega na prezentowaniu wprowadzającego w błąd przekazu reklamowego sugerującego pewność udzielenia pożyczki przez Spółkę, niezależnie od wyników oceny ryzyka kredytowego pożyczkobiorcy. Jak jednak ustalono, decydując o przyznaniu pożyczki Spółka bierze pod uwagę zdolność kredytową potencjalnego kontrahenta wynikającą m.in., z faktu jego figurowania w rejestrze dłużników. Podobnie jak praktyka omówiona powyżej w pkt 5, niniejsza praktyka ujawnia się również na etapie przedkontraktowym.

Zdaniem Prezesa, wykorzystanie przez Spółkę w zakwestionowanych reklamach hasła „Pożyczki bez BIK” lub równoznacznych mogło wywoływać mylne wyobrażenie przeciętnego konsumenta co do dostępności oferty Spółki. Zapoznając się z zakwestionowanymi reklamami przeciętny konsument mógł uznać, że Spółka udziela pożyczek niezależnie od tego, czy potencjalni pożyczkobiorcy figurują w rejestrach dłużników (bazach BIK), co oznacza, że nie dokonuje pod tym kątem badania ich zdolności kredytowej. Mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło mieć wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął. Pozostając w błędzie co do warunków udzielania pożyczek przez Spółkę i zasad weryfikacji zdolności kredytowej, przeciętny konsument mógł zainteresować się jej ofertą właśnie z uwagi na informację, że w procesie badania zdolności kredytowej wpisy w rejestrach dłużników nie mają dla Spółki żadnego znaczenia.

Wpływ na szkodliwość omawianej praktyki ma także okres jej stosowania, który przekroczył 1 rok.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ww. okoliczności uzasadniają ustalenie kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % przychodu Spółki w 2012r., tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie nie ma podstaw do podwyższenia ustalonej kwoty bazowej. Okolicznością łagodzącą, które wpływa na zmniejszenie wysokości tej kwoty jest natomiast zaniechanie stosowania przez Spółkę ww. praktyki po wszczęciu postępowania. Z tego względu Prezes Urzędu postanowił zmniejszyć kwotę bazową kary o [usunięto] %, do kwoty 291 zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki określonej w pkt VI sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę w wysokości 291 zł, co stanowi ok. [usunięto] % przychodu Spółki w 2012r. oraz ok. [usunięto] % maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie przepisów ww. ustawy oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez Spółkę. Warto podkreślić także ich walor wychowawczy, odstrasżający innych przedsiębiorców świadczących usługi finansowe przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

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

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

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