



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5  
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922  
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61-20/13/JM

Wrocław, 9. 07.2014 r.

**DECYZJA RWR 18/2014**

**I.** Na podstawie art. 27 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 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Fundusz Senior sp. z o.o. w Jastrzębiu Zdroju,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,  
**uznaje się** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie ww. przedsiębiorcy polegające na:

a) rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html) informacji nieprawdziwej, która może wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

*„W przypadku przeniesienia prawa własności, zabezpieczeniem dla Seniora jest zawarcie notarialnej umowy dożywocia, która daje mu prawo do dożywotniego, niezakłóconego mieszkania w zbywanej nieruchomości oraz dożywotnich świadczeń na jego rzecz, m.in. opłacanie czynszu, ubezpieczenia mieszkania czy podatku od nieruchomości.”*,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206),

b) rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) informacji nieprawdziwych, które mogą wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

- *„Fundusz przejmuje płatności związane z nieruchomością, w tym czynsze,(...)”*,
- *„Możliwość wynajęcia lokalu osobie trzeciej przez Seniora.”*,
- *„Możliwość uwzględnienia prawa spadkobierców w części ułamkowej nieruchomości.”*,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206),

c) rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html) informacji prawdziwej, która może wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

*„Każdy kto posiada nieruchomość (mieszkanie, dom lub działkę), bez potrzeby spełniania wymogu zdolności kredytowej, może otrzymać dożywotnią rentę, która pozwoli mu na zwiększenie swojej emerytury, aby żyć pełnią życia bez wyrzeczeń.”*,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206),  
**i stwierdza się jej zaniechanie stosowania z dniem 1 września 2013r.**

**II.** 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 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy,  
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,  
nakłada się na Fundusz Senior sp. z o.o. w Jastrzębiu Zdroju : **karę pieniężną** w wysokości **2.466 zł** (słownie: dwa tysiące czterysta sześćdziesiąt sześć złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa .

## UZASADNIENIE

**1.1** Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „Prezes Urzędu”, zgodnie z przewidzianymi w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów kompetencjami, przeprowadził, w ramach postępowania wyjaśniającego (sygn. RWR 403-2/13/EK), analizę reklam, niezależnie od środków i form ich przekazu, stosowanych przez przedsiębiorców zawierających umowy świadczeń dożywotnich. W ramach tego postępowania zbadano zagadnienia dotyczące wypełniania przez ww. przedsiębiorców obowiązków informacyjnych i stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, co mieści się w zakresie uregulowanym przepisami ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206 z późn. zm.), zwanej dalej: „ustawa o pnpr”. Badaniu poddane zostały treści reklam stosowane m.in. przez Fundusz Senior sp. z o.o. w Jastrzębiu Zdroju, dalej: „SENIOR lub Spółka”.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu postanowieniem nr 174/2013 z dnia 30 sierpnia 2013 r. wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie podejrzenia stosowania przez SENIORA, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na:

a) rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html) informacji nieprawdziwej, która może wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

„*W przypadku przeniesienia prawa własności, zabezpieczeniem dla Seniora jest zawarcie notarialnej umowy dożywocia, która daje mu prawo do dożywotniego, niezakłóconego mieszkania w zbywanej nieruchomości oraz dożywotnich świadczeń na jego rzecz, m.in. opłacanie czynszu, ubezpieczenia mieszkania czy podatku od nieruchomości.*”

co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206),

b) rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) informacji nieprawdziwych, które mogą wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

• „*Fundusz przejmuje płatności związane z nieruchomością, w tym czynsze, (...)*”

• „*Możliwość wynajęcia lokalu osobie trzeciej przez Seniora.*”

• „*Możliwość uwzględnienia prawa spadkobierców w części ułamkowej nieruchomości.*”

co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206),

c) rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html) informacji prawdziwej, która może wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

*„Każdy kto posiada nieruchomość (mieszkanie, dom lub działkę), bez potrzeby spełniania wymogu zdolności kredytowej, może otrzymać dożywotnią rentę, która pozwoli mu na zwiększenie swojej emerytury, aby żyć pełnią życia bez wyrzeczeń.”*

co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym ( j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206).

Jednocześnie, ww. postanowieniem nr 174/2013 z dnia 30 sierpnia 2013 r. Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów materiały zebrane w trakcie postępowania wyjaśniającego o sygn. sygn. akt RWR 403-2/13/EK tj. pismo Fundusz Senior sp. z o.o. w Jastrzębiu Zdroju z dnia 23 stycznia 2013 r. oraz wydruki ze stron internetowych o adresach [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html), [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) i [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html).

(dowód: karta 1-10)

1.2. Spółka nie zgodziła się z postawionymi w ww. postanowieniu zarzutami. W uzasadnieniu swojego stanowiska podniosła, iż cyt. *„(...) opisane przez Prezesa Urzędu praktyki nie mogą zostać uznane za naruszające zbiorowe interesy konsumentów.”* Odnosząc się do zarzutu opisanego w pkt I.a postanowienia nr 174/2013, SENIOR podał cyt.: *„(...) Treść strony internetowej w ocenie Przedsiębiorcy w żadnym wypadku nie sugeruje jednakże, że opisane korzyści (w znaczeniu ekonomicznym), a w rzeczywistości uprawnienia składające się na treść umowy dożywocia w jej kodeksowym kształcie, względnie naturalne konsekwencje przeniesienia prawa własności nieruchomości, mają charakter korzyści przyznawanych dodatkowo przez Przedsiębiorcę. Brak jest również jakichkolwiek przesłanek pozwalających na przyjęcie, że wskazane korzyści noszą znamiona wyjątkowych i specyficznych wyłącznie dla Przedsiębiorcy i jego oferty, czy też występujących wyłącznie w przypadku umów przez niego oferowanych, (...) Tego rodzaju decyzja ma bez wątpienia niewątpliwie charakter decyzji o znaczeniu fundamentalnym i w sposób zasadniczy determinujący — w wielu aspektach — kształt dalszego życia osoby rozporządzających. W ocenie Przedsiębiorcy jest zaś zupełnie nieprawdopodobnym, aby osoby dysponujące nieruchomościami mogły podejmować tak istotną decyzję w oparciu jedynie o treść strony internetowej. - Świadczy o tym już choćby sama liczba zawartych umów dożywocia lub renty (to jest 4 (cztery)) wobec liczby wejść na stronę internetową (...) W związku z faktem, że informacja ta miała charakter reklamy (...) — nie może dziwić z kolei, że w pewnym stopniu uwypuklił pozytywne i „przyjemne” dla przyszłego kontrahenta aspekty stanu prawnego. (...).”*

Ustosunkowując się do drugiego z zarzutów SENIOR podał, cyt.: *„(...)Przedsiębiorca rzeczywiście bowiem - co do zasady – przejmuje na siebie formalny obowiązek dokonywania i dbałości o płatności związane z utrzymaniem nieruchomości, co jest zrozumiałe chociażby z tego powodu, że to przedsiębiorca jako właściciel staje się podmiotem odpowiedzialnym za ich uiszczenie. Oczywiście strony umowy mogą umówić się inaczej, co miało miejsce w przypadku niektórych umów zawieranych przez Przedsiębiorcę. Nie może stanowić dla nikogo również żadnego zaskoczenia, że świadczenia powyższe muszą zostać uwzględnione przez Przedsiębiorcę przy ekonomicznym rachunku towarzyszącym kształtowaniu treści umowy, jej wskaźników ekonomicznych oraz — finalnie — jej zawarciu.(...) W odniesieniu do pozostałych wskazanych dogodności związanych z zawarciem umowy, Przedsiębiorca wskazuje, że zostały one wyraźnie i jednoznacznie scharakteryzowane jedynie jako dodatkowe możliwości, warianty ukształtowania treści umowy. Warianty te każdorazowo uczynionoby — w wypadku zgłoszenia tego rodzaju zamiaru przez konsumenta – przedmiotem uzgodnień zmierzających do ustalenia brzmienia i treści umowy. Sytuacja taka nie miała jednakże ani*

*razu miejsca w toku działalności Przedsiębiorcy.”*

*Odnosząc się do ostatniego zarzutu Spółka podniosła, iż cyt.: „(...) nie można Przedsiębiorcy uczynić zarzutu ze wskazania pozytywnych aspektów oferowanego przez siebie produktu. Takim aspektem, choć przecież nie o przesądzającym czy nawet istotnym znaczeniu, jest również możliwość pozyskania środków finansowych połączonych z możliwością pozostania w dotychczasowym miejscu zamieszkania do czasu śmierci, często niemożliwa lub utrudniona do osiągnięcia w inny sposób z uwagi na wymóg w postaci zdolności kredytowej.”*

Jak podkreślił SENIOR w drugim piśmie z dnia 22 listopada 2013 r. cyt.: „Przedsiębiorca wskazał w treści uprzednio złożonych wyjaśnień jednoznacznie, że o ile celem zamieszczenia przedmiotowych postanowień była przede wszystkim reklama świadczonych usług, o tyle treść strony internetowej stanowi jedynie jedno z ogniw (wcale jednak nie najbardziej istotne ani nawet istotne) prawidłowego procesu decyzyjnego w tej sprawie.”

(dowód: karta nr 19-23, 37)

## **II. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

2.1. Fundusz Senior sp. z o.o. w Jastrzębiu Zdroju prowadzi działalność gospodarczą w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, zarejestrowanej pod numerem 0000364181 w Krajowym Rejestrze Sądowym w Sądzie Rejonowym w Gliwicach. Spółka świadczy usługi m.in. w zakresie pozostałej finansowej działalności usługowej, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych oraz w zakresie pozostałej finansowej działalności usługowej, gdzie indziej niesklasyfikowanej, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych.

(dowód: karta 11-14)

2.2. W ramach prowadzonej działalności, SENIOR oferuje konsumentom m.in. możliwość otrzymania renty dożywotniej na mocy:

a) umowy o dożywocie, zawieranej w formie aktu notarialnego w oparciu o regulacje prawne zawarte w art. 908-916 Kodeksu cywilny (j.t. Dz.U. z 2014 r., poz. 121), dalej: „*kc*”. Zgodnie z zapisami tej umowy konsument przenosi na Spółkę prawo własności nieruchomości w zamian za:

- dożywotnie utrzymanie w postaci określonego świadczenia pieniężnego płatnego co miesiąc,
- jednorazowego świadczenia pieniężnego w określonej wysokości wypłacanego w dniu podpisania umowy,
- dożywotniego, nieodpłatnego prawa użytkowania lokalu przez konsumenta,

b) umowy przeniesienia prawa własności nieruchomości, wraz z ustanowieniem służebności i hipoteki, zawieraną w formie aktu notarialnego w oparciu o regulacje prawne zawarte w art. 903-907 *kc*. Na mocy tej umowy:

- konsumentowi wypłacana jest dożywotnio co miesięczna renta pieniężna,
- na rzecz konsumenta ustanawiana jest dożywotnia odpłatna służebność mieszkania lokalu, którego umowa dotyczy, polegająca na tym, iż konsument zobowiązuje się do regulowania opłat bieżących związanych z eksploatacją lokalu (czynsz, woda, gaz, energia elektryczna itp.).

Powyższe produkty oferowane są konsumentom z grupy wiekowej powyżej 65 roku życia.

(dowód: karta 5-6)

2.3. W latach 2010-2012 Spółka zawarła **(tajemnica przedsiębiorstwa)**

(dowód: karta 7, 23)

2.4. Zgodnie z oświadczeniem Spółki działalność reklamowa prowadzona była poprzez stronę internetową [www.funduszenior.pl](http://www.funduszenior.pl) oraz bezpłatną infolinię. Przedmiotowa strona internetowa działała od dnia 14 lipca 2010 r. przez okres 3 lat tj. do dnia 31 sierpnia 2013 r. Po upływie tego okresu SENIOR nie zamieszczał informacji, o których mowa w postanowieniu o wszczęciu postępowania (patrz pkt 1.1. decyzji).

(dowód: karta 7, 16-17)

2.5. Jak wynika z pisma Spółki na poszczególne zakładki strony internetowej [www.funduszenior.pl](http://www.funduszenior.pl) odnotowano następującą ilość wejść:

	<a href="http://www.funduszenior.pl/re-nta.html">www.funduszenior.pl/re-nta.html</a>	<a href="http://www.funduszenior.pl/ko-rzysci.html">www.funduszenior.pl/ko-rzysci.html</a>	<a href="http://www.funduszenior.pl/of-erta.html">www.funduszenior.pl/of-erta.html</a>
2010	696	570	862
2011	2148	1699	2407
2012	666	485	730
2013 (do dn. 31 sierpnia)	155	113	167
Razem	3665	2867	4166

(dowód: karta 17)

2.6. SENIOR nie ma opracowanych procedur postępowania w przypadku, gdyby konsument wyraził chęć wynajęcia lokalu osobie trzeciej. Spółka podała, iż w takim przypadku cyt.: *„Całokształt czynności Przedsiębiorcy związanych z uwzględnieniem ewentualnego żądania konsumenta byłby rzecz jasna zróżnicowany w zależności od tego, jaka byłaby treść tego żądania. W każdym przypadku w pierwszej kolejności ocenie podlegałyby względy ekonomiczne, w szczególności czy kształt żądania konsumenta nie sprawia, że zawarcia umowy w tym kształcie wyklucza rachunek ekonomiczny. (...) Ustalenie przez Przedsiębiorcę, że zakres żądania konsumenta nie powoduje utraty przez umowę jej ekonomicznej zasadności, spowodowałoby przejście na kolejny poziom działań. Zawarcie umowy przez konsumenta (Seniora) mogłoby nastąpić przy tym bądź przy samej czynności zawarcia umowy dożywocia, bądź w terminie późniejszym. Ukształtowanie podstaw do wypowiedzenia umowy, uwzględniające brzmienie przepisów ustawy z dnia 21 czerwca 2000 roku o ochronie praw lokatorów, mieszkaniowym zasobie gminy i o zmianie Kodeksu cywilnego (t. jedn.: Dz. U. z 2005 roku Nr 31. poz. 266 z późn. zm.) zależałoby już od konkretnego przypadku konkretnego zapotrzebowania konsumenta. Przedsiębiorca wymagałby — co naturalne — również uczynienia przez Seniora na jego rzecz zapisu (w treści testamentu lub kodycyłu) wiarygodności wynikających z umowy najmu.”*

(dowód: karta 35)

2.7. Spółka nie opracowała także procedur na wypadek „uwzględnienia prawa spadkobierców w części ułamkowej nieruchomości”. Jej zdaniem cyt.: *„Również i w tym przypadku wyrażenie przez Przedsiębiorcę zgody na realizację żądania konsumenta (Seniora) zostałoby przy tym poprzedzone wnikliwą analizą ekonomiczną, obejmującą w szczególności ocenę potencjalnych kłopotów w okresie następującym po śmierci konsumenta, to jest w okresie występowania współwłasności nieruchomości. Oczywiście jest przy tym, że negatywnej decyzji sprzyjałaby w szczególności duża liczba współuprawnionych lub ich znaczny łączny*

*udział w prawie własności nieruchomości. Podjęcie pozytywnej decyzji nie niesłoby za sobą konieczności podejmowania dalszych czynności zasadniczo odmiennych od zwykłego trybu zawierania umowy dożywocia. Różnica tkwiłaby bowiem jedynie w określeniu przedmiotu świadczenia dożywotnika.” W przesłanych przez Spółkę aktach notarialnych kwestie te także nie były uregulowane.  
(dowód: karta 36, 48-64)*

### **3. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

#### **3.1. Określenie zarzutów**

Prezes Urzędu wszczął z urzędu postępowanie przeciwko SENIOROWI w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów polegających na rozpowszechnianiu na stronach internetowych o adresie [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html), [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) i [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html) informacji (prawdziwych lub nieprawdziwych), która mogą wprowadzić konsumentów w błąd (pkt 1.1 decyzji).

#### **3.2. Naruszenie interesu publicznoprawnego**

Przede wszystkim rozważenia wymaga, czy w sprawie niniejszej naruszony został interes publicznoprawny. Zgodnie z celem ustawy o ochronie (...) opisanym w art. 1 ust. 1, określa ona warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Z treści art. 1 ust. 1 tej ustawy wynika, iż celem jej jest m.in. ochrona konsumentów przed eksploatacją ze strony silniejszych uczestników rynku.

Powyższe przesądza o wyłączeniu możliwości podejmowania przez organ antymonopolowy działań w celu ochrony wyłącznie interesów indywidualnych. Należy zatem stwierdzić, że nie każde naruszenie prawa w stosunkach cywilno-prawnych kwalifikuje sprawę do postępowania w trybie ww. ustawy. Odmiennie niż to ma miejsce w postępowaniu cywilnym ukierunkowanym na ochronę praw podmiotowych stron, postępowanie w trybie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ma za swój przedmiot ochronę interesu publicznoprawnego, a więc ma to miejsce wtedy, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, bądź gdy wywołują one inne niekorzystne zjawiska na rynku wymagające ingerencji ze strony organów działających w trybie tej ustawy.

W niniejszej sprawie postępowanie dotyczy zarzutów naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a zatem potencjalnie skutkami zarzucanych działań dotknięty jest szeroki krąg osób, którzy zawarli lub mogli w przeszłości zawrzeć z SENIOREM umowę o oferowany przez Spółkę produkt – rentę dożywotnią w zamian za zabezpieczenie na hipotecę nieruchomości lub w zamian za przeniesienie prawa własności nieruchomości. Wynika stąd wniosek, iż w sprawie mógł zostać naruszony interes publicznoprawny, a więc wszczęcie niniejszego postępowania było w świetle interesu publicznoprawnego w pełni uzasadnione.

#### **3.3. Status przedsiębiorcy**

Przedmiotem postępowania są praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, przez które rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorców (art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie (...)). Definicja legalna pojęcia „przedsiębiorca” zawarta jest w art. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z pkt 1 powołanego artykułu, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to, co do zasady,

przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2013r., poz. 672 ze zm.) W myśl art. 4 ust. 1 tej ustawy przedsiębiorcą jest m.in. osoba prawna. Tym samym SENIOR, jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, to jest osoba prawna, jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

#### **4. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie I sentencji niniejszej decyzji**

##### **4. 1. Przesłanki zastosowania art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.**

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie (...) stanowi, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z kolei art. 24 ust. 2 wskazuje, że „*przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy*”. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Powołany art. 24 ust. 2 zawiera przykładowe wyliczenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich m.in. w pkt. 3 nieuczciwe praktyki rynkowe godzące w interesy konsumentów.

Do stwierdzenia zatem praktyki z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

##### **Ad. 1**

##### **Zarzut naruszenia art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o pnpr**

Bezprawność działań przedsiębiorcy tradycyjnie rozumieć należy jako działanie sprzeczne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego oraz nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego (dobre obyczaje). Powołany przepis art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie(...) pojęcie bezprawności odnosi między innymi do nieuczciwych praktyk rynkowych. Zawarte w powyższej definicji pojęcie „*nieuczciwych praktyk rynkowych*” należy utożsamiać z praktykami opisanymi w ustawie o pnpr. Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową, która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stało się zważenie, czy w omawianym stanie faktycznym przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę, a następnie, czy przedmiotowa praktyka mogła godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Postawiony Spółce zarzut dotyczy naruszenia art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o pnpr. Zgodnie z art. 4 ust. 1 tej ustawy, stosowana przez przedsiębiorcę praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po zawarciu. Przedmiotowy przepis stanowi klauzulę generalną, która na okoliczność stosowania danej praktyki podlega stosownej konkretyzacji. Jednocześnie, ustawa o pnpr dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd

oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5) lub zaniechaniu (art. 6) wprowadzającym w błąd. Wyżej wymienione praktyki nie stanowią jednak praktyk zakazanych w każdych okolicznościach (art. 7). Oznacza to, iż by wykazać, że dany przedsiębiorca je stosuje należy odnieść się zarówno do definicji praktyki wprowadzającej w błąd (art. 5 ust. 1 lub art. 6 ust. 1 ustawy o pnpr), jak i do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej z art. 4 ust. 1 ustawy o pnpr.

Przede wszystkim w celu wykazania, iż Spółka stosowała nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest uznanie, iż zarzucane jej zachowanie mieści się w pojęciu praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy o pnpr. Definicję praktyki rynkowej podaje art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie, jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, to jest, gdy mogą oddziaływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy.

W niniejszej sprawie przedmiotem oceny Prezes Urzędu uczynił treści zamieszczone na stronach internetowych o adresach [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html), [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) i [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html), służących do reklamowania przez SENIORA produktu – cyt.: „(...) *renty dożywotniej w zamian za zabezpieczenie na hipotecę nieruchomości (lub ewentualnie w zamian za przeniesienie prawa własności nieruchomości)*” (karta nr 8). Zawartość tych stron internetowych, jak też ich szata graficzna oraz treści na nich zamieszczone były określane przez Spółkę. Bez wątpienia prowadzenie przez Spółkę ww. stron internetowych było elementem kampanii reklamowej, a informacje na niej zamieszczone zmierzały do promocji produktu – renty dożywotniej. Ich celem było zatem nakłonienie konsumentów do zawarcia ze Spółką stosownej umowy. Tym samym uznać należy, iż wyżej opisane zachowanie SENIORA może być zakwalifikowane jako praktyka rynkowa w rozumieniu ustawy o pnpr.

Jak wskazano już powyżej nieuczciwą praktyką rynkową może być w szczególności ta, która wprowadza w błąd. Warunkiem takiego uznania, jest ustalenie, iż oceniane działanie powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 5 ust. 1 ustawy o pnpr). Jednocześnie, zgodnie z art. 5 ust. 2 pkt 1 i 2 tej ustawy wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji lub też rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd.

W tym miejscu wskazać należy, iż ustawa o pnpr posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta, w odniesieniu do którego powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie Spółki powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 ustawy o pnpr za przeciętnego konsumenta uważa się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej



grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna, czy umysłowa. Wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale przede wszystkim rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu.

Odnosząc powyższe rozważania do sytuacji zaistniałej w niniejszej sprawie podnieść należy, że produkt oferowany przez Spółkę jest kierowany do określonej, dającej się wyodrębnić grupy konsumentów. Przeciętnym konsumentem, do którego kierowane są zakwestionowane przez Prezesa Urzędu informacje, jest osoba powyżej 65 roku życia, niejednokrotnie samotna, będąca właścicielem nieruchomości. Osoba ta rozważa podjęcie decyzji w kwestii rozporządzenia istotnym składnikiem swojego majątku, a konsekwencje tego działania poniesie do końca swojego życia. Przeciętny konsument decyzję taką podejmuje raz lub najwyżej kilka razy w życiu, a więc kieruje się przy tym szczególną ostrożnością i wnikliwością. Z drugiej strony, z produktu oferowanego przez Spółkę korzystają osoby w podeszłym wieku, których zdolność rozumienia specjalistycznych terminów, niejednokrotnie prawniczych, zawartych zarówno w reklamie, jak i wzorcach umów, może być osłabiona.

Jak już wskazano powyżej, odbiorcami informacji rozpowszechnianych przez Spółkę są cyt.: *„Usługi Spółki oferowane są do Konsumentów grupy wiekowej powyżej 65 roku życia, żyjących na skraju ubóstwa, samotne, schorowane, opuszczone przez rodzinę i dzieci, pozostawione bez żadnej pomocy, posiadające jednak nieruchomość, w której zamieszkują i w której mają „zamrożony kapitał”. Oferowane przez Spółkę produkty pozwalają im skorzystać z tego kapitału jeszcze za życia i znacząco poprawić swoją sytuację finansową i zdrowotną.”*. (karta nr 6). Ze względu na skomplikowany charakter oferowanej im umowy mogą nie być one w stanie uchwycić wszystkich szczegółów prezentowanej oferty. Dlatego można przyjąć, iż osoby te działają w dużym zaufaniu co do prawdziwości i rzetelności prezentowanych im treści reklamowych.

### **Nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w punkcie I. a i I. b sentencji niniejszej decyzji**

W przedmiotowej sprawie koniecznym zatem stało się rozważenie, czy rozpowszechnianie przez Spółkę określonych informacji na stronach internetowych [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html) i [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do zakresu świadczeń, które konsument może uzyskać z tytułu oferowanej przez przedsiębiorcę umowy, tj. powodowało lub co najmniej mogło powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Na stronach internetowych SENIOR zamieścił szereg danych o oferowanym produkcie, a w tym informacje o treści:

- strona [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html)

*„W przypadku przeniesienia prawa własności, zabezpieczeniem dla Seniora jest zawarcie notarialnej umowy dożywocia, która daje mu prawo do dożywotniego, niezakłóconego*

*mieszkania w zbywanej nieruchomości oraz dożywotnich świadczeń na jego rzecz, m.in. opłacanie czynszu, ubezpieczenia mieszkania czy podatku od nieruchomości.”*,  
- strona [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html)  
*„Fundusz przejmuje płatności związane z nieruchomością, w tym czynsze,(...)”*,  
*„Możliwość wynajęcia lokalu osobie trzeciej przez Seniora.”*,  
*„Możliwość uwzględnienia prawa spadkobierców w części ułamkowej nieruchomości.”*

Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument zapoznający się z treścią omawianych informacji wywieść może, iż jedną z korzyści możliwych do uzyskania z zawartej z przedsiębiorcą umowy jest, oprócz otrzymywania comiesięcznej renty, także ulga w postaci przejęcia przez przedsiębiorcę obowiązku uiszczania opłat związanych z utrzymaniem nieruchomości. Spółka konstruując powyższe informacje wskazuje bowiem wprost, iż *„opłacanie czynszu, ubezpieczenia mieszkania czy podatku od nieruchomości”*, *„płatności związane z nieruchomością, w tym czynsze,(...)”* będą dokonywane przez nią jako dożywotnie świadczenie na rzecz konsumenta. Z analizy treści ww. postanowień jednoznacznie wynika, iż SENIOR wymienia, jako korzyść dla konsumenta, przejęcie płatności związanych z nieruchomością na równi z rentą dożywotnią.

W rzeczywistości jednak ulga w postaci opłat czynszowych ma charakter pozorny, skoro Spółka zawierając z konsumentem umowę czyni ustalenia dotyczące ich wysokości po to, aby wkalkulować je w wysokość renty miesięcznej. I choć płacone są one przez SENIORA, to jednak o ich wysokość pomniejszana jest kwota miesięcznej renty przekazywanej konsumentowi, który pozostaje nadal ich faktycznym płatnikiem.

Spółka w przytoczonych powyżej postanowieniach wymienia także opłaty z tytułu ubezpieczenia nieruchomości oraz podatku od nieruchomości, jako świadczenia, które konsument może uzyskać z zawartej z przedsiębiorcą umowy. W rzeczywistości ciężar ponoszenia powyższych opłat spoczywa na właścicielu nieruchomości, którym, z momentem przeniesienia własności nieruchomości, (zawarcia umowy dożywocia), staje się SENIOR. Tym samym świadczenia te nie są świadczeniami otrzymywanymi dodatkowo przez konsumenta, a wynikają z samej istoty przeniesienia własności nieruchomości.

Innymi słowy, ekwiwalentem świadczenia spełnianego przez konsumenta zawierającego z SENIOREM umowę o rentę dożywotnią (w zamian za zabezpieczenie na hipotecę nieruchomości lub w zamian za przeniesienie prawa własności nieruchomości) nie są jakieś dwa odrębne świadczenia, z których jedno otrzymuje on dodatkowo. Spółka bowiem dokonując obliczenia wysokości należnej renty miesięcznej wkalkulowuje w nią przyjmowany na siebie obowiązek zapłaty należności czynszowych. Natomiast opłaty związane z ubezpieczeniem nieruchomości i podatkiem od nieruchomości obciążają właściciela nieruchomości, którym staje się Spółka. Tym samym nie można mówić o jakimś dodatkowym proficie dla konsumenta.

Jako korzyści dla konsumenta SENIOR wymienia także *„możliwość wynajęcia lokalu osobie trzeciej przez Seniora”* oraz *„możliwość uwzględnienia prawa spadkobierców w części ułamkowej nieruchomości”*. Informacje te nie znajdują jednak potwierdzenia w treści umów świadczeń dożywotnich zawieranych przez konsumentów z tym przedsiębiorcą. Brak jest w nich regulacji, które potwierdzałyby możliwość wynajęcia przez konsumenta lokalu po zawarciu umowy lub też uwzględnienia prawa spadkobierców w części ułamkowej. Ponadto informacja o możliwości wynajęcia nieruchomości może sugerować, że konsument pozostaje dysponentem prawnym mieszkania (właścicielem), co jest również sprzeczne z istotą oferowanych przez SENIORA umów. Podkreślić także należy, że Spółka pomimo tego, iż tego rodzaju udogodnienia ujęła w swojej ofercie, nie wprowadziła żadnych procedur na wypadek zgłoszenia przez konsumenta któregośkolwiek z tych żądań. Kwestie ewentualnego

trybu postępowania w takich przypadkach przedstawiła dopiero na etapie toczącego się postępowania.

Podsumowując powyższe, istnieje zatem rozbieżność pomiędzy rzeczywistym zakresem świadczeń i korzyści, które konsument może uzyskać z tytułu zawieranej umowy, a komunikatem przekazywanym konsumentowi na stronie internetowej i w tym też zakresie, zdaniem Prezesa Urzędu, przejawia się nieuczciwa praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd. Wprowadzające w błąd działanie Spółki dotyczy rzetelnego prezentowania własnej oferty i polega na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji.

Podkreślić należy, iż przeciętny konsument, o którym można mówić w kontekście niniejszej sprawy jest osobą powyżej 65 roku życia, to jest osobą, której zdolność zrozumienia skomplikowanych konstrukcji prawnych jest ograniczona. Może on nie rozumieć wszelkich zawiłości zawieranego stosunku prawnego, a w szczególności będzie oczekiwał, iż istotne dla niego informacje dotyczące korzyści, które mogą dla niego wynikać z zawarcia umowy będą zaprezentowane w sposób jasny i precyzyjny.

Zdaniem Prezesa Urzędu, wbrew twierdzeniom Spółki, powyższe informacje wpływają na podejmowane przez konsumenta decyzje. Skoro napotyka on komunikat, iż w wyniku zawarcia umowy otrzyma zarówno comiesięczną rentę, jak i korzyść w postaci zwolnienia z obowiązku uiszczania ww. opłat (czynszowych, podatku od nieruchomości, ubezpieczenia nieruchomości), a także będzie miał wpływ na dysponowanie nieruchomością za życia (najem) i na wypadek śmierci (dziedziczenie przez spadkobierców w części ułamkowej), to będzie on tę korzyść traktował właśnie jako dodatkowy zysk z umowy. W rzeczywistości jednak, korzyści w tytułu opłat zostały już przez Spółkę wkalkulowane w wysokość comiesięcznej renty. Natomiast kwestie dziedziczenia i możliwości najmu stały się „wabikiem” do przyciągnięcia uwagi, gdyż Spółka nie wypracowała nawet podstawowych procedur postępowania w przypadku zgłoszenia tego rodzaju żądania.

### **Nieuczciwa praktyka rynkowa, o której mowa w punkcie I. c sentencji niniejszej decyzji**

W niniejszej sprawie, Prezes Urzędu postawił ponadto Spółce zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na rozpowszechnianiu na stronie internetowej o adresie [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html) informacji prawdziwej, która może wprowadzić konsumentów w błąd, o treści:

*„Każdy kto posiada nieruchomość (mieszkanie, dom lub działkę), bez potrzeby spełniania wymogu zdolności kredytowej, może otrzymać dożywotnią rentę, która pozwoli mu na zwiększenie swojej emerytury, aby żyć pełnią życia bez wyrzeczeń.”*

Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument zapoznający się z treścią powyższej informacji wywieść może, iż Spółka zawrze z nim umowę o dożywocie nawet w przypadku, gdy nie będzie posiadał zdolności kredytowej. Taka informacja, co do zasady prawdziwa, w sposób fałszywy prezentuje zalety oferowanego produktu, gdyż wymóg zdolności kredytowej jest całkowicie nieistotny w kontekście możliwości zawarcia umowy świadczeń dożywotnich. Zabezpieczeniem bowiem dla SENIORA jest nieruchomość, której własność konsument na niego przenosi lub na której Spółka ustanawia hipotekę. Zatem zdolność kredytowa konsumenta, bądź jej brak, nie ma w tym przypadku żadnego znaczenia, zaś tak podana informacja może sugerować większą łatwość w uzyskaniu proponowanego przez Spółkę produktu. Może to dawać konsumentowi złudne wrażenie, iż kierując się interesem konsumenta całe ryzyko w przypadku zawarcia umowy przez SENIORA z osobą nie posiadającą takiej zdolności, ponosi Spółka.

Podsumowując powyższe, istnieje zatem rozbieżność pomiędzy komunikatem reklamowym przekazywanym konsumentowi przez Spółkę a faktem, iż przy tego typu umowach zdolność kredytowa konsumenta nie ma żadnego znaczenia. Komunikat ten, co do zasady prawdziwy, został skonstruowany w ten sposób, iż przeciętny konsument mógł nim zostać wprowadzony w błąd, to jest mógł wywołać u niego mylne przekonanie, iż kwestie zdolności kredytowej mogą mieć jakikolwiek wpływ na zawarcie umowy. W tym też zakresie, zdaniem Prezesa Urzędu, przejawia się nieuczciwa praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd.

Jak już podkreślano powyżej przeciętny konsument, o którym można mówić w kontekście niniejszej sprawy jest osobą powyżej 65 roku życia, decydującą się na zawarcie umowy, która pociąga za sobą konsekwencje prawne i finansowe w długim horyzoncie czasowym. Będzie on szczególnie zainteresowany skorzystaniem z produktu, który może otrzymać bez względu na wysokość swoich dochodów. A szczególnie zainteresowani tą ofertą mogą być osoby żyjące na niskim poziomie finansowym, które chcą poprawić swoją jakość życia. W tym kontekście uznać należy, iż informacja o braku wymogu spełnienia zdolności kredytowej, będzie miała istotne znaczenie przy podejmowaniu decyzji o ewentualnym zawarciu ze Spółką umowy o dożywocie.

Mając powyższe na uwadze uznać jednocześnie należy, iż powyżej opisane działania Spółki były również doniosłe dla sfery decyzyjnej konsumenta w tym znaczeniu, że pod ich wpływem konsument co najmniej mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął. Istotnym jest bowiem, iż w wyniku działania Spółki naruszone zostało prawo konsumentów do podjęcia świadomej decyzji rynkowej, dokonania efektywnego wyboru działania. Konsument otrzymali bowiem na etapie przedkontraktowym wprowadzającą w błąd informację, fałszywie prezentującą zakres świadczeń możliwych do uzyskania z tytułu oferowanej umowy oraz sugerującą, iż brak zdolności kredytowej nie stanowi przeszkody do zawarcia tego rodzaju umowy. Bez wątpienia, dla przeciętnego konsumenta rozważającego zawarcie z SENIOREM umowy o rentę dożywotnią były to informacje istotne, kreujące ogólne wyobrażenie o atrakcyjności tego produktu. Zgodnie z art. 2 pkt 7 ustawy o pnpr przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. W niniejszej sprawie, decyzja taka będzie sprowadzać się do sytuacji, w której konsument pod wpływem zamieszczonych na stronie internetowej informacji zainteresuje się ofertą Spółki i np. uda się do jej placówki celem zawarcia stosownej umowy. Wśród elementów konstrukcyjnych decyzji dotyczącej umowy wskazanych w art. 2 pkt 7 ustawy o pnpr wskazuje się bowiem podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy i na jakich warunkach dokona on zakupu – bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się z jej dokonaniem. Zainteresowanie się ofertą, sam fakt udania się do punktu sprzedaży, zapoznania się z jej zasadami na stronie internetowej lub bezpośrednio w placówce przedsiębiorcy, pod wpływem błędnego przekazu reklamowego wystarcza zatem do stwierdzenia stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej. Tym samym przeciętny konsument, do którego kierowane były kwestionowane informacje rozpowszechniane przez Spółkę, mógł na podstawie tylko przez nie ukształtowanego wyobrażenia o treści oferty podjąć decyzję dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął, to jest dla przykładu udać się do placówki przedsiębiorcy, wypełnić formularz kontaktowy.

Zdaniem Prezesa Urzędu sam fakt, iż liczba odsłon ww. stron internetowych (patrz pkt 2.5 decyzji) miała znikome przełożenie na liczbę zawartych umów (patrz pkt 2.3 decyzji) nie

ma znaczenia. Żaden bowiem przedsiębiorca nie ma pewności, że reklama produktu wpłynie pozytywnie na jego sprzedaż. Chodzi przede wszystkim o to, czy informacje kierowane do konsumenta w reklamie są rzetelne, prawdziwe i nie wprowadzą go w błąd, czy nie stwarzają u niego mylnego przekonania o wyjątkowej atrakcyjności tego produktu.

Przedsiębiorca ma pełne prawo do uwypuklenia określonych szczegółów oferty w celu zachęcenia konsumenta do skorzystania z niej. Nie może to jednak odbywać się kosztem konsumentów, którzy rozczarowują się konfrontując przedstawione warunki oferty z rzeczywistością.

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, zachodzą przesłanki do uznania opisanych powyżej zachowań Spółki za nieuczciwe praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Działania te, przybierające postać rozpowszechniania przez Spółkę na stronach internetowych wprowadzających w błąd informacji, mogło powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, a zatem prowadzić mogło do zniekształcenia zachowania przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy.

Klauzula generalna nieuczciwej praktyki rynkowej wymaga także uznania, iż dana praktyka rynkowa narusza dobre obyczaje. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania* ( K. Pietrzykowski, red., *Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002r., s. 804*). W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej, jednoznacznej informacji, jaką przedsiębiorca powinien udzielić konsumentowi na każdym etapie kontraktowym, a więc również na etapie przedkontraktowym. Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane przez Spółkę poprzez rozpowszechnianie na stronach internetowych [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html), [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) i [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html) informacji wprowadzających w błąd, zarówno co do zakresu świadczeń, które konsument może uzyskać z tytułu oferowanej przez przedsiębiorcę umowy, jak i co do braku konieczności posiadania przez niego zdolności kredytowej.

**Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, uznać należy, iż działania Spółki stanowiły nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 i pkt 2 ustawy o pnpr, a zatem, iż działania te były bezprawne.**

## **Ad. 2**

**Godzenie powyżej opisanymi nieuczciwymi praktykami rynkowymi w zbiorowy interes konsumentów.**

Ustawa o ochronie (...) 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. 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. 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 wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy zawarli bądź zamierzali zawrzeć ze Spółką umowę, a następnie wystąpią z roszczeniami z tytułu niezgodności zakupionego towaru z umową.

Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów strictly ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem.

W niniejszej sprawie, zdaniem Prezesa Urzędu, doszło do naruszenia interesów pozaekonomicznych konsumentów. Zostały one naruszone poprzez nierzetelność ich traktowania i wprowadzanie w błąd. Konsumenti mają prawo do uczciwego i etycznego traktowania w relacjach z przedsiębiorcami, których elementem jest bez wątpienia uzyskanie rzetelnych (z punktu widzenia konsumentów) informacji o istotnych cechach oferowanego im produktu. Temu uprawnieniu konsumentów odpowiada obowiązek przedsiębiorcy czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny i wypływa on z obowiązku lojalnego kontraktowania.

**Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki niezbędne dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...).**

#### **4.2. Zaniechanie praktyki.**

Stosownie do art. 27. ustawy o ochronie (...), jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W toku postępowania ustalono, że Spółka prowadziła strony internetowe [www.funduszsenior.pl/renta.html](http://www.funduszsenior.pl/renta.html), [www.funduszsenior.pl/korzysci.html](http://www.funduszsenior.pl/korzysci.html) i [www.funduszsenior.pl/oferta.html](http://www.funduszsenior.pl/oferta.html) w okresie od 14 lipca 2010 r. do dnia 31 sierpnia 2013 r. W świetle powyższego uzasadnione jest twierdzenie, iż zarzucana praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I sentencji decyzji, została zaprzestana z pierwszym dniem, w którym ww. strony internetowe Spółki przestały działać tj. z dniem 1 września 2013 r.

**Z uwagi na powyższe orzeczono jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.**

#### **5. Rozstrzygnięcie zawarte w pkt II sentencji decyzji**

Zgodnie z art.106 ust.1 pkt 4 ustawy o ochronie (...), 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 .

Z treści przepisu wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny. W związku z tym Prezes Urzędu w ramach uznania administracyjnego decyduje, czy zasadne jest w danej sprawie nałożenie kary.

Dopuszczenie się naruszenia przepisów ustawy może nastąpić zarówno umyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca miał taki zamiar), jak też i nieumyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca nie miał na celu działania niezgodnego z normami wynikającymi z przepisów tej ustawy). Kara pieniężna może zostać nałożona także w przypadku, gdy przedsiębiorca „choćby nieumyślnie” dopuścił się określonego czynu (art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie (...)).

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ww. ustawy o ochronie Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w ww. przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie.

W **punkcie I.a, I.b i I.c** sentencji decyzji, Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez Spółkę praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...), polegającej na rozpowszechnianiu na stronach internetowych informacji wprowadzających konsumentów w błąd, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o pnpr.

Okolicznością przemawiającą za zastosowaniem wobec SENIORA kary pieniężnej, w zakresie stosowania praktyki opisanej w punkcie I sentencji decyzji jest fakt, że jako podmiot profesjonalnie prowadzący działalność gospodarczą, powinien mieć świadomość, że nie można zachęcać konsumentów do nabycia swojego produktu poprzez podawanie informacji wprowadzających w błąd. Ma to tym bardziej szczególne znaczenie, że oferta skierowana jest do ludzi starszych, powyżej 65 roku życia. Zdaniem Prezesa Urzędu, a wbrew twierdzeniu Spółki, podawanie do wiadomości informacji nieprawdziwych lub prawdziwych, ale wprowadzających konsumenta w błąd nie można nazwać, jak na to wskazuje SENIOR, uwypukleniem pozytywnych i przyjemnych dla przyszłego kontrahenta aspektów stanu prawnego (patrz karta 22). Przedsiębiorca sam stwierdził, że kierował swoją ofertę do osób żyjących na skraju ubóstwa, samotnych, schorowanych, które nie mogły dostrzec rozbieżności pomiędzy ofertą zawartą na stronie internetowej, a rzeczywistym zakresem świadczeń i korzyści uzyskiwanym z tytułu zawartej umowy (patrz karta nr 6).. Okoliczność ta oznacza, że konsumenci byli celowo wprowadzani w błąd. Dlatego też, w ocenie Prezesa Urzędu, SENIOR miał zamiar stosowania praktyki wprowadzającej w błąd. Zatem w sposób umyślny zamieścił na swojej stronie dane informacje, które miały na celu przyciągnięcie uwagi ewentualnych, przyszłych kontrahentów (konsumentów).

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz skalę naruszenia, Prezes Urzędu uznał, że nałożenie na nią kary pieniężnej jest w pełni uzasadnione.

Ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes UOKiK w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwoty bazowe, stanowiące podstawę do dalszych ustaleń wysokości kar, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonych w ten sposób kwot bazowych.

Przychód osiągnięty przez SENIORA w 2013 r. wyniósł **(tajemnica przedsiębiorstwa)** (dowód: karta nr 43-46). Maksymalna kara pieniężna, która mogłaby zostać nałożona na przedsiębiorcę to w **(tajemnica przedsiębiorstwa)**

Ustalając wysokość kary pieniężnej, w przypadku przedmiotowej praktyki, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż była ona długotrwała albowiem SENIOR stosował ją od 14 lipca 2010 r. do 31 sierpnia 2013 r., Natomiast negatywne skutki praktyki, polegające na pozbawieniu konsumentów istotnych dla nich informacji ujawnić się mogły przede wszystkim na etapie przedkontraktowym i świadczą o szkodliwości stosowanej praktyki.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił za każde z trzech omawianych naruszeń kwotę bazową kary na poziomie **(tajemnica przedsiębiorstwa)** W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ww. kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające. Zdaniem Prezesa Urzędu, w przypadku omawianej praktyki występuje okoliczność łagodząca – przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki bezpośrednio jeszcze przed otrzymaniem postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania (-30%). Występuje również okoliczność obciążająca tj. umyślność naruszenia (+50%). Zestawienie wymienionych okoliczności daje łączne podwyższenie kwoty bazowej o 20%. Dlatego też za stosowanie praktyki określonej w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **2.466 zł**, co stanowi **(tajemnica przedsiębiorstwa)**

Stosunkowo niski wymiar kary jest przede wszystkim wyrazem nadania jej roli prewencyjnej za naruszenie przepisów ustawy o ochronie (...), mającej zapobiec ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor edukacyjny, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców, oferujących osobom starszym (powyżej 65 roku życia) umowę o rentę dożywotnią w zamian za zabezpieczenie na hipotecę nieruchomości lub w zamian za przeniesienie prawa własności nieruchomości, przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów.

**Przyjmując wspomniane ww. wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć karę w wysokości określonej, jak w punkcie II sentencji decyzji.**

Zgodnie z art. 112 ust. 1 ustawy o ochronie (...) karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawa: **NBP O/O Warszawa 511010100078782231000000**.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 Kpc – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

Z up. Prezesa UOKiK  
Dyrektor Delegatury we Wrocławiu



Zbigniew Jurczyk