



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA W BYDGOSZCZY

ul. Długa 47,85-034 Bydgoszcz
Tel. 52 345-56-44, Fax 52 345-56-17
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 9 grudnia 2014 r.

Znak: RBG-61-22/14/KL

DECYZJA NR RBG -39/2014

Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie **Banku Zachodniego WBK Spółka Akcyjna z siedzibą we Wrocławiu** polegające na niezamieszczaniu w reklamie kredytu gotówkowego na stronie internetowej www.bzwbk.pl, która zawiera dane dotyczące kosztu tego kredytu w postaci wysokości prowizji, informacji o:

- stopie oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu;
- całkowitej kwocie kredytu;
- rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania,

w oparciu o reprezentatywny przykład, o którym mowa w art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126, poz. 715 ze zm.), co stanowi naruszenie przepisu art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126, poz. 715 ze zm.), co w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem **30 czerwca 2014 r.**

UZASADNIENIE

W dniu 13 czerwca 2014 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes UOKiK** lub **organ ochrony konsumentów**) dokonał oględzin strony internetowej www.bzwbk.pl, na której znajdowała się reklama kredytu gotówkowego „Poczuj wakacyjny przypływ gotówki”. Przedmiotowa strona internetowa przedstawia oferty Banku Zachodniego WBK Spółka Akcyjna z siedzibą we Wrocławiu (dalej: **Bank, Spółka, BZ WBK**), a także m.in. umożliwia logowanie się klientów Spółki do bankowości elektronicznej.

Prezes UOKiK przeprowadził szczegółową analizę reklam zamieszczonych na stronie internetowej www.bzwbk.pl należącej do przedsiębiorcy pod kątem zgodności z wymogami przewidzianymi w ustawie z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126,

poz. 715 ze zm.) – dalej: **u.k.k.** W wyniku przedmiotowego badania – postanowieniem Nr RBG-152/2014 z dnia 16 lipca 2014 r. – Prezes UOKiK wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez BZ WBK praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w sentencji niniejszej decyzji. Jednocześnie organ ochrony konsumentów wezwał przedsiębiorcę do ustosunkowania się do przedstawionych zarzutów.

W piśmie z dnia 4 sierpnia 2014 r. Spółka oświadczyła, że w jej ocenie materiał zamieszczony na stronie bzwbk.pl nie stanowił reklamy produktu kredytowego, a jedynie materiał informacyjny o takim produkcie, stąd też nie było obowiązku zamieszczania informacji wskazanych w art. 7 u.k.k. Zdaniem Banku istotą reklamy jest jej perswazyjny charakter, mający wywołać określony skutek. Za reklamę może zostać uznany taki przekaz, którego celem nie jest informacja, ale przede wszystkim nakłonienie adresata do zawarcia umowy dotyczącej danej usługi bądź rzeczy. Ze swej natury każdy przekaz reklamowy zawiera w treści lub formie informację kierowaną do odbiorcy, dlatego też dokonując rozróżnienia należy brać pod uwagę nie tylko samą treść komunikatu, ale także sposób jej wyrażenia. W ocenie Spółki, w przypadku reklamy kredytu konsumenckiego, perswazyjny charakter przekazu zachęcałby bezpośrednio do przystąpienia do umowy o kredyt, a taka sytuacja nie miała miejsca we wskazanym stanie faktycznym. Plansza zachęcała bowiem tylko do jednego: „Sprawdź”, co było niezwykle czytelne i podkreślone dodatkowo zrozumiałą w komunikacji internetowej strzałką, wskazującą na możliwość rozwinięcia informacji pod innym adresem (tzw. *call to action*). Z treści planszy – zdaniem Banku - jasno wynika, że, jako informacja o produkcie, zachęcała ona do zapoznania się z oferowanym produktem i jego reklamą (przede wszystkim szczegółowymi warunkami kredytu) poprzez odesłanie do konkretnego adresu internetowego. Osoba zainteresowana kredytem gotówkowym poprzez kliknięcie na planszę kierowana była do strony zawierającej dane oferowanego produktu, w tym jego reklamę, zawierającą wszystkie elementy wymagane u.k.k., co – w ocenie BZ WBK - oznacza, że sam obrazowy charakter informacji o posiadanym produkcie nie czyni z niej reklamy

Spółka zauważyła ponadto, że przekaz reklamowy Banku skonstruowany został zgodnie z zasadami marketingu oraz specyfiką medium, w którym są zamieszczane takie przekazy. Internet i zamieszczona w nim strona internetowa Banku www.bzwbk.pl stanowią medium interaktywne, w którym integralną, naturalną częścią wszelkich treści jest linkowanie między elementami, kierowanie użytkownika z jednej treści do drugiej, z tekstu do wideo, ze zdjęć do tekstów, z grafik do materiału audio itp. Reklama w Internecie tworzona jest analogicznie i zazwyczaj składa się z planszy zawierającej informację ogólną o produkcie tzw. *banner* i właściwej części zawierającej reklamę produktu - strony docelowej - tzw. *landing page'a*. Celem przekazu na banerze jest – w ocenie BZ WBK - skierowanie internauty do strony docelowej, na której publikowane są wszystkie informacje o produkcie i umożliwiony jest kontakt ze sprzedawcą, ewentualnie przejście do zakupu produktu. Zachęta do przejścia na *landing page* jest mocno wyeksponowana w postaci tzw. *buttona* z napisem „Sprawdź” - to wyraźny komunikat, iż banner nie jest sam w sobie kompletnym przekazem a zasadnicza – jak wskazuje przedsiębiorca - jego treść znajduje się po przejściu do strony docelowej.

W kolejnym piśmie, w odpowiedzi na wezwanie Prezesa UOKiK, Spółka przedstawiła dane dotyczące warunków kredytu z prowizją 0%, pokazane na reprezentatywnym przekładzie, a także wskazała, że „Promocja 0% prowizji w kredycie NA KLIK” obowiązywała od 1 maja 2014 roku do 30 czerwca 2014 roku. Warunki promocji, w tym warunki, jakie powinien spełnić konsument, aby uzyskać kredyt z prowizją 0% opisane zostały w „Regulaminie promocji cenowej kredytu gotówkowego dostępnego w ramach oferty NA

KLIK w usługach bankowości elektronicznej BZWBK24”, dołączonym do pisma Banku.

Prezes UOKiK zawiadomił przedsiębiorcę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy (pismo z dnia 19 listopada 2014 r.). Bank nie skorzystał z powyższych uprawnień.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

Na podstawie zebranych w toku postępowania dokumentów organ ochrony konsumentów ustalił, iż Bank Zachodni WBK S.A. z siedzibą we Wrocławiu jest wpisany do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000008723, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej we Wrocławiu, Wydział VI Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. pozostałe pośrednictwo pieniężne (64.19.Z).

Spółka prowadzi działalność bankową jako instytucja finansowa i zawiera z konsumentami umowy o kredyt konsumencki, umowy o prowadzenie rachunku oszczędnościowo-rachunkowego, a także inne zbliżone umowy. Adres strony internetowej Banku to www.bzwbk.pl.

W toku postępowania ustalono, że na ww. stronie internetowej znajdowała się dużej wielkości ruchoma reklama zamieszczona w górnej części witryny (na środku). Co kilka sekund w reklamie zmienia się plansza przedstawiająca inną ofertę Banku. Łącznie są cztery rodzajowo odmienne plansze, które przedstawiają cztery inne oferty (kredyt gotówkowy, punkty payback, BZWBK24 Mobile oraz Karty Kredytowe Mastercard).

Pierwsza z plansz przedstawia reklamę kredytu gotówkowego z napisem „POCZUJ WAKACYJNY PRZYPIŁYW GOTÓWKI”. Pod nim znajduje się informacja „0% PROWIZJI W BZWBK24”. Po lewej stronie widnieje wizerunek Kevina Spacey, a po prawej stronie znajduje się w okręgu informacja „decyzja w 10 minut”, a pod nią przycisk „Sprawdź”.



Zrzut reklamy zamieszczony na stronie internetowej www.bzwbk.pl – z dnia 12 czerwca 2014 r.

Po kliknięciu w przycisk „Sprawdź” odbiorcy ukazywał się po lewej stronie duży napis „Szybki kredyt gotówkowy” oraz powtórnie została zamieszczona informacja w kole o decyzji wydawanej w 10 minut. Na tej samej wysokości po prawej stronie został umieszczony Formularz kontaktowy.

Poniżej, po lewej stronie, znajdował się „suwak” kredytowy („Oblicz ratę kredytu”), w którym można było wybrać kwotę udzielonego kredytu. Na tej samej wysokości, po prawej stronie, znajdowała się informacja pt. „Jesteś klientem Banku Zachodniego WBK?” W ramach tego wydzielonego fragmentu strony internetowej zamieszczony był napis „WEŹ KREDYT NA KLIK W BZWBK24” oraz informacja „PROWIZJA 0%”, a także kolejny przycisk „SZCZEGÓŁY”. Po naciśnięciu na ten napis ukazywało się osobne okno z 12-stoma punktami opisującymi procedurę złożenia wniosku o kredyt gotówkowy z prowizją 0% (nie było jednak żadnej informacji o warunkach na jakich może zostać udzielony, ani odnośnika do Regulaminu prowadzonej akcji promocyjnej)

Na samym dole podstrony internetowej zamieszczona została następująca informacja:
„W symulacji przyjęto następujące założenia: oprocentowanie kredytu w skali roku 16%, prowizja 5%, okres kredytowania 72 miesiące, kredyt z pakietem ubezpieczeń „Spokojny kredyt”. Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania wynosi 29,42% przy następujących założeniach: całkowita kwota kredytu 12 863,76 okres spłaty 60 miesięcy, oprocentowanie stałe w skali 16%, prowizja 3,40%, opłata z tytułu ubezpieczenia (uwzględnia w całkowitym kwocie do zapłaty) 2 371,80 zł, całkowita kwota do zapłaty 23 110,33 zł, 29 rat w wysokości 385,40 zł, ostatnia rata w wysokości 371,73 zł. Szczegóły oferty, informacje o opłatach, prowizjach, oprocentowaniu dostępne są w placówkach Banku Zachodniego WBK S.A. oraz na stronie bzwbk.pl.

Ochrona ubezpieczeniowa w zakresie ubezpieczenia SPOKOJNY KREDYT świadczona jest przez Bank Zachodni WBK-Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń Ogólnych S.A. oraz Bank Zachodni WBK-Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń na życie S.A. na podstawie umów ubezpieczenia grupowego zawartego z Bankiem Zachodnim WBK S.A. Informacja o opłatach za ubezpieczenie, warunki ubezpieczeń określające zasady ubezpieczenia, w tym zasady rezygnacji oraz wyłączenia i ograniczenia odpowiedzialności ubezpieczyciela dostępne są w placówkach Banku Zachodniego WBK S.A. i na stronie bzwbkaviva.pl. Działamy zgodnie z zasadami dobrych praktyk na rynku bancassurance (Rekomendacja Związku Banków Polskich)”.

Na analizowanej stronie internetowej nie było żadnych informacji dotyczących warunków, na jakich udzielany jest kredyt gotówkowy z prowizją w wysokości 0%. Nie zostały również przedstawione parametrów takiego kredytu pokazane przy zastosowaniu reprezentatywnego przykładu. Brak było również odesłania do jakiegokolwiek Regulaminu promocji, który przekierowywałoby do warunków, na jakich Bank udziela kredytu gotówkowego z prowizją w wysokości 0%.

Na podstawie oświadczenia Spółki, Prezes UOKiK ustalił, że kredyt gotówkowy (konsumencki) z prowizją 0%, do którego odnosiła się reklama zamieszczona na głównej stronie bzwbk.pl, oferowany był w ramach promocji „0% prowizji w kredycie NA KLIK”. Promocja ta obowiązywała od 1 maja 2014 roku do 30 czerwca 2014 r. W tym okresie wyświetlana była również na stronie internetowej banku analizowana powyżej reklama. Warunki oferty zawarte zostały w „Regulaminie promocji cenowej kredytu gotówkowego dostępnego w ramach oferty NA KLIK w usługach bankowości elektronicznej BZWBK24”, który jednak nie był dostępny na stronie banku, ani bezpośrednio przy banerze zamieszczonym na stronie głównej, jak i na podstronie wyświetlanej po naciśnięciu przycisku „Sprawdź”.

W toku postępowania BZ WBK nie wyjaśnił, w jaki sposób konsument mógł się zapoznać z ww. Regulaminem przed zawarciem umowy.

Wyliczenia dla reprezentatywnego przykładu dla kredytu z prowizją 0% udzielaną w ramach promocji „0% prowizji w kredycie NA KLIK” są następujące: Rzeczywista roczna stopa oprocentowania wynosi 28,43%, przy założeniu, że całkowita kwota kredytu to 5 900 zł, okres spłaty 50 miesięcy, oprocentowanie stałe w skali roku 16%, prowizja 0%, opłata z tytułu ubezpieczenia kredytu 1 044,30 zł, całkowita kwota do zapłaty 9 600,24 zł, 49 rat w kwocie 192,92 zł, ostatnia rata 178,03 zł. Informacja o powyższych parametrach nie była zamieszczona w reklamie zamieszczonej na stronie www.bzwbk.pl oraz na podstronie, do której odbiorca mógł zostać przekierowany po naciśnięciu przycisku „Sprawdź”.

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) – dalej: **u.o.k.i.k.** - jest uprzednie zbadanie przez organ ochrony konsumentów, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło, pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Zdaniem organu ochrony konsumentów, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami skarżonego przedsiębiorcy. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa UOKiK działań przewidzianych w u.o.k.i.k.

Przepis art. 24 ust. 1 tejże ustawy stanowi, iż *„Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.”*, natomiast art. 24 ust. 2 określa, iż *„Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego; 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji”*.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w wyżej wymienionym przepisie należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:

- **działanie przedsiębiorcy,**
- **bezprawność tych działań,**
- **godzenie w zbiorowy interes konsumentów.**

Działanie przedsiębiorcy

Zgodnie z przepisem art. 4 pkt 1 u.o.k.i.k., ilekroć w ustawie tej jest mowa o przedsiębiorcy, pojmuje się przez to w pierwszej kolejności przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r., Nr 220, poz. 1447, z zm.). Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą,

budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Zdaniem Prezesa UOKiK, działalność Spółki polegająca na świadczeniu usług finansowych spełnia kryteria działalności gospodarczej, o jakich mowa w ww. przepisach. Jest to bowiem działalność wykonywana w sposób stały, powtarzalny oraz zarobkowy.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż Bank - prowadząc działalność gospodarczą jako osoba prawna - jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 u.o.k.i.k. Tym samym jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działania

W świetle przepisu art. 24 u.o.k.i.k. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Bezprawność w rozumieniu tego przepisu polega na zachowaniu przedsiębiorcy w postaci działania, jak również zaniechania, które jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest obiektywnym czynnikiem, niezależnym od winy i jej stopnia. Przy jej ustaleniu bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń, a także wystąpienie szkody.

W świetle regulacji u.o.k.i.k. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2 u.o.k.i.k.). Zachowanie takie godzi zatem w prawo konsumenta do informacji, które stanowi podstawę umożliwiającą konsumentowi właściwą ocenę przez niego sytuacji, a także jest warunkiem swobodnego podjęcia decyzji.

W ocenie Prezesa UOKiK, Bank na swojej stronie internetowej www.bzwbk.pl zamieszczał reklamę kredytu konsumenckiego, w której przedstawione były koszty tego kredytu w postaci wysokości prowizji. Brak jest jednak w reklamie informacji wymaganych w powszechnie obowiązujących przepisach prawa.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 u.k.k. *„Kredytodawca lub pośrednik kredytowy w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny:*

- 1) stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu;*
- 2) całkowitą kwotę kredytu;*
- 3) rzeczywistą roczną stopę oprocentowania”.*

Powyższe dane muszą zostać przedstawione – zgodnie z art. 8 ust. 1 u.k.k. – na podstawie reprezentatywnego przykładu. Stosownie do ustępu 2 przedmiotowego artykułu *„przy określaniu reprezentatywnego przykładu należy określić warunki umowy o kredyt*

konsumencki, na których kredytodawca lub pośrednik kredytowy spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju przy uwzględnieniu przez te umowy średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju”.

Przy dokonywaniu subsumcji powyższych przepisów do okoliczności niniejszej sprawy, w pierwszej kolejności należy ustalić, czy informacja zamieszczona na stronie www.bzwbk.pl miała charakter reklamy, czy też stanowiła ogólną informację o produkcie (na co wskazuje Spółka). Zgodzić się należy z BZ WBK, iż reklama powinna być aktem o charakterze perswazyjny, który skierowany jest do potencjalnych odbiorców, a którego przedmiotem są towary lub usługi oferowane przez jej nadawcę¹. Analiza baneru zamieszczonego na stronie internetowej Banku wskazuje, że ma on charakter reklamy, która miała na celu zainteresowanie odbiorcy produktem kredytowym o prowizji w wysokości 0%. Przekaz potęgowało użycie w tejże reklamie zagranicznego aktora (Kevina Spacey), który stanowił element większej kampanii marketingowej Spółki. Osoba ta obecna była w reklamach BZ WBK emitowanych w różnych mediach, co wskazuje na to, że nie znalazła się ona tam, aby przekazać „suchą” informację o produkcie, ale uwiarygodnić przekaz marketingowy w świadomości jej odbiorców. Ponadto należy zauważyć, że aktor przedstawiony jest na planie tropikalnej wyspy, co ma przywoływać o konsumentów miłe wspomnienia (wakacje, odpoczynek, słońce plaże), które może nabyć po wzięciu kredytu gotówkowego w Banku. Świadczy o tym również hasło reklamowe „*Poczuj wakacyjny przyływ gotówki*”, które odnosi się do krajobrazu przedstawionego na banerze. Analizowane hasło nie posiada charakteru informacyjnego o produkcie, gdyż oferowany kredyt gotówkowy nie jest udzielany na określone odgórnie cele (w tym na cele wakacyjne), a konsument może go wykorzystać według własnego uznania. O reklamowym funkcji banera świadczy również jego układ graficzny i zamieszczona na nim treść – duża, kolorowa czcionka przedstawiająca istotne informacje, które mają skłonić konsumenta do zainteresowania się produktem (tj. brak prowizji czy też szybka decyzja dotycząca przyznania pieniędzy).

Reasumując, w ocenie Prezesa UOKiK, przedmiotowy baner nie spełnia wyłącznie charakteru informacyjnego, gdyż zamieszczone na nim treści i obraz świadczą o tym, że ma on na celu zainteresowanie odbiorcy produktem i skłonienie go do skorzystania z niego lub też poszukiwanie o nim informacji na stronie Banku. Informacja „Sprawdź” służy do pokierowania konsumenta do miejsca, w którym może uzyskać dodatkową informację, wysłać zapytanie o produkt, czy też założyć wniosek o kredyt. Pełni ona więc taką samą rolę, jak sformułowania zamieszczone w reklamach w innych mediach w postaci: „*Szczegóły w oddziale*”, „*Szczegóły w regulaminie*”. Należy bowiem zauważyć, iż zadaniem reklamy nie jest pełne informowanie konsumenta o produkcie, ale przedstawienie im – w sposób niewprowadzający w błąd – najważniejszych lub najatrakcyjniejszych właściwości oferowanego produktu bądź też usługi.

Obowiązek przedstawienia określonych warunków na jakich udzielany jest kredyt konsumencki istnieje tylko w sytuacji, w której to jego reklama zawiera informacje dotyczące kosztów kredytu. Poprzez takie koszty należy rozumieć – zgodnie z art. 4 pkt 1 Dyrektywy 2008/48/WE², która stanowi podstawę implementacji do polskiego porządku prawnego przepisów u.k.k. - „*inne dane liczbowe odnoszące się do kosztów kredytu przenoszonych przez*

¹ A. Masiota, J. Masiota, *Zakaz reklamy a prawo do rzetelnej informacji (w świetle przepisów o adwokaturze)*, Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny, 2002, z. 4, s.51.

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki i uchylającej dyrektywę Rady 87/103/EWG (Dz. U.UE.L.2008.133.66).

konsumentów”. Zgodnie z tymże artykułem „wszelkie reklamy umów o kredyt podające stopę oprocentowania lub inne dane liczbowe odnoszące się do kosztów kredytu ponoszonych przez konsumenta zawierają standardowe informacje określone w niniejszym artykule”.

W ocenie Prezesa UOKiK **wskazanie w reklamie kosztu kredytu w postaci wysokości należnej prowizji jest kosztem tego kredytu, z którego w tym wypadku konsument jest zwolniony, co nie oznacza, że kredyt jest darmowy. To właśnie brak prowizji w promocyjnej ofercie ma stanowić dla konsumenta zachętę do skorzystania z niej, a przez to spowoduje konieczność poniesienia przez konsumenta innych kosztów związanych z udzieleniem kredytu, w tym kosztów ubezpieczenia czy też odsetek.** Prowizja stanowi jeden z wielu parametrów kredytu, który składa się na jego koszt. Nawet jeżeli jej koszt równa się 0%, to stanowi to element oferty, z którego konsument jest wyjątkowo zwolniony po spełnieniu określonych wymagań. Poprzez zamieszczenie w reklamie informacji o wysokości prowizji powstał obowiązek udzielenia informacji o stopie oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, całkowitej kwocie kredytu oraz rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania. Niemniej w reklamie nie ma żadnych z tych informacji, które wskazywałyby na warunki umowy, jakie są przewidziane przy prowizji na 0%. Przedmiotowe informacje powinny być podane na podstawie reprezentatywnego przykładu, przez co konsument uzyskałby wiedzę o innych składnikach oferty, przy tak ustalonej ofercie (tzn. ofercie bez prowizji). W ocenie Prezesa UOKiK, przedsiębiorca nie przedstawiał składników kredytu konsumenckiego, które są wskazane w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 u.k.k., czyli stopy oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, całkowitej kwoty kredytu oraz rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania obliczonych w oparciu o reprezentatywny przykład określony w przepisach.

W tym miejscu należy również odpowiedzieć na pytanie, czy w przypadku reklamy w formie banera zamieszczonego na stronie internetowej, informacja o warunkach kredytu (w sytuacji zamieszczenia w reklamie danych o jego koszcie) powinna zostać zamieszczona bezpośrednio w treści samego przekazu, czy też może zostać umieszczona na podstronach, do których prowadzi ww. baner. W ocenie Prezesa UOKiK wykładnia literalna art. 7 u.k.k. – w szczególności w zakresie konieczności podania informacji w sposób widoczny - jednoznacznie wskazuje, iż wymienione w nim informacje zawarte być muszą bezpośrednio w reklamie, nie zaś w innych źródłach informacji, w tym np. na podstronach internetowych strony zawierającej reklamę. Należy podkreślić, że celem przyjęcia powyższej regulacji przez ustawodawcę było umożliwienie konsumentowi łatwego dostępu do najważniejszych informacji o reklamowanym kredycie, jak i zarazem umożliwienie mu zweryfikowania treści o charakterze reklamowym (ze swej istoty nieobiektywnych, mających na celu zwrócenie uwagi odbiorcy na produkt) z reprezentatywną informacją o kosztach związanych ze skorzystaniem z reklamowanego produktu bez konieczności poszukiwania ww. informacji np. na podstronach witryny internetowej, na której zamieszczona została reklama. Zdaniem organu ochrony konsumentów, przyjęcie przeciwnej interpretacji prowadziłoby do uznania, że konsument musi podejmować inicjatywę w poszukiwaniu wskazanych informacji, co bezsprzecznie naruszałoby opisany powyżej cel przedmiotowej regulacji.

Na marginesie należy jednak zauważyć – wbrew stanowisku prezentowanemu przez Spółkę – że informacje znajdujące się na podstronie, do której prowadzi przycisk „Sprawdź” nie odnoszą się do reklamy kredytu gotówkowego z prowizją 0%. Podane tam warunki kredytu w ujęciu reprezentatywnego przykładu zawierają prowizję w wysokości 5% i 3,4%. Stąd też,

nawet jeżeli przyjąć, że reklama może odsyłać do podstron i dopiero tam może dojść do przekazania odbiorcom informacji przewidzianych w art. 7 u.k.k., to w niniejszej sprawie taka sytuacja nie ma miejsca, gdyż warunki kredytu nie dotyczą promocji „0% prowizji w kredycie NA KLIK”, której reklama znajdowała się na głównej stronie internetowej Banku. Informacje o kosztach kredytu nie mogą odnosić się do obojętnie jakiego kredytu udzielanego przez Spółkę, tylko muszą uwzględniać ten element składniowy kredytu, który był uwzględniony w reklamie. Jeżeli więc na banerze znajdowała się informacja o braku prowizji przy udzielaniu kredytu, to informacja o jego koszcie podana na podstawie reprezentatywnego przykładu powinna uwzględniać ofertę kredytu z prowizją w wysokości 0%. Informacji o szczegółach promocji, jak i danych poszczególnych elementów kredytu konsumenckiego z prowizją 0%, konsument nie mógł znaleźć również po kliknięciu na napis „Szczegóły” w banerze „Jesteś Klientem Banku Zachodniego WBK?”, co jednak pozostaje bez znaczenia dla analizy bezprawności badanej praktyki.

W związku z powyższym, brak w reklamie kredytu konsumenckiego zamieszczonej na stronie internetowej Banku informacji, o których mowa w art. 7 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 należy uznać za działanie bezprawne, gdyż stanowi to naruszenie przez przedsiębiorcę obowiązków związanych z udzielaniem konsumentom jednoznacznej, zrozumiałej i widocznej informacji o kosztach, na jakich jest on oferowany w ramach danej reklamy.

Zaniechanie

Zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 1 i 2 u.o.k.i.k. nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał zabronionych działań, o których mowa w art. 24 ww ustawy. W związku z zaprzestaniem stosowania praktyki, o której mowa w sentencji niniejszej decyzji, w wyniku usunięcia ze strony internetowej baneru reklamowego informującego o udzieleniu kredytu z prowizji 0% bez wskazania pozostałych elementów wymienionych w art. 7 ust. 1 u.k.k., Prezes UOKiK wydał decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 30 czerwca 2014 r.

Godzenie w zbiorowy interes konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów formułuje definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 wyżej przywołanej ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę³.

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, iż: „nie jest zasadne uznawanie, że

³ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08, a także T. Skoczny, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, Warszawa 2009, s. 962.

postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów”⁴.

W ocenie Prezesa UOKiK zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowanie BZ WBK polegające na naruszeniu obowiązków związanych z udzielaniem konsumentom rzetelnej, prawdziwej oraz pełnej informacji wymaganej przepisami prawa godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Stroną umowy zawieranej przez ww. przedsiębiorcę są zarówno wszyscy aktualni, jak i wszyscy potencjalni klienci zamierzający skorzystać z oferty Spółki. Zatem krąg adresatów takiego wzorca nie jest z góry określony.

Na poparcie powyższego należy zatem przytoczyć stanowisko Sąd Okręgowy Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, który w jednym z wyroków wskazał, iż „jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów”⁵. Tak więc w rozpatrywanym stanie faktycznym zachowanie Banku nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz wpływa niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

Mając powyższe na względzie należy wskazać, iż przesłanka godzenia w zbiorowy interes konsumentów nastąpiła w przypadku praktyki stwierdzonej w sentencji niniejszej decyzji.

Wobec tego orzeczono jak w sentencji decyzji.

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

*Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Bydgoszczy
Piotr Adameczewski*

⁴ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt: I CKN 504/01.

⁵ Wyrok SOKiK z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Amc 26/08.