



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*MAŁGORZATA KRASNOŁĘBSKA-TOMKIEL*

DDK-61-10/09/PM

Warszawa, dn. 3 sierpnia 2010 r.

**DECYZJA NR 11/2010**

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331; Dz. U. z 2007 r. Nr 99, poz. 660; Nr 171, poz. 1206; Dz. U. z 2008 r. Nr 157, poz. 976, Nr 223, poz. 1458, Nr 227, poz. 1505; Dz. U. 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **działanie BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie** polegające na nieumieszczaniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, zgodnie z wymogami zawartymi w ustawie z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081; Dz. U. z 2003 r. Nr 109, poz. 1030; Dz. U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959; Nr 162, poz. 1693; Dz. U. z 2005 r. Nr 157, poz. 1316), co narusza art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów,

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 4 stycznia 2010 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331; Dz. U. z 2007 r. Nr 99, poz. 660; Nr 171, poz. 1206; Dz. U. z 2008 r. Nr 157, poz. 976, Nr 223, poz. 1458, Nr 227, poz. 1505; Dz. U. 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **działanie BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie** polegające na umieszczaniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej w sposób niezgodny z wymogami zawartymi w ustawie z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081; Dz. U. z 2003 r. Nr 109, poz. 1030; Dz. U. z 2004 r. Nr 96, poz. 959; Nr 162, poz. 1693; Dz. U. z 2005 r. Nr 157, poz. 1316), co narusza art. 16 w związku z art. 4 ust. 3a ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów,

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 4 stycznia 2010 r.

III. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98 poz. 1071; Dz. U. z 2001 r. Nr 49, poz. 509; Dz. U. z 2002 r. Nr 113, poz. 984, Nr 153, poz. 1271, Nr 169, poz. 1387; Dz. U. z 2003 r. Nr 130, poz. 1188, Nr 170, poz. 1660; Dz. U. z 2004 r. Nr 162, poz. 1692; Dz. U. z 2005 r. Nr 78, poz. 682, Nr 181, poz. 1524, Nr 64, poz. 565; Dz. U. z 2008 r. Nr 229, poz. 1539) w zw. z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331; Dz. U. z 2007 r. Nr 99, poz. 660; Nr 171, poz. 1206; Dz. U. z 2008 r. Nr 157, poz. 976, Nr 223, poz. 1458, Nr 227, poz. 1505; Dz. U. 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, umarza jako bezprzedmiotowe wszczęte z urzędu postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na pobieraniu od posiadaczy rachunków bankowych opłaty za przesłanie comiesięcznego wyciągu z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda, co mogło naruszać art. 728 § 2 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93; Dz. U. z 1971 r. Nr 27, poz. 252; Dz. U. z 1976 r. Nr 19, poz. 122; Dz. U. z 1982 r. Nr 11, poz. 81; Nr 19, poz. 147; Nr 30, poz. 210; Dz. U. z 1984 r. Nr 45, poz. 242; Dz. U. z 1985 r. Nr 22, poz. 99; Dz. U. z 1989 r. Nr 3, poz. 11; Nr 33, poz. 175; Dz. U. z 1990 r. Nr 34, poz. 198; Nr 55, poz. 321; Nr 79, poz. 464; Dz. U. z 1991 r. Nr 107, poz. 464; Nr 115, poz. 496; Dz. U. z 1993 r. Nr 17, poz. 78; Dz. U. z 1994 r. Nr 27, poz. 96; Nr 105, poz. 509; Nr 85, poz. 388; Dz. U. z 1995 r. Nr 83, poz. 417; Nr 141, poz. 692; Dz. U. z 1996 r. Nr 114, poz. 542; Nr 139, poz. 646; Dz. U. z 1997 r. Nr 43, poz. 272; Dz. U. z 1996 r. Nr 139, poz. 646; Dz. U. z 1996 r. Nr 149, poz. 703; Dz. U. z 1997 r. Nr 115, poz. 741; Nr 117, poz. 751; Dz. U. z 1998 r. Nr 117, poz. 758; Nr 106, poz. 668; Dz. U. z 1999 r. Nr 52, poz. 532; Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271; Nr 88, poz. 983; Nr 74, poz. 855; Nr 74, poz. 857; Nr 114, poz. 1191; Dz. U. z 2001 r. Nr 11, poz. 91; Nr 71, poz. 733; Nr 145, poz. 1638; Nr 130, poz. 1450; Dz. U. z 2002 r. Nr 113, poz. 984; Nr 141, poz. 1176; Dz. U. z 2003 r. Nr 49, poz. 408; Nr 60, poz. 535; Nr 64, poz. 592; Nr 49, poz. 408; Nr 60, poz. 535; Nr 124, poz. 1151; Dz. U. z 2004 r. Nr 91, poz. 870; Nr 96, poz. 959; Nr 172, poz. 1804; Nr 162, poz. 1692; Nr 281, poz. 2783; Dz. U. z 2005 r. Nr 172, poz. 1438; Nr 157, poz. 1316; Nr 48, poz. 462; Dz. U. z 2006 r. Nr 133, poz. 935; Dz. U. z 2007 r. Nr 80, poz. 538; Nr 82, poz. 557; Dz. U. z 2006 r. Nr 164, poz. 1166; Dz. U. z 2008 r. Nr 116, poz. 731; Dz. U. z 2007 r. Nr 181, poz. 1287; Dz. U. z 2008 r. Nr 163, poz. 1012; Nr 220, poz. 1425; Nr 228, poz. 1506; Nr 220, poz. 1431; Dz. U. z 2009 r. Nr 42, poz. 341; Nr 79, poz. 662; Dz. U. z 2010 r. Nr 40, poz. 222) i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

IV. Na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331; Dz. U. z 2007 r. Nr 99, poz. 660; Nr 171, poz. 1206; Dz. U. z 2008 r. Nr 157, poz. 976, Nr 223, poz. 1458, Nr 227, poz. 1505; Dz. U. 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakazuje BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie publikację pkt I i II sentencji niniejszej decyzji na koszt BRE Bank S.A. na stronie internetowej przedsiębiorcy w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej [www.multibank.pl](http://www.multibank.pl) oraz utrzymywanie jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 2 (dwóch) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej, a ponadto nakazuje publikację pkt. I i II sentencji decyzji na koszt BRE Bank S.A. na jednej z pięciu pierwszych stron dziennika o zasięgu ogólnopolskim ze średnim nakładem dziennym w wysokości co najmniej 100 000 (sto tysięcy) egzemplarzy w module obejmującym co najmniej 25% strony, czcionką nie mniejszą niż 11 (jedenaste) pkt. w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji.**

V. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331; Dz. U. z 2007 r. Nr 99, poz. 660; Nr 171, poz. 1206; Dz. U. z 2008 r. Nr 157, poz. 976, Nr 223, poz. 1458, Nr 227, poz. 1505; Dz. U. 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości 1 179 509 zł (słownie: jeden milion sto siedemdziesiąt dziewięć tysięcy pięćset dziewięć złotych)**, płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punktach I i II sentencji decyzji.

### Uzasadnienie

W dniu 28 kwietnia 2008 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej także „Prezesem Urzędu”, „Prezesem UOKiK”) działając na podstawie art. 48 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.), zwanej dalej również „uokik”, wszczął **postępowanie wyjaśniające** w sprawie wstępnego ustalenia, czy BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie, zwany dalej: „Bankiem”, dopuścił się naruszenia przepisów uzasadniających wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Z informacji będących w posiadaniu Prezesa Urzędu wynikało, iż Multibank będący częścią BRE Banku S.A., w reklamie kredytu „auto-moto” umieszczonej na oficjalnej stronie internetowej Banku (<http://www.multibank.pl>), nie zawierał informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania w/w kredytu. W opinii Prezesa Urzędu, powyższe wskazywać mogło na naruszenie art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081 z późn. zm.), zwanej dalej również „ukk”.

W związku z powyższym Prezes Urzędu, pismem z dnia 28 kwietnia 2008 r., zawiadamiającym Bank o wszczęciu przedmiotowego postępowania wyjaśniającego, wezwał Bank do przekazania materiałów reklamowych dotyczących oferowanego przez Bank kredytu „auto-moto” oraz wzorców umów ww. kredytu.

Pismem z dnia 14 maja 2008 r. Bank przekazał wzorce umów będące przedmiotem wezwania Prezesa Urzędu oraz wskazał, że nie posiada materiałów reklamowych kredytu „auto – moto” „w postaci fizycznej”. Bank wyjaśnił, iż niniejsze materiały zostały zniszczone w związku z ich dezaktualizacją, a jedyne informacje reklamowe ww. kredytu umieszczone są na stronie internetowej Banku.

Odnosząc się ponadto do kwestii nieumieszczenia informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (dalej: „rrso”) w materiałach reklamowych, Bank wskazał m.in., iż wszystkie informacje dotyczące rrso były umieszczone na stronie internetowej Banku ([www.multibank.pl](http://www.multibank.pl)) w zakładce „opłaty i kursy na podstronie „oprocentowanie rzeczywiste”.

Z uwagi, iż w trakcie postępowania do Prezesa Urzędu wpłynęły od konsumentów sygnały wskazujące, że mogło dojść do niepoinformowania posiadaczy rachunków związanych taryfami „MultiKonto ja”, „MultiKonto my”, o wprowadzeniu przez Bank nowego wzorca dla umowy rachunku bankowego, jak również pobieraniu od konsumentów opłaty za przesyłanie comiesięcznego wyciąg z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda, pismem z dnia 17 czerwca 2008 r., Prezes Urzędu wezwał Bank do przekazania dokumentów niezbędnych do wyjaśnienia stanu faktycznego sprawy, w tym

m.in. taryf opłat prowizji dla posiadaczy rachunków bankowych. Bank pismami z dnia 4 lipca 2008 r. oraz z dnia 11 sierpnia 2008 r. przekazał ww. dokumenty.

Pismem z dnia 29 sierpnia 2008 r. Prezes Urzędu wezwał Bank do przedstawienia wyjaśnień czy Bank dokonał lub planuje dokonanie zmian w sposobie prezentacji znajdujących się na internetowej stronie Banku reklam kredytów konsumenckich w ten sposób by zawierały one informację o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania kredytu oraz w sposobie pobierania opłat i prowizji dla rachunków prowadzonych przez BRE Bank S.A. - MultiBank w ten sposób, że Bank zrezygnuje z pobierania od posiadaczy w/w rachunków opłaty za przesyłanie comiesięcznego wyciągu z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda.

W odpowiedzi, Bank, pismem z dnia 9 września 2008 r., wskazał, iż nie planuje dokonania zmian, o których mowa w piśmie Prezesa Urzędu z dnia 29 sierpnia 2008 r.

Pismem z dnia 15 kwietnia 2009 r. Bank przekazał dodatkowe informacje i dokumenty, niezbędne do ustalenia stanu faktycznego sprawy.

Po dokonaniu analizy otrzymanych od Banku informacji i materiałów, Prezes Urzędu w dniu 17 listopada 2009 r., na podstawie art. 49 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 uokik, wszczął wobec BRE Bank S.A. postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. nieumieszczeniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, zgodnie z wymogami zawartymi w ukk, co mogło stanowić naruszenie art. 16 ukk i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 uokik;
2. pobieraniu od posiadaczy rachunków bankowych opłaty za przesłanie comiesięcznego wyciągu z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda, co mogło stanowić naruszenie art. 728 § 2 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93 ze zm.) i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 uokik;

Ponadto, postanowieniem o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu do akt postępowania włączył dokumentację zgromadzoną w toku postępowania wyjaśniającego (znak: DDK-403-16/08/PM).

Jednocześnie Prezes UOKiK pismem z dnia 17 listopada 2009 r., wezwał Bank do przekazania wszystkich materiałów reklamowych kredytów: *na naukę, odnawialnego, na naukę dla studentów, gotówkowego, auto – moto, na studia podyplomowe* prezentowanych w okresie od 1 maja 2008 r. do dnia otrzymania niniejszego pisma oraz szczegółowego wskazania zmian wprowadzanych przez Bank na stronie internetowej [www.multibank.com.pl](http://www.multibank.com.pl), w zakresie informowania o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania ww. kredytów w okresie od dnia 1 maja 2009 r. do dnia otrzymania niniejszego pisma oraz tabel opłat i prowizji obowiązujących dla umów rachunków bankowych w okresie od dnia 1 stycznia 2009 r. do dnia otrzymania niniejszego pisma.

Bank, pismem z dnia 4 grudnia 2009 r., przekazał materiały reklamowe będące przedmiotem wezwania Prezesa Urzędu, informując jednocześnie, iż sposób prezentacji rrsu nie ulegał zasadniczym zmianom w okresie od 1 maja 2009 r. do dnia otrzymania zawiadomienia a(...) *kalkulacja rrsu opierała się na stałych założeniach dotyczących okresu kredytowania i wartości kredytu, uwzględniających średnie wartości tych parametrów dla danego portfela*. Bank wyjaśnił ponadto, iż nie archiwizuje historii wprowadzania zmian w serwisie internetowym na oficjalnej stronie Banku, w związku z czym nie posiada

możliwości wskazania dokładnych dat wprowadzania modyfikacji w informowaniu o wysokości rrsu.

Jednocześnie ww. pismem Bank ustosunkował się do zarzutów postawionych przez Prezesa Urzędu. Odnosząc się do zarzutu nie przekazywania informacji o wysokości rrsu w materiałach reklamowych, Bank wskazał, iż sposób prezentacji materiałów reklamowych na stronach internetowych Banku, jako umożliwiający konsumentom łatwy dostęp do informacji o wysokości rrsu, spełniał kryteria przejrzystości. Niezależnie od powyższego, Bank wyjaśnił, iż *mogły mieć miejsce przypadki, uzasadnione formą reklamy, stosowanym środkiem przekazu bądź zamiarem utrzymania przejrzystości reklamy, gdzie informacja o wysokości rrsu nie była umieszczana w treści reklamy (...). W każdym z takich przypadków jednakże, powyższa informacja była podawana w inny przejrzysty sposób, do którego odsyłała bezpośrednio reklama*. Odnosząc się do sposobu obliczania rrsu, Bank podkreślił, iż przyjęty przez niego sposób obliczania kosztu kredytu na potrzeby rrsu każdorazowo uwzględniał specyfikę oferowanego produktu. Bank zauważył przy tym, iż Prezes Urzędu nie przekazał mu w trakcie postępowania wyjaśniającego, iż właściwym sposobem prezentowania rrsu jest kalkulowanie kosztu zgodnie z art. 4 ust. 3a ukk.

Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny, poprzez pobieranie od posiadaczy rachunków bankowych opłaty za przesłanie comiesięcznego wyciągu z rachunku, Bank wskazał, iż przekazuje nieodpłatnie ww. podmiotom comiesięczny wyciąg z rachunku w formie elektronicznej ograniczając się przy tym do pobierania opłaty jedynie za przesłanie wyciągu w formie papierowej drogą listowną. Zdaniem Banku, z treści art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny nie wynika, iż obowiązek posiadaczowi rachunku wyciągu z rachunku przynajmniej raz w miesiącu ogranicza się jedynie tradycyjnej formy papierowej. Tym samym, w ocenie Banku, spełnia on obowiązek wynikający z ww. przepisu przesyłając co miesiąc darmowy wyciąg z rachunku w formie elektronicznej.

Pismem z dnia 1 lutego 2010 r. Bank przekazał kolejne informacje i dokumenty niezbędne do ustalenia stanu faktycznego sprawy. Jednocześnie, uzupełniając swoje stanowisko odnośnie zarzutów postawionych przez Prezesa Urzędu, Bank poinformował, iż podjął stosowne działania mające na celu ujednoczenie sposobu przedstawiania informacji o wysokości rrsu w materiałach reklamowych Banku, tak by zarazem był on zgodny ze wskazówkami przedstawionymi przez Prezesa Urzędu w trakcie postępowania. Jednocześnie, podtrzymując stanowisko o bezzasadności zarzutu naruszenia przez Bank art. 728 § 2 ustawy Kodeksy cywilny, Bank poinformował, iż zamierza umożliwić posiadaczom rachunku otrzymywanie nieodpłatnych wyciągów w wersji papierowej tzw. „wyciągów ekologicznych”.

W uzupełnieniu informacji przekazywanych Prezesowi Urzędu, Bank pismem z dnia 22 lutego 2010 r. przedstawił stanowisko Komisji Nadzoru Finansowego dotyczącej wykładni 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny.

Pismem z dnia 8 marca 2009 r. Bank potwierdził, iż z dniem 4 stycznia 2010 r. wdrożył standardy mające na celu ujednoczenie sposobu informowania o wysokości rrsu w materiałach reklamowych oferowanych przez Bank kredytów i pożyczek.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – *Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jedn. Dz. U. z 2000 Nr 98, poz. 1071 ze zm.), pismem z dnia 15 kwietnia 2010 r. Bank został poinformowany o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, jak również o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy przed wydaniem decyzji oraz wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Pełnomocnik Banku dnia 22 kwietnia 2010 r. zapoznał się z zebrany materiałem dowodowym oraz pismem z dnia 29 kwietnia 2010 r., ustosunkowującym się do zebranego materiału dowodowego, podtrzymał swoje stanowisko wyrażone w trakcie postępowania.

Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 31 maja 2010 r. nadał pkt I postanowienia z dnia 17 listopada 2009 r. o wszczęciu wobec BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie

postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów następujące brzmienie:

„Na podstawie art. 49 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczyna wobec BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie, zwanego dalej „Bankiem”, postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- 1) nieumieszczeniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu,

*co może stanowić naruszenie art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081 ze zm.) i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;*

- 2) umieszczeniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej w sposób niezgodny z wymogami zawartymi w ustawie z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081 ze zm.),

*co może stanowić naruszenie art. 16 w związku z art. 4 ust. 3a ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2001 r. Nr 100, poz. 1081 ze zm.) i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

Jednocześnie pismem z dnia 31 maja 2010 r. Prezes Urzędu poinformował Bank o zmianie treści zarzutu oraz o możliwości ustosunkowania się do niniejszego postanowienia w terminie 10 dni od dnia otrzymania niniejszego pisma.

Pismem z dnia 10 czerwca 2010 r. Bank zwrócił się do Prezesa Urzędu z prośbą o przedłużenie ww. terminu do dnia 22 czerwca 2010 r. W odpowiedzi na niniejsze pismo, Prezes Urzędu wyraził zgodę na przedłużenie ww. terminu do dnia 22 czerwca 2010 r. W kolejnym piśmie z dnia 22 czerwca 2010 r. Bank zwrócił się do Prezesa Urzędu z prośbą o kolejną prolongatę terminu na ustosunkowanie się do postanowienia Prezesa Urzędu z dnia 31 maja 2010 r.

Bank, pismem z dnia 24 czerwca 2010 r., ustosunkowującym się do postanowienia Prezesa Urzędu, podtrzymał swoje stanowisko wyrażone w trakcie postępowania.

### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje.**

**BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie**, został zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 11 lipca 2001 r. pod numerem 0000025237.

Bank oferuje konsumentom szeroki wybór produktów bankowych (kredyty, pożyczki, prowadzenie rachunków bankowych) zarówno poprzez sieć placówek bankowych jak i przy pomocy bankowości elektronicznej.

**a) ustalenia dotyczące sposobu przekazywania przez Bank informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu**

W ramach prowadzonej działalności, BRE Bank prowadzi działania reklamowe oferowanych produktów, w tym kredytów i pożyczek, przy użyciu środków tj.: internet, ulotki, plakaty, korespondencja elektroniczna.

W trakcie postępowania ustalono, iż oferowane przez Bank konsumentom kredyty: *kredytu auto-moto, kredytu na studia podyplomowe, kredytu gotówkowego*, udzielane są do kwoty 80 tysięcy oraz, że ze skorzystaniem z ww. produktów wiąże się obowiązek zapłaty oprocentowania. W świetle art. 3 ust. 1 w zw. z art. 2 ukk, należy przyjąć, iż do ww. kredytów mają zastosowanie przepisy ukk (zgodnie z art. 2 ust. 1 ukk *przez umowę o kredyt konsumencki rozumie się umowę, na mocy której przedsiębiorca w zakresie swojej działalności, zwany dalej "kredytodawcą", udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu w jakiegokolwiek postaci*). W związku z powyższym, reklamy dotyczące ww. produktów oferowanych przez Bank powinny spełniać wymagania określone w ukk.

Prezes Urzędu ustalił, iż materiały reklamowe oferowanych przez Bank konsumentom kredytów i pożyczek, prezentowane przez Bank w okresie od 29 września 2008 r. do dnia 4 stycznia 2010 r. nie zawierały informacji o wysokości rrsu bądź zawierały informacje o wysokości rrsu wyliczonej od kwoty oraz czasu spłaty kredytu innej niż wskazana w art. 4 ust. 3a ustawy o kredycie konsumenckim, pomimo iż zawierały one informacje o wybranych kosztach reklamowanego kredytu.

W szczególności Prezes Urzędu ustalił, iż:

1. zamieszone na stronie internetowej Banku ([www.multibank.com.pl](http://www.multibank.com.pl)) w dniu 29 września 2008 r. materiały reklamowe:
  - kredytu gotówkowego,
  - gotówkowego kredytu konsolidacyjnego

nie zawierały informacji o wysokości rrsu pomimo wskazania w nich wybranych kosztów kredytu tj. wysokości prowizji za udzielenie kredytu (reklama kredytu odnawialnego), oprocentowania kredytu (reklamy kredytu odnawialnego, gotówkowego, gotówkowego kredytu konsolidacyjnego).

2. Prezes Urzędu ustalił ponadto, iż następujące materiały reklamowe:

1. reklama *kredytu auto-moto* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 24 września 2008 r.
2. reklama *kredytu na studia podyplomowe* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 29 września 2008 r.
3. reklama *kredytu gotówkowego* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 5 maja 2009 r.
4. reklama *kredytu auto – moto* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 5 maja 2009 r.
5. reklama *kredytu na studia podyplomowe* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 5 maja 2009 r.
6. reklama *kredytu auto – moto* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 20 października 2009 r.
7. reklama *kredytu na studia podyplomowe* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 20 października 2009 r.
8. reklama *kredytu gotówkowego* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 27 października 2009 r.
9. reklama *kredytu auto- moto* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 27 października 2009 r.

10. reklama *kredytu na studia podyplomowe* zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 27 października 2009 r.

zawierały informacje o wysokości rrsu wyliczonego przy przyjęciu wysokości kredytu oraz czasu trwania umowy w sposób odmienny niż wskazany w art. 4 ust. 3a ukk, tzn. bez przyjęcia w kalkulacji, że kwota kredytu wynosi 8.000 zł, a spłata kredytu następuje w miesięcznych ratach w ciągu 12 miesięcy kalendarzowych (np. reklama *kredytu auto – moto*, zamieszczona na stronie internetowej Banku w dniu 5 maja 2009 r., zawierała informację o rocznej rzeczywistej stopie oprocentowania obliczonej przy przyjęciu, iż kredyt udzielany jest w kwocie 20 tysięcy złotych na okres 84 miesięcy).

Jednocześnie ustalono, iż materiały reklamowe Banku prezentowane w okresie od 1 maja 2008 r. do 20 listopada 2009 r., w formie ulotek, plakatów, bądź korespondencji elektronicznej kierowanej do konsumentów nie zawierały informacji o wysokości rrsu, pomimo wskazania w nich niektórych kosztów kredytu bądź zawierały informacje o wysokości rrsu wyliczonego przy przyjęciu wysokości kredytu oraz czasu trwania umowy w sposób odmienny niż wskazany w art. 4 ust. 3a ukk.

W trakcie postępowania ustalono ponadto, iż materiały reklamowe prezentowane przez Bank od dnia 4 stycznia 2010 r. zawierają informacje o wysokości rrsu przy przyjęciu w kalkulacji, że kwota kredytu wynosi 8.000 zł, a spłata kredytu następuje w miesięcznych ratach w ciągu 12 miesięcy kalendarzowych.

Jednocześnie, twierdzenie Banku, iż informacja o wysokości rrsu zamieszczana była każdorazowo w zakładkach mieszczących się na stronie zawierającej reklamę danego kredytu konsumenckiego, nie znalazło potwierdzenia w zgromadzonym przez Prezesa Urzędu w trakcie postępowania materiale dowodowym.

**b) Ustalenia dotyczące przesyłania przez Bank posiadaczowi rachunku bankowego co najmniej raz w miesiącu bezpłatnie wyciąg z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda.**

W trakcie postępowania Prezes Urzędu ustalił, iż Bank pobierał od posiadaczy rachunków bankowych opłatę za sporządzenie i wysłanie wyciągu miesięcznego pocztą. Wysokość pobieranej opłaty uzależniona była od rodzaju prowadzonego przez Bank rachunku bankowego. Bank pobierał ww. opłatę na podstawie postanowień zawartych w taryfach opłat i prowizji stosowanych dla poszczególnych rachunków. Jednocześnie ustalono, iż Bank nie pobierał opłat za sporządzenie i wysłanie wyciągu miesięcznego w formie elektronicznej niezależnie od rodzaju posiadanego rachunku bankowego, a przy zawieraniu umowy o prowadzenie rachunku bankowego konsument posiadał możliwość wyboru sposobu otrzymywania wyciągu z rachunku bądź to drogą elektroniczną na podany Bankowi adres e - mail bądź to drogą pocztową.

Jednocześnie z dokumentacji przekazanej Prezesowi Urzędu w trakcie postępowania wynika, iż Bank z dniem 1 maja 2010 r. umożliwił posiadaczom rachunku otrzymywanie bezpłatnego wyciągu z rachunku w skróconej papierowej (tzw. wyciąg ekologiczny).



## Prezes Urzędu zważył, co następuje.

### I. Ocena działań BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie w aspekcie zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 *uokik* zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Artykuł 24 ust. 2 *uokik* stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22<sup>1</sup> k.c. w zw. z art. 4 pkt 12 *uokik*). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- A) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- B) jest bezprawne;
- C) narusza zbiorowe interesy konsumentów.

#### A)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy. Zgodnie z jej art. 4 pkt 1 *uokik*, pod pojęciem tym należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1905 ze zm.). Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, przedsiębiorcą w jej rozumieniu jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 ww. ustawy).

BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą m. in. w zakresie udzielania kredytów i pożyczek konsumenckich, prowadzenia rachunków bankowych. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 *uokik*. Tym samym przy wykonywaniu działalności gospodarczej Bank podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

#### Bezprawność działania.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne

z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie wykazanie, że w omawianym stanie faktycznym przedsiębiorca:

1. nie umieszczał w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, co stanowiło naruszenie art. 16 ukk;
2. umieszczał w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej w sposób niezgodny z wymogami zawartymi w ustawie ukk, co stanowiło naruszenie art. 16 w związku z art. 4 ust. 3a ukk
3. pobierał od posiadaczy rachunków bankowych opłaty za przesłanie comiesięcznego wyciągu z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda, co stanowiło naruszenie art. 728 § 2 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93 ze zm.);

#### **AD 1 i 2) Rozstrzygnięcie pkt I i II sentencji Decyzji.**

Zgodnie z art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim, kredytodawca zobowiązany jest podawać rzeczywistą roczną stopę oprocentowania, wyliczoną od całkowitego kosztu kredytu, w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających jakiekolwiek dane dotyczące kosztów kredytu. Powyższy obowiązek powstaje zatem po stronie kredytobiorcy w sytuacji podania przez niego w reklamie kosztów związanych z udzieleniem kredytu. Zgodnie z poglądami wyrażanymi przez przedstawicieli doktryny, pod pojęciem danych dotyczących kosztów kredytu, o których mowa w niniejszym przepisie należy rozumieć zarówno koszty wchodzące w skład całkowitego kosztu kredytu, o których mowa w art. 7 ust. 1 ukk, jak i pozostałe koszty związane z udzieleniem kredytu<sup>1</sup>.

Przepis zawarty w art. 16 ukk zawiera wyraźne zastrzeżenie, iż niniejszy obowiązek informacyjny jest spełniony, jedynie w sytuacji podania przez kredytodawcę rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania kredytu, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu. Pomimo, że art. 7 ukk wskazuje koszty, które składają się na całkowity koszt kredytu, obliczenie jego wysokości uzależnione jest od wysokości danych przyjętych przez kredytobiorcę w niniejszej kalkulacji. O ile w sytuacji zawierania konkretnej umowy, kredytodawca oblicza całkowity koszt kredytu oraz rrs0 w oparciu o przyjęte (wynegocjowane) przez strony warunki udzielenia kredytu tj. wysokość prowizji, termin spłaty, oprocentowanie, to w sytuacji obliczania całkowitego kosztu kredytu oraz rrs0 na potrzeby reklamy takiej możliwości on nie

---

<sup>1</sup> tak K. Włodarska, Komentarz do art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U.01.100.1081), [w:], Komentarz do ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o zmianie ustawy o kredycie konsumenckim, LEX/EI 2003.

posiada, gdyż w ramach jednej reklamy kredytodawca oferuje zazwyczaj kredyty o różnych wysokościach, terminach spłaty i prowizjach.

Ustawodawca rozwiązał ww. trudność, wskazując w art. 4 ust 3a ustawy o kredycie konsumenckim, że *do obliczenia rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, jeżeli nie jest możliwe określenie wysokości kredytu konsumenckiego, czasu trwania umowy oraz terminów spłat kredytu, należy przyjąć, że kwota kredytu wynosi 8.000 zł, a spłata kredytu następuje w miesięcznych ratach w ciągu 12 miesięcy kalendarzowych*. Zastosowanie ww. przepisu przy obliczaniu rrs0 na potrzeby reklamy, pomimo braku jednoznacznego odwołania do niego zawartego w art. 16 ukk, nie budzi wątpliwości. Przedstawiciele doktryny zgodnie podkreślają, że o analogicznym zastosowaniu regulacji art. 4 ust 3a ukk. w reklamach kredytów konsumenckich przesądza fakt, iż odpowiada ona celowi regulacji zawartej w art. 16 ukk którym bezsprzecznie jest udzielenie konsumentowi rzetelnej, transparentnej informacji o kredycie<sup>2</sup> oraz zapewnienie mu możliwości łatwego porównywania różnych ofert na podstawie reprezentatywnych przykładów<sup>3</sup>. Tym samym stosowanie reguł zawartych w art. 4 ust. 3a ukk konieczne jest dla realizacji celów jakim przyświeca regulacja zawarta w art. 16 ukk w zakresie obowiązków informacyjnych kredytodawcy w reklamie. W tej kwestii należy zgodzić się z przedstawicielami doktryny podnoszącymi, iż (...) *za stosowaniem art. 4 ust. 3a ukk przemawia także inny argument. Zgodnie ze wskazówką interpretacyjną zawartą w art. 3 Dyrektywy Rady nr 87/102 z dnia 22 grudnia 1986 r. należy w ogłoszeniach i reklamach (w razie niemożności realizacji omawianego obowiązku w inny sposób) podać rzeczywistą roczną stopę oprocentowania dla konkretnych "reprezentatywnych" kwot kredytu. Biorąc pod uwagę wysokość i zasady spłaty najpowszechniej zaciąganych kredytów konsumenckich, wydaje się, że wariant umowy określony w art. 4 ust. 3a u.k.k. spełnia warunek reprezentatywności*<sup>4</sup>.

Niewątpliwym jest ponadto, iż pozostawienie kredytobiorcy możliwości przyjęcia dowolnego terminu spłaty kredytu oraz jego wysokości, prowadziłyby do wyboru przez kredytodawcę takich parametrów, które posłużyłyby do wyliczenia najmniejszego rrs0. W rezultacie podawanie przez kredytodawcę w reklamie rrs0 służyłoby jedynie przyciągnięciu uwagi jej odbiorcy, nie zaś zwiększeniu jego świadomości o produkcie. Przyjęcie powyższej interpretacji nie do pogodzenia byłoby zatem ze wspomnianym wcześniej ratio legis art. 16 ukk.

W ocenie Prezesa Urzędu, Bank nie realizował ciężącego na nim obowiązku przekazywania informacji o wysokości rrs0 w reklamach kredytów konsumenckich, o którym mowa w art. 16 ukk.

W świetle poczynionych ustaleń, należy stwierdzić bowiem, iż Bank w materiałach reklamowych kredytów konsumenckich nie zawierał informacji o wysokości rrs0, pomimo podania w nich danych dotyczących kosztów kredytu tj. jak prowizja czy oprocentowanie nominalne.

Jednocześnie Prezes Urzędu nie podzielił stanowiska Banku dotyczącego reklam zamieszczonych na stronie internetowej Banku - stanowiących część z kwestionowanych w trakcie postępowania reklam, iż zamieszczanie informacji o wysokości rrs0 w tzw.

<sup>2</sup> tak K. Włodarska, Komentarz do art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U.01.100.1081), [w:], Komentarz do ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o zmianie ustawy o kredycie konsumenckim, LEX/EI 2003, R. Trzaskowski *Ustawa o kredycie konsumenckim Komentarz*, Warszawa 2005 s. 281, J. Pisuliński *O nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim*, s. 874).

<sup>3</sup> R. Trzaskowski *Ustawa o kredycie konsumenckim Komentarz*, Warszawa 2005 s. 282, podobnie K. Włodarska, Komentarz do art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U.01.100.1081), [w:], Komentarz do ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o zmianie ustawy o kredycie konsumenckim, LEX/EI 2003.

<sup>4</sup> tak K. Włodarska, Komentarz do art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U.01.100.1081), [w:], Komentarz do ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o zmianie ustawy o kredycie konsumenckim, LEX/EI 2003.

„zakładkach” znajdujących się na stronie internetowej zawierającej reklamę spełnią wymóg informacyjny, o którym mowa w art. 16 ukk. W ocenie Prezesa Urzędu wykładnia literalna ww. przepisu jednoznacznie wskazuje, iż informacja o wysokości rrsz zawarta być musi w reklamie nie zaś w innych źródłach informacji np. tabelach mieszczących się w zakładce czy podstronie internetowej (które reklamami nie są). Należy podkreślić, iż celem przyjęcia powyższej regulacji przez ustawodawcę było umożliwienie konsumentowi łatwego dostępu do informacji o wysokości rrsz, jak i zarazem umożliwienie mu zweryfikowanie 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 (jaka stanowi rrsz), bez konieczności poszukiwania ww. informacji w innych źródłach niż reklama. W ocenie Prezesa Urzędu, przyjęcie przeciwnej interpretacji prowadziłoby do uznania, iż konsument musi podejmować inicjatywę w poszukiwaniu informacji o wysokości rrsz, co bezsprzecznie naruszałoby opisany powyżej cel przedmiotowej regulacji. W świetle powyższego, opisana praktyka Banku stanowi naruszenie art. 16 ukk.

Ponadto, w ocenie Prezesa Urzędu, stwierdzona w postępowaniu praktyka Banku, polegająca na podawaniu w reklamach kredytów konsumenckich informacji o wysokości rrsz obliczonego bez zachowania reguł określonych w art. 4 ust. 3a ukk również powinna zostać uznana za naruszenie obowiązków informacyjnych zawartych w ukk. Jak wskazano już w niniejszej decyzji regulacja art. 4 ust. 3 a ukk bezsprzecznie służy realizacji ratio legis art. 16 ukk, a brak realizacji zawartych w niej reguł wypacza ustawowy cel podawania informacji o wysokości rrsz w materiałach reklamowych kredytów konsumenckich zawierających jakiegokolwiek dane dotyczące kosztów kredytu. Mając na uwadze, iż w świetle dokonanej wykładni (a wyczerpująco opisanej w niniejszej decyzji), konieczność stosowania reguł zawartych w art. 4 ust. 3a ukk na potrzeby realizacji obowiązku, o którym mowa w art. 16 ukk, nie budzi wątpliwości, Prezes Urzędu nie podzielił przedstawionego w trakcie postępowania stanowiska, iż przyjęty przez Bank sposób obliczania kosztu kredytu na potrzeby rrsz każdorazowo uwzględniał specyfikę oferowanego produktu.

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, działanie BRE Bank S.A., polegające na:

- nieumieszczaniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, naruszało art. 16 ukk;
- umieszczaniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej w sposób niezgodny z wymogami zawartymi w ukk, naruszało art. 16 w zw. z art. 4 ust. 3a ukk.

### ***Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów***

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden

ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć 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 liczbie potencjalnych konsumentów* (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01).

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych), ale za to dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, *Monitor Prawniczy* 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji nie opierał się na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. W omawianym przypadku naruszenie przejawia się naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nieumieszczanie w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania oraz umieszczaniu w reklamach oferowanych przez Bank kredytów informacji o wysokości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania wyliczonej w sposób niezgodny z wymogami zawartymi w art. 4 ust. 3a ukk, co zostało uznane za działanie bezprawne. Zbiorowy interes realizuje się natomiast poprzez fakt, iż potencjalnie wszyscy odbiorcy tych reklam (nieograniczona grupa konsumentów) zostali dotknięci naruszeniem. Materiały reklamowe przedmiotowego produktu były w medium o zasięgu ogólnokrajowym (internet). Niniejsze działanie odnosiło się zatem do zbiorowości tych konsumentów, dla których skutek w ww. postaci był wspólny.

### ***Stwierdzenie zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.***

Na podstawie art. 27 *uokik* w przypadku zaprzestania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 *uokik*, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

W omawianym postępowaniu BRE Bank S.A. zaniechała stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ten fakt, potwierdzony w materiale dowodowym związany był z podjętymi przez Bank zmianami w zakresie sposobu prezentacji rrsu materiałach reklamowo – promocyjnych Banku. Biorąc pod uwagę analizę materiałów reklamowych stosowanych przez Bank, w tym w szczególności materiałów zamieszczanych na stronie internetowej Banku [www.multibank.com.pl](http://www.multibank.com.pl), jak również wyjaśnienia Banku wyrażone w pismach z dnia 1 lutego 2010 r. i 8 marca 2010 r.<sup>5</sup>, Prezes Urzędu za zasadne uznał przyjęcie za termin zaprzestania stosowania omawianej praktyki datę 4 stycznia 2010 r.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt. I i II sentencji niniejszej decyzji.

## **Ad 2) Rozstrzygnięcie pkt. III sentencji Decyzji**

Przedmiotem rozstrzygnięcia pkt. III Decyzji było stwierdzenie czy BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na pobieraniu od posiadaczy rachunków bankowych opłaty za przesłanie comiesięcznego wyciągu z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda, co mogło naruszać art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny.

Zgodnie z art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny *bank jest obowiązany przysyłać posiadaczowi co najmniej raz w miesiącu bezpłatnie wyciąg z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda, chyba że posiadacz wyraził pisemnie zgodę na inny sposób informowania o zmianach stanu rachunku i ustaleniu salda.*

Jak wskazuje doktryna, ratio legis powołanego przepisu stanowi umożliwienie posiadaczowi rachunku bankowego bieżącej kontroli stanu jego rachunków w tym uzgodnienia jego dokumentacji z tymi wpisami oraz potwierdzenie zgodności salda<sup>6</sup>. W tym celu ustawodawca nałożył na Bank obowiązek przesłania posiadaczowi rachunku, co najmniej raz w miesiącu, bezpłatnie, wyciągu z rachunku (o ile posiadacz nie wyraził pisemnej zgody na inny sposób informowania o zmianach na rachunku).

Prezes Urzędu, na podstawie dokonanych ustaleń faktycznych, uznał, że BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie spełnia ww. obowiązek.

Jak ustalono w trakcie postępowania, Bank umożliwia konsumentom otrzymywanie comiesięcznego wyciągu z rachunku z informacją o zmianach jego stanu i ustaleniem salda za pomocą poczty elektronicznej na wskazany przez nich adres (adres e-mail). Jednocześnie Bank nie pobiera opłat za niniejszą czynność.

Zdaniem Prezesa Urzędu, wobec braku bezpośredniego uregulowania w art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny formy w jakiej banki zobowiązane są przysyłać posiadaczowi rachunku wyciąg, przyjąć należy, iż ustawodawca uznał przesyłanie wyciągu za pomocą poczty elektronicznej za dopuszczalną, alternatywną wobec tradycyjnej (przez co rozumie się przesyłanie wyciągu papierowego drogą listową) formę przekazywania ww. dokumentu. Do uznania zatem spełnienia obowiązku wynikającego z ww. przepisu istotnym jest jedynie stwierdzenie przesyłania przez bank bezpłatnego wyciągu posiadaczowi rachunku, przynajmniej raz w miesiącu. Istotnym przy tym jest by wyciąg przesłany został posiadaczowi rachunku na wskazany przez niego adres poczty elektronicznej. Udostępnienie przez bank wyciągu przez tzw. system bankowości elektronicznej bądź też udostępnienie możliwości

<sup>5</sup> Zgodnie z niniejszymi wyjaśnieniami, Bank z dniem 4 stycznia 2010 r. wdrożył nową politykę informacyjną dotyczącą sposobu prezentacji informacji o wysokości rrsu, polegającą na zamieszczeniu we wszystkich materiałach reklamowych Banku informacji o wysokości rrsu skalkulowanego zgodnie z wymogami art. 4 ust. 3a ustawy o kredycie konsumenckim.

<sup>6</sup> Komentarz do art. 728, *Kodeks cywilny Komentarz red. E. Gniewek*, Warszawa 2006, s. 1146.

samodzielnego pobrania pliku elektronicznego nie może zostać uznane za spełnienie wymogu, o którym mowa w art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny.

Z uwagi, iż jak ustalono w postępowaniu, Bank przesyła posiadaczom rachunków bankowych comiesięczny wyciąg z rachunku z informacją o zmianach stanu rachunku i ustaleniem salda za pomocą poczty elektronicznej, nie pobierając opłat za niniejszą czynność, brak jest podstaw do uznania by działanie Banku stanowiło naruszenie art. 728 § 2 ustawy Kodeks cywilny.

Na podstawie dokonanych ustaleń faktycznych, Prezes Urzędu uznał zatem, że w przedmiotowej sprawie zachodzą przesłanki uzasadniające stwierdzenie bezprzedmiotowości postępowania administracyjnego, a w związku z tym konieczność wydania decyzji o umorzeniu postępowania zgodnie z art. 105 § 1 kpa w związku z art. 83 uokik. Okoliczność wskazująca na bezprzedmiotowość, jakim jest dotknięte niniejsze postępowanie, stanowi brak po stronie Banku działania stanowiącego przedmiot zarzutu w pkt. 2 postanowienia o wszczęciu postępowania o naruszenie przez BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie zbiorowych interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 105 § 1 kpa, gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe organ administracji wydaje decyzję o umorzeniu postępowania. Umorzenie postępowania na tej podstawie jest obligatoryjne, co oznacza, iż ustalenie przesłanki bezprzedmiotowości postępowania stwarza obowiązek zakończenia postępowania w danej instancji przez jego umorzenie, ponieważ brak jest podstaw do rozstrzygnięcia sprawy co do jej istoty. Dalsze prowadzenie postępowania w takim przypadku stanowiłoby o jego wadliwości, mającej istotny wpływ na wynik sprawy. Podkreślić przy tym należy, iż przesłanka umorzenia postępowania może istnieć jeszcze przed wszczęciem postępowania, co zostanie ujawnione w toczącym się postępowaniu, a może ona powstać także w czasie trwania postępowania, a więc w sprawie już zawisłej przed organami administracyjnymi. Zgodnie z wyrokiem Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 24 kwietnia 2003 r. (sygn. akt III SA 2225/01) bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a w związku z tym nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Jest to orzeczenie formalne, kończące postępowanie bez jego merytorycznego rozstrzygnięcia.

W toku postępowania prowadzonego przed Prezesem Urzędu ustalono, iż działanie BRE Bank S.A. nie nosiło znamion bezprawności. W związku z powyższym, Prezes Urzędu nie mając możliwości wydania decyzji merytorycznej przewidzianej w art. 26 – 28 uokik, orzekł jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

## **II. Rozstrzygnięcie w pkt IV sentencji decyzji. Nakazanie publikacji decyzji**

Prezes Urzędu nałożył na BRE Bank S.A. z siedzibą w Warszawie, na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 uokik obowiązek publikacji pkt I i II sentencji decyzji na koszt Banku na stronie internetowej przedsiębiorcy [www.multibank.pl](http://www.multibank.pl) w ciągu 30 dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 2 miesięcy, a ponadto publikację pkt. I i II sentencji decyzji na koszt Banku na jednej z pięciu pierwszych stron dziennika o zasięgu ogólnopolskim ze średnim nakładem dziennym w wysokości co najmniej 100 000 egzemplarzy w module obejmującym co najmniej 25% strony, czcionką nie mniejszą niż 11 pkt w ciągu 30 dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji.

Zgodnie z art. 27 ust. 4 uokik, w stosunku do decyzji wydawanych na podstawie art. 27 ust. 2 uokik odpowiednie zastosowanie znajduje przepis art. 26 ust. 2 uokik. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca

zaniechanie jej stosowania może zatem, w związku z powyższym odesłaniem, zawierać elementy dodatkowe w szczególności w postaci zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie oraz zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu drugiego z ww. dodatkowych środków.

*„Należy wskazać, że zamieszczenie w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie jej stosowania postanowień dodatkowych z uwagi na jej charakter ma zmierzać do osiągnięcia innych celów niż te, które są stawiane odpowiednim postanowieniom zawartym w decyzji wydanej na podstawie art. 26 ust. 1 uokik. Decyzja wydana na podstawie art. 27 ust. 1 uokik jest bowiem wydawana w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie stosuje już praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Zatem celem umieszczenia w niej postanowień dodatkowych nie jest dążenie do wyeliminowania jej skutków (tak jak w decyzji wydanej na podstawie art. 26 ust. 1 uokik), bowiem bezprawna praktyka została już zaniechana (co ustalono w toku niniejszego postępowania). (...) Należy w związku z tym przyjąć, iż celem przyjętego rozwiązania jest realizacja funkcji represyjnej.”* (K. Kohutek, M. Sieradzka, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, LEX, 2008). W opinii Prezesa Urzędu, omawiana instytucja oprócz funkcji represyjnej w stosunku do Strony postępowania (przedsiębiorca na forum publicznym „przyznaje się” do stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów) – pełni również funkcję edukacyjną oraz prewencyjną wobec innych uczestników rynku - zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów.

W niniejszej sprawie doszło do naruszenia fundamentalnego prawa konsumenta do uczestnictwa w grze rynkowej na równych warunkach. Czynnikiem kompensującym konsumentowi jego słabszą pozycję rynkową jest prawo do bycia dobrze poinformowanym. Informacja stanowi bowiem główny czynnik determinujący podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej zawarcia umowy. Mając na uwadze przedmiotowe dobro podlegające ochronie prawnej, Prezes Urzędu uznał za zasadne nakazanie podania do wiadomości szerokiego kręgu odbiorców informacji o praktyce Banku, która została uznana za bezprawną. Spełni to niewątpliwie funkcję wychowawczą wobec konsumentów, stanowiąc kolejny element edukacji konsumenckiej zmierzającej do kształtowania modelu polskiego konsumenta na wzór europejski. Tym samym także w odniesieniu do konsumentów zrealizowana zostanie funkcja prewencyjna, gdyż informując o bezprawnych praktykach oraz przestrzegając przed nimi, należy zakładać, że świadomość konsumencka wzrośnie i konsumenci uważniej będą analizować przekaz reklamowy w przyszłości. Funkcja edukacyjna i prewencyjna poprzez omawiany nakaz publikacji będzie realizować się także w odniesieniu do innych profesjonalnych uczestników rynku. Publikacja ma stanowić czytelną informację dla przedsiębiorców, jakie wymogi powinien spełniać rzetelny przekaz reklam kredytów konsumenckich, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania wymaganych standardów i zastosowania podobnej praktyki muszą liczyć się z określonymi sankcjami.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

### **III. Rozstrzygnięcie w pkt. IV sentencji decyzji. Nałożenie kary pieniężnej.**

Stosownie do art. 106 ust. 1 pkt 4 *uokik*, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 *uokik*. Ustawa o ochronie konkurencji



i konsumentów wprowadziła zatem zasadę fakultatywności kar nakładanych przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną, jak i prewencyjną (dyscyplinującą). Przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108 *uokik*, Prezes Urzędu powinien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia *uokik*, a także uprzednie naruszenie przepisów *uokik* (art. 111).

Za udowodnione należy uznać, iż doszło do naruszenia przez Bank określonego w art. 24 *uokik* zakazu w sposób określony w pkt I i II sentencji niniejszej decyzji. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne skorzystanie z przysługującego mu na mocy przepisów *uokik* uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej w sytuacji stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, przede wszystkim mając na uwadze charakter stosowanej przez Bank praktyki godzącej w jedno z podstawowych praw konsumentów – prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Prezes Urzędu mając na uwadze interes publiczny uznał więc, iż samo stwierdzenie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów będzie niewystarczającym działaniem ze strony organu administracji. W związku z powyższym, rodzaj naruszonego dobra (prawo do informacji) oraz okoliczności naruszenia przesądzają, zdaniem Prezesa Urzędu, o słuszności zastosowanego środka w postaci kary pieniężnej.

Ponieważ w 2009 r. BRE Bank S.A. uzyskał przychód w wysokości 4 212 533 000 zł, maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na przedsiębiorcę w oparciu o ww. przepis wynosi 421 253 300 zł.

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności **dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki**. W ocenie Prezesa Urzędu, wskazane w pkt. I i II sentencji decyzji naruszenie przez Bank obowiązków informacyjnych wynikających z *uk* nie sposób uznać za nieistotne, co uzasadniałoby odstąpienie przez Prezesa Urzędu od nałożenia na Bank kary. Zdaniem Prezesa Urzędu, w przedmiotowej sprawie, kara nałożona na Bank powinna mieć przede wszystkim charakter prewencyjny (zapobiegać dopuszczeniu się naruszenia obowiązków informacyjnych zawartych w *uk* w przyszłości zarówno przez Bank jak i innych przedsiębiorców).

Dokonując oceny wagi stwierdzonej praktyki, wzięto ponadto pod uwagę, iż stosowane przez Bank naruszenie zbiorowych interesów konsumentów miało miejsce na etapie przedkontraktowym.

Jednocześnie, Prezes Urzędu uznał za mającą wpływ na ocenę wagi naruszenia przez Bank zbiorowych interesów konsumentów okoliczność braku uprzedniego stosowania przez Bank praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów o podobnym charakterze do praktyk wskazanych w pkt I i II sentencji decyzji.

Ponadto Prezes Urzędu uwzględnił okres naruszenia przez Bank zbiorowych interesów konsumentów, który w przedmiotowej sprawie trwał od dnia 29 września 2008 r. do dnia 4 stycznia 2010 r.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie 0,02% przychodu uzyskanego przez Bank w 2009 r.

Następnie, nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt 4 *uokik*, Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność spełnienia przesłanek podmiotowych, tj. stwierdzenia, że określone w ww. przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie.

Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych określonych w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik wynika bezpośrednio z treści tego przepisu.

W ocenie Prezesa Urzędu, BRE Bank S.A., będący podmiotem profesjonalnym miał możliwość przewidzenia, że podejmowane przez niego działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nie może skutecznie dowodzić braku świadomości naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w szczególności wobec braku reakcji Banku na wskazanie przez Prezesa Urzędu, w trakcie postępowania wyjaśniającego, nieprawidłowości występujących w zakresie informowania konsumentów o wysokości rrsu w reklamach Banku.

Należy wskazać ponadto, iż podmiot profesjonalny, działający od wielu lat na rynku finansowym, powinien posiadać umiejętność dokonania prawidłowej kalkulacji rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania oferowanego kredytu zgodnie z wymogami określonymi w ustawie o kredycie konsumenckim, w celu jej późniejszej prezentacji w materiałach reklamowych.

W związku z powyższym, uzasadnione jest stwierdzenie, że działania Banku miały charakter umyślny.

Ponadto Prezes Urzędu miał na względzie, iż z uwagi na miejsce zamieszczenia kwestionowanych materiałów reklamowych (internet), kierowana była do nieograniczonej grupy konsumentów. W związku z powyższym, zasięg terytorialny naruszenia zbiorowych interesów konsumentów obejmował terytorium całego kraju.

Przy miarkowaniu kary jako okoliczności obciążające wzięto zatem pod uwagę:

1. umyślność naruszenia zbiorowych interesów konsumentów;
2. ogólnopolski zasięg naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniałe w niniejszej sprawie okoliczności obciążające uzasadniają zwiększenie wyjściowego poziomu kary o 70%.

Jednocześnie za okoliczność mającą wpływ na obniżenie kary, Prezes Urzędu uznał podjęcie przez Bank działań samokontrolnych, których skutkiem było zaprzestanie kwestionowanej praktyki.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniała w niniejszej sprawie okoliczność uzasadnia złagodzenie wyjściowego poziomu kary o 30%.

Biorąc pod uwagę wszystkie ww. okoliczności mające wpływ na ostateczny wymiar kary, Prezes Urzędu uznał za zasadne zwiększenie wyjściowego wymiaru o 40%.

Przychód osiągnięty przez BRE Bank S.A. w 2009 r. w kwocie 4 212 533 000 zł (słownie: cztery miliardy dwieście dwanaście milionów pięćset trzydzieści trzy tysiące) ustalono na podstawie złożonego przez nią oświadczenia o wysokości przychodu za rok 2009 r.

W świetle powyższych okoliczności wysokość kary ustalono na **poziomie 1 179 509 zł (słownie: jeden milion sto siedemdziesiąt dziewięć tysięcy pięćset dziewięć złotych). Oznacza to, że nałożona na Bank kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi 0,028 % przychodu osiągniętego przez Bank w 2009 r. oraz 0,28 % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.**

Decydując o nałożeniu kary i jej wysokości wzięto pod uwagę wszystkie ww. okoliczności, jak i możliwości finansowe przedsiębiorcy. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary,

należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W ocenie Prezesa Urzędu kara wymierzona w tej wysokości jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla strony niniejszego postępowania. W tym przypadku kara powinna spełnić jednak przede wszystkim funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przyczyniając się do zapewnienia trwałego zaniechania naruszania przez Bank w przyszłości reguł odnoszących się do ochrony praw konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt V sentencji niniejszej decyzji.

**Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji niniejszej decyzji.**

Zgodnie z art. 112 ust. 3 *uokik*, 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 Nr 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *uokik* w związku z art. 479 (28) § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z up. PREZESA  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
DYREKTOR  
Departamentu Polityki Konsumentckiej  
Monika Stec

Otrzymują:

1. Pan Dariusz Tokarczuk  
2. Pan Szymon Chwaliński  
*Pełnomocnicy BRE Bank S.A.*  
Tokarczuk, Jędrzejczyk i Wspólnicy  
Kancelaria Prawna GLN Spółka Komandytowa  
Pl. Piłsudskiego 1  
00-078 Warszawa

3. a/a