



**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 61-8/04/ZR

Wrocław, 16 sierpnia 2004

**Decyzja RWR 30/2004**

Na podstawie art. 23c ust.1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), oraz stosownie do art.28 ust.6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. *w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. nr 18 poz. 172 ze zm.) po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania przeciwko **Proinwest Polska Sp. z o.o.** z siedzibą w Boguszowie-Gorcach, w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**I. uznaje się za praktykę naruszającą** zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art.23 a ww. ustawy, działania przedsiębiorcy **Proinwest Polska Sp. z o.o.** z Boguszowa-Gorce - polegające na:

- 1) nie zamieszczaniu w stosowanych wzorcach umownych, informacji na temat podstawowych parametrów dotyczących kosztu otrzymania kredytu – których określenie w umowie jest wymagane przez art.4 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim* (Dz.U. Nr 100, poz.1081 ze zm.) – takich jak roczna stopa oprocentowania oraz warunki jej zmiany (art.4 ust.2 pkt 4) i rzeczywista roczna stopa oprocentowania (art.4 ust.2 pkt 6).
- 2) naruszeniu art.11 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim* poprzez bezprawne skrócenie 10-dniowego terminu przysługującego konsumentowi do odstąpienia od umowy kredytu, określonego w ww. przepisie - do 3 dni, według § 8 pkt I.1 wzorca umownego;
- 3) zamieszczaniu w lokalnym dzienniku „Wiadomości Wałbrzyskie” ogłoszeń reklamowych o treści – „Czy myślałeś już o wiosennym remoncie, brak Ci gotówki”. „Wspieranie inwestycji budowlanych – z najniższą ratą dostosowaną do potrzeb klienta”, „Zrealizuj swoje marzenia dom, mieszkanie remont, lub oddłużanie dla osób fizycznych, emerytów, rolników i firm”, „Brak Ci gotówki – Nowość – oddłużanie !!!” Doradztwo finansowe, oferty skierowane do osób fizycznych oraz rolników”, „Nie stać Cię na kredyt w Banku? Nie możesz tego przegapić – Każdemu służymy pomocą finansową”.

- jako naruszające obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz stanowiące wprowadzającą w błąd reklamę **i nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

**II.** na podstawie art. 23 d Prezes Urzędu stwierdza, iż w zakresie braku informacji na temat parametrów dotyczących kosztu otrzymania kredytu – których określenie w umowie jest wymagane przez art.4 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim*, takich jak całkowity koszt kredytu (art.4 ust.2 pkt 6) oraz łączna kwota wszystkich kosztów, opłat i prowizji, do których zobowiązany jest konsument (art.4 ust.2 pkt 9), **nie nastąpiło** naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

**III.** na podstawie art. 23 c ust. 2 wymienionej we wstępie ustawy Prezes Urzędu **zobowiązuje** Proinwest Polska Sp. z o.o. do dwukrotnej, w tygodniowych odstępach czasu publikacji sentencji decyzji, na własny koszt, w terminie miesiąca od uprawomocnienia się decyzji, w „Wiadomościach Wałbrzyskich” i „Gazecie Wrocławskiej” (w wydaniach legnickim, jeleniogórskim i wałbrzyskim) na jednej z pierwszych czterech stron, w rozmiarze czcionki nie mniejszej niż 9.

**IV.** Na podstawie art. 100 e ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów, nadaje się decyzji w zakresie punktu I **rygor natychmiastowej wykonalności**.

## U Z A S A D N I E N I E

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatury we Wrocławiu wpłynął wniosek Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu o wszczęcie postępowania o uznanie praktyki naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazanie jej zaniechania, przeciwko przedsiębiorcy Proinwest Polska Sp. z o.o. z Boguszowa-Gorce (zw. dalej: Spółką). Rzecznik wskazał, iż działalność Spółki polegająca na zawieraniu z konsumentami umów dotyczących uczestnictwa w konsorcjum finansowym, może naruszać przepisy ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*, a w szczególności może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art.23a powołanej ustawy polegającą na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji „na temat warunków proponowanych transakcji” oraz stosowaniu reklamy wprowadzającej w błąd w ogłoszeniach reklamujących działalność Spółki.  
(dowód: karta 5-10)

W związku z brakami formalnymi w przedmiotowym wniosku, uzgodniono z Rzecznikiem, iż zostanie on potraktowany jako informacja będąca podstawą do wszczęcia postępowania wyjaśniającego w sprawie działalności Proinwest Polska Sp. z o.o.  
(dowód: karta 4)

Na podstawie powyższego, Prezes UOKiK wszczął postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy działalność przedsiębiorcy Proinwest Polska Sp. z o.o. z Boguszowa-Gorce może naruszać przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a w szczególności czy może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art.23a powołanej ustawy.  
(dowód: karta 68)

Zgodnie z informacją Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu, w ostatnim czasie odbierał on skargi od konsumentów, którzy poczuli się oszukani, zarówno przez treść ogłoszeń reklamujących działalność Spółki, jak i przez pracowników Spółki, co do warunków uzyskania kredytu. W trakcie postępowania wyjaśniającego ustalono, iż skargi konsumenckie na działalność Proinwest Polska Sp. z o.o., dotyczyły w szczególności podawania informacji wprowadzających w błąd, zarówno co do samego charakteru działalności Spółki, reklamującej się jako firma udzielająca kredytów bez informacji o tym, że prowadzi działalność jako konsorcjum finansowe, jak i sposobu realizacji umowy w

zakresie dotyczącym np. braku informacji o wszystkich warunkach umowy, czasu uzyskania przez konsumenta środków finansowych, czy możliwości odstąpienia od umowy.  
(dowód: karta 7,3-41, 46-49, 61-63)

W oparciu o analizę dokumentów i informacji zebranych w toku postępowania wyjaśniającego, Prezes Urzędu Ochrony i Konsumentów, wszczął z urzędu, Postanowieniem nr 69/2004 z dnia 4 maja 2004 r., postępowanie w sprawie możliwości naruszenia przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów, o którym mowa w art.23a powołanej ustawy, polegającym na:

- 1) naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez brak informacji na temat podstawowych parametrów dotyczących kosztu otrzymania kredytu – których określenie w umowie jest wymagane przez art.4 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim* (Dz.U. Nr 100, poz.1081 ze zm.) – takich jak roczna stopa oprocentowania oraz warunki jej zmiany (art.4 ust.2 pkt 4), informację o całkowitym koszcie kredytu i rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania (art.4 ust.2pkt 6) oraz informację o łącznej kwocie wszystkich kosztów, opłat i prowizji, do których zobowiązany jest konsument (art.4 ust.2 pkt 9);
- 2) naruszeniu art.11 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim* poprzez bezprawne skrócenie we wzorcu umownym 10-dniowego terminu przysługującego konsumentowi do odstąpienia od umowy kredytu, określonego w ww. przepisie (termin ten – zgodnie z § 8 pkt I.1 wzorca umownego – został skrócony do 3 dni);
- 3) wprowadzającej w błąd reklamie, poprzez zamieszczanie w prasie (m.in. w tytule „Wiadomości Wałbrzyskie”) ogłoszeń reklamowych o treści – „Czy myślałeś już o wiosennym remoncie, brak Ci gotówki”. „Wspieranie inwestycji budowlanych – z najniższą ratą dostosowaną do potrzeb klienta”, „Zrealizuj swoje marzenia dom, mieszkanie remont, lub oddłużanie dla osób fizycznych, emerytów, rolników i firm”, „Brak Ci gotówki – Nowość – oddłużanie !!!” Doradztwo finansowe, oferty skierowane do osób fizycznych oraz rolników”, „Nie stać Cię na kredyt w Banku? Nie możesz tego przegapić – Każdemu służymy pomocą finansową”.

(dowód: karta 1-3 i 90)

W odpowiedzi na przedstawione zarzuty Spółka w piśmie z dnia 14 maja 2004 r. nie zgodziła się z zarzutami określonymi w punkcie 1, 2 i 3 ww. postanowienia o wszczęciu postępowania:

- 1) zaprzeczyła, aby działalność Spółki naruszała w jakikolwiek sposób prawo, ponieważ każdy potencjalny klient miał możliwość zapoznania się z treścią umowy przed jej podpisaniem, co stwierdzał własnoręcznym podpisem, a także był informowany o oprocentowaniu oraz wszelkich kosztach związanych z umową;
- 2) odrzuciła zarzut bezprawnego skrócenia we wzorcu umownym 10-dniowego terminu przysługującego konsumentowi do odstąpienia od umowy kredytu, stwierdzając, iż „10-dniowy termin o którym mowa w art.11 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim* jest powszechnie obowiązujący bez względu na umowę łączącą strony”;
- 3) odrzuciła zarzut stosowania reklamy wprowadzającej w błąd, konsument mógł bowiem uzyskać pełną informację o warunkach umowy bezpośrednio przed jej podpisaniem, a ponadto zaprzeczyła jakoby firma reklamowała działalność polegającą na udzielaniu kredytów gotówkowych.

W ww. piśmie Spółka wniosła ponadto o umorzenie toczącego się postępowania

(dowód: karta 91-92)

**W toku postępowania dowodowego Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:**

Przedsiębiorca Proinwest Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Boguszowie-Gorcach, przy ul. Traugutta 12/1, zarejestrowany w Sądzie Rejonowym w Bydgoszczy XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000130131, prowadzi działalność gospodarczą, której przedmiotem jest m.in. leasing finansowy, pozostałe formy udzielania kredytów i pośrednictwo finansowe.  
(dowód: karta 20)

Spółka posiada swoje biuro w Wałbrzychu przy ul. Dmowskiego 22, gdzie zawierane są umowy z klientami. W okresie od października 2003 – do marca 2004, Spółka prowadziła także punkty obsługi klienta w Legnicy oraz w Jeleniej Górze.

Komplet dokumentów przedkładanych klientowi podpisującemu umowę składa się z: Wniosku (dowód: karta 93), Umowy (dowód: karta: 94) i Ogólnych Warunków Umowy (dowód: karta 95, 96). Na treść umowy składają się łącznie postanowienia ujęte w Umowie, jak i Ogólnych Warunkach Umowy. Na druku „Umowa” wyszczególnione są tylko dane klienta oraz informacje dotyczące „zestawu kwotowego”, który ma być przekazany do dyspozycji klienta. Informacje te wyszczególniono w rubryce „Pakiet”, w oddzielnych pozycjach, jako: kwota „zestawu kwotowego”, opłata przygotowawcza, rata kompletna, rata podstawowa, opłaty z tytułu zabezpieczenia, prowizja, łączna kwota spłaty, okres spłaty oraz łączny koszt umowy. Pozostałe postanowienia umowne dotyczące zasad przyznania Klientowi przez ProInwest środków finansowych ujęte są w Ogólnych Warunkach Umowy.

Zgodnie z § 1 Ogólnych Warunków Umowy „Strony zobowiązują się do współdziałania w zakresie przyznania Klientowi przez Proinwest środków finansowych”. Ponadto, zgodnie z § 5 pkt 1 Ogólnych Warunków Umowy „Przydział środków następuje w drodze deklaracji. Deklaracja jest pisemnym zobowiązaniem się Klienta do odstąpienia od ustalonej w umowie ilości rat podstawowych, przy czym ilość zadeklarowanych rat nie może być niższa (...) niż te które przewidziano w umowie” a zgodnie z § 11 Ogólnych Warunków Umowy „Zawierając niniejszą umowę Klient przyjmuje do wiadomości to, że wypłacane środki pochodzą z wpłat przez innych Klientów rat podstawowych przekazywanych (...) na specjalnie do tego stworzony fundusz. Proinwest jest wyłącznie uprawnionym do zarządzania zgromadzonymi w ramach tego funduszu środkami (...)”.  
(dowód: karta 95,96)

Z treści cytowanych zapisów Ogólnych Warunków Umowy wynika, iż Spółka prowadzi działalność w systemie konsorcjum finansowego. Istotą tej działalności jest tworzenie samofinansujących się grup i administrowanie funduszami wpłacanymi przez uczestników tych grup. Gromadzone i zarządzane w ten sposób środki tworzą fundusz przeznaczony na uzyskanie przez klienta dobra zapisanego w umowie. Z tej kwoty część zyskuje przedsiębiorca (organizator systemu) – na pokrycie kosztów administrowania grupy oraz realizację zysku – pozostałe środki są przeznaczone na zakup określonych dóbr przez uczestników systemu. Spółka reklamując swoją działalność zamieszczała ogłoszenia prasowe w lokalnym dzienniku „Wiadomości Wałbrzyskie” zawierające wskazane wcześniej hasła reklamowe. W żadnym z ogłoszeń Spółka nie informowała, iż jej działalność sprowadza się do administrowania środkami finansowymi klientów (konsumentów) stanowiących samofinansującą się grupę i całość środków pochodzących na kredytowanie pochodzi tylko i wyłącznie od uczestników takiej grupy.

Należy zaznaczyć, iż powyższa forma działalności w systemie konsorcyjnym, określanym także jako „system argentyński” została zakazana na mocy ustawy z dnia 17 czerwca 2004 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji o raz ustawy o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 162, poz.1693). Przepis art.1 pkt 2 tej ustawy, która weszła

w życie 2 sierpnia br. stanowi m.in., że *czynem nieuczciwej konkurencji jest prowadzenie działalności gospodarczej polegającej na zarządzaniu mieniem gromadzonym w ramach grupy z udziałem konsumentów utworzonej w celu finansowania zakupu praw, rzeczy ruchomych, nieruchomości lub usług na rzecz uczestników grupy (system konsorcyjny). Zgodnie z art.3 tej ustawy Do umów zawartych przed dniem wejścia w życie ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe.*  
(dowód: karta 11-13)

### **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył co następuje:**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1). Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczno-prawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów zawierających z przedsiębiorstwem Proinwest Polska Sp. z o.o. umowę dotyczącą „współdziałania w zakresie przyznania Klientowi przez Proinwest środków finansowych” (§ 1 Ogólnych Warunków Umów). Umowa ta może być zawierana z nieograniczoną liczbą konsumentów będącymi uczestnikami samofinansujących się grup, tworzonych przez Spółkę, do których w każdym momencie mogą przystąpić nowe osoby.

Zgodnie z art.23a ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów: „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów”. Zgodnie zaś z art.23a ust.2 powołanej ustawy „Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (...)”.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie prawnej przed godzącymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami, działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany katalog ma charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę działań, które naruszają przepisy innych ustaw. W przepisie art.23a ustawy nie ma odwołania do konkretnych ustaw (z tego względu, iż byłoby to sprzeczne z zasadami poprawnej legislacji, ale także ograniczało Prezesa UOKiK w jego decyzjach w sprawie niedozwolonych praktyk naruszających interesy konsumentów). Zgodnie z uzasadnieniem projektu rządowego ustawy z dnia 5 lipca 2002 r., nowelizującej ustawę o ochronie (...) „Same przepisy art. 23a- 23d nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, a także zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów” (druk sejmowy nr 366, s.20).

Przesłankami zastosowania art.23 a powołanej ustawy w niniejszej sprawie jest:

- a) bezprawność działania przedsiębiorcy polegająca na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz stosowaniu wprowadzającej w błąd reklamy,
- b) godzenie tych działań w interes konsumenta,
- c) naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

W przedmiotowej sprawie poddano analizie sposób informowania i zakres przekazywanych informacji konsumentowi we wzorcach umownych oraz zamieszczanych w lokalnej prasie ogłoszeniach reklamujących działalność Spółki.

Rozpatrując bezprawność działania Spółki polegającą na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji we wzorcach umownych należy podkreślić, iż ustawa z dnia 20 lipca 2001r. *o kredycie konsumenckim* reguluje zasady i tryb zawierania umów o kredyt konsumencki, zasady ochrony konsumenta, który zawarł umowę o kredyt konsumencki oraz obowiązki kredytodawcy lub podmiotu pośredniczącego w zawarciu umowy kredytowej. Zgodnie z art. 2 ust. 1 ww. ustawy, 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. Ustawa określa wymagania, jakim muszą odpowiadać umowy o kredyt konsumencki, a także określa warunki wykonania tejże umowy. Ustawa reguluje również informacje, jakie muszą zawierać ogłoszenia oraz reklamy dotyczące kredytu konsumenckiego.

Rozważając zarzuty wyszczególnione w punkcie 1) Postanowienia 69/2004 o wszczęciu postępowania, należy stwierdzić, iż mimo oświadczenia Spółki, iż „każdy klient jest informowany o oprocentowaniu”, we wzorcach umownych (formularze „Wniosek”, „Umowa”, jak i „Ogólne Warunki Umowy”), brak jest informacji na temat takich parametrów, jak roczna stopa oprocentowania i warunki jej zmiany (art.4 ust.2 pkt 4 ustawy *o kredycie konsumenckim*) oraz informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania (art.4 ust.2 pkt 6 ustawy *o kredycie konsumenckim*).

Przepis art.4 ust.2 ustawy *o kredycie konsumenckim* wymieniając obligatoryjne elementy umowy o kredyt konsumencki wyraźnie stanowi, iż umowa **powinna zawierać** dane zawarte w punktach 1)-12) tego przepisu, z czego jednoznacznie wynika obowiązek dla kredytodawców umieszczania tych danych w umowach. Przy czym dla naruszenia przepisu nie ma znaczenia, czy te informacje są przekazywane ustnie konsumentowi, czy nie są przekazywane w ogóle. Brak tych danych we wzorcach umownych stosowanych przez kredytodawcę jest naruszeniem ustawy *o kredycie konsumenckim* i poprzez to, bezprawnym działaniem przedsiębiorcy.

Ze stosowanych przez Spółkę wzorców umownych nie wynika jednoznacznie, jaka jest roczna stopa oprocentowania udzielanego kredytu i na jakich zasadach może ulec zmianie oraz jaka jest rzeczywista stopa oprocentowania. Prawo konsumenta do pełnej informacji jest zaś jednym z jego zasadniczych praw, bowiem brak takiej informacji uniemożliwia konsumentowi swobodę oceny i wyboru, ograniczając wolność jego decyzji rynkowych. „Obowiązek informowania kontrahenta o istotnych (z jego punktu widzenia) okolicznościach dotyczących kontraktu, jego przedmiotu i treści, przedmiotu świadczenia, a także powinności czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny - jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania, dotyczącego zarówno stadium przedkontraktowego, jak i wszelkich dalszych faz już istniejącego stosunku prawnego” (E.Łętowska „Prawo umów konsumenckich”, wyd. C.H.BECK 2002, s.215 i nast.). W tym stanie rzeczy, zdaniem Prezesa UOKiK, pominięcie przez Spółkę we wzorcu umownym, danych na temat rocznej stopy oprocentowania wraz z warunkami jej zmian i rzeczywistej stopy oprocentowania, należy uznać **za informację niepełną i nierzetelną**.

Jeśli chodzi o postanowienie umowne dotyczące informacji o całkowitym koszcie kredytu oraz informację o łącznej kwocie wszystkich kosztów, opłat i prowizji, do których zobowiązany jest konsument (art.4 ust.2 pkt 6 i 9), stwierdzono, iż taka informacja jest umieszczana na formularzu „Umowa” w rubryce „PAKIET”, w punkcie zatytułowanym „łączny koszt umowy”. Analizując materiał dowodowy, Prezes Urzędu uwzględnił

wyjaśnienia Spółki w tym zakresie, iż taka informacja jest udostępniana konsumentowi, nie stwierdzając w tym zakresie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

(dowód: karta 14,15,64)

Drugi zarzut ujęty w punkcie 2) Postanowienia 69/2004 o wszczęciu postępowania – dotyczy naruszenia przez Spółkę art.11 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim* poprzez bezprawne skrócenie we wzorcu umownym 10-dniowego terminu przysługującego konsumentowi do odstąpienia od umowy kredytu. Termin ten – w § 8 pkt I.1 wzorca umownego – został skrócony do 3 dni. Jak wspomniano wyżej, jednym z celów ustawy *o kredycie konsumenckim* jest ustanowienie zasad ochrony konsumenta – kredytobiorcy. Zawarty w powyższym przepisie termin na odstąpienie od umowy jest jednym ze środków ochronnych konsumenta przed skutkami zawarcia niekorzystnej dla siebie umowy. W związku z tym ma on charakter bezwzględnie obowiązujący, a każde jego skracanie przez kredytodawcę należy uznać jako działanie **bezprawne**.

Argument Spółki, iż skrócenie ww. terminu nie rodzi negatywnych skutków dla konsumenta, ponieważ jest „powszechnie obowiązujący bez względu na umowę łączącą strony” jest - w świetle obowiązującego w Polsce systemu prawa - nie do przyjęcia. Należy w tym miejscu także wskazać, iż Spółka zamieściła w § 1 Ogólnych Warunków Umowy zapis, iż *Postanowienia umowy nie uchylają przepisom ustawy* a zgodnie z definicją umowną, ujętą w § 2 przez termin ustawa, należy rozumieć ustawę z dnia 20 lipca 2001 r. *o kredycie konsumenckim*. Tego typu zapis mógł powodować większe zaufanie konsumentów podpisujących umowę, iż wzorzec umowny Spółki został skonstruowany zgodnie z obowiązującymi przepisami w tym zakresie.

Wprowadzenie przez Spółkę do wzorców umownych terminu 3-dniowego przysługującego konsumentowi na odstąpienie od umowy, mimo istnienia przepisu bezwzględnie obowiązującego, wyznaczającego co najmniej 10 dni na odstąpienie od umowy przez konsumenta - wskazuje wprost, na naruszenie przez Spółkę art.11 ust.1 ustawy *o kredycie konsumenckim*, co powoduje **bezprawność** takiego działania. Art.23a ust.1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* wyraźnie definiuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jako *godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy*. Należy także zaznaczyć, iż nowelizacja przepisów ustawy *o kredycie konsumenckim* w tym zakresie, na mocy której wydłużono do 10 dni termin prawa do wypowiedzenia umowy, weszła w życie 22 sierpnia 2003 r., tak więc regulacja ta obowiązuje już ponad 10 miesięcy.

(dowód: karta 91)

Ostatni zarzut wymieniony w punkcie 3) Postanowienia 69/2004 o wszczęciu postępowania, odnosi się do zamieszczania w lokalnym dzienniku „Wiadomości Wałbrzyskie” ogłoszeń reklamowych – „Czy myślałeś już o wiosennym remoncie, brak Ci gotówki”. „Wspieranie inwestycji budowlanych – z najniższą ratą dostosowaną do potrzeb klienta”, „Zrealizuj swoje marzenia dom, mieszkanie remont, lub oddłużanie dla osób fizycznych, emerytów, rolników i firm”, „Brak Ci gotówki – Nowość – oddłużanie !!!” Doradztwo finansowe, oferty skierowane do osób fizycznych oraz rolników”, „Nie stać Cię na kredyt w Banku? Nie możesz tego przegapić – Każdemu służymy pomocą finansową”.

(dowód, karta:12,13)

– których treść należy uznać jako reklamę wprowadzającą w błąd, o której stanowi art.16 ust.1 pkt 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (Dz.U. Nr 47, poz.211 ze zm.).

Zdaniem Prezesa UOKiK nie ulega wątpliwości, że wyobrażenia konsumenta powstałe po przeczytaniu ww. haseł reklamowych o możliwości szybkiego uzyskania

kredytu/pożyczki w postaci otrzymania do dyspozycji środków finansowych na określone cele nie były zgodne ze stanem rzeczywistym, ponieważ opierały się na nieprawdziwych informacjach reklamowych.

Jedną z funkcji reklamy jest funkcja informacyjna, w związku z czym przy ocenie reklamy wprowadzającej w błąd, zgodnie z art.16 ust.2 ustawy *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* należy uwzględnić m.in. jej wpływ na zachowanie konsumenta i podejmowane przez niego decyzje co do wyboru przedmiotu transakcji i kontrahenta. Jest oczywiste, że decyzje podjęte przez konsumenta w oparciu o informacje nierzetelne, niepełne lub zafałszowane mogą być dla niego niekorzystne i prawdopodobnie konsument w ogóle by ich nie podjął, gdyby informacje zawarte w ogłoszeniach prasowych informowały, iż Proinvest Polska Sp. z o.o. prowadzi działalność kredytową w ramach samofinansującego się konsorcjum. Tak więc niewątpliwie reklama zawierająca informacje nierzetelne, niepełne lub zafałszowane stanowi reklamę wprowadzającą w błąd, o którym stanowi art.16 ust.1 pkt 2 ustawy *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*.

Jak wspomniano, przy ocenie reklamy wprowadzającej w błąd należy uwzględnić wszystkie jej elementy dotyczące nie tylko reklamowanych towarów lub usług, ale także zachowanie się klienta.. Takie znaczenie niewątpliwie mogła mieć informacja o możliwości uzyskania kredytu przez osoby którym odmówiono udzielenia kredytu w banku (hasło: „Nie stać Cię na kredyt w Banku?”) . Informacja ta, w przypadku wielu klientów, miała decydujące znaczenie dla podjęcia decyzji w kwestii skorzystania z oferty Spółki. Z materiału dowodowego wynika, iż ofertą Spółki zainteresowali się także klienci chcący przy pomocy środków finansowych uzyskanych na podstawie umowy ze Spółką, spłacić swoje istniejące zadłużenie w bankach (dowód: karta 61 – pismo Haliny Kandefer).

Ponadto stosowane przez Spółkę ww. hasła reklamowe zawierają zwroty sugerujące, że środki finansowe zostaną niebawem udostępnione (np. hasła „Czy myślałeś już o wiosennym remoncie, brak Ci gotówki”. „Brak Ci gotówki – Nowość – oddłużanie !!!”). Slogany te wywołują przekonanie u konsumenta, że realizacja potrzeb konsumpcyjnych następuje w sposób prosty i szybki, zanim nastąpi konieczność wpłacania konkretnych rat. Analizując wymienione ogłoszenia reklamowe odnosi się wrażenie, że oferta Spółki zbliżona jest do oferty bankowej, jednak bez konieczności spełnienia szeregu warunków wymaganych przez instytucje bankowe, przy składaniu wniosku kredytowego. Tymczasem propozycja dotyczy przystąpienia do grupy i pozyskiwania środków pieniężnych w drodze wzajemnego finansowania „Klientów”, czyli potencjalnych kredytobiorców (uczestników grupy), o czym stanowią m.in. następujące zapisy umowne: *Na mocy umowy Strony zobowiązują się do współdziałania w zakresie przyznania Klientowi przez Proinvest środków finansowych - § 1 Ogólnych Warunków Umowy i (...) klient przyjmuje do wiadomości, iż wypłacane środki pochodzą z wpłat innych Klientów rat podstawowych (...). Proinvest jest wyłącznie uprawnionym do zarządzania zgromadzonymi w ramach tego funduszu środkami (...) Klient zobowiązuje się wpłacać raty kompletne (...) do dziesiątego dnia każdego miesiąca (...) - § 11 Ogólnych Warunków Umowy.* (dowód: karta 95, 96)

Przydział „zestawu kwotowego” następuje w drodze deklaracji (§ 5 pkt 1 Ogólnych Warunków Umowy) a termin uzyskania oczekiwanych środków finansowych nie jest w ogóle znany. Należy zaznaczyć iż § 5 pkt 3 Ogólnych Warunków Umowy reguluje tylko kwestię terminu uzyskania „pierwszego przydziału”, tj. umownie bliżej nieokreślonej części całego „zestawu kwotowego” (*pierwszy przydział odbędzie się nie później niż w terminie 90 dni od zawarcia umowy - § 5 pkt 3 Ogólnych Warunków Umowy*). (dowód: karta 96)

Jeśli chodzi o wyjaśnienie Spółki, iż w ogłoszeniach prasowych zamieszczanych w



„Wiadomościach Wałbrzyskich” nie posługuje się terminem „kredyt”, Prezes Urzędu staje na stanowisku, iż „*Wprowadzenie w błąd często występuje również w przypadku używania w reklamie obiektywnie prawdziwych informacji, jeżeli wywołują one u odbiorców mylne wrażenie* (por. *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz pod red. J. Szwejki*, wyd. C.H. Beck, Warszawa 2000, str. 460). Decydujące znaczenie mają przy tym wyobrażenia adresatów reklamy a nie opinie reklamujących (por. *Polskie Prawo Reklamy*, I. Wiszniewska, Warszawa 1998, str. 32). Oczekiwania konsumentów co do rezultatów podpisanej umowy odbiegają od faktycznych zobowiązań umownych, które podejmuje Spółka. Świadczą o tym pisma konsumentów kierowane do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu.

W piśmie do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu konsumentka Halina Kandefer z Głuszycy, stwierdza, iż obiecano jej „kredyt na oddłużenie, tj. spłatę kredytów zaciągniętych w bankach a „kredyt w wysokości 30 000 zł otrzymam w ciągu 20 dni od podpisania umowy”.

(dowód: karta 61)

W innym piśmie do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu, konsumentka Lucyna Pluta z Wałbrzycha informuje, iż po raz pierwszy skontaktowała się telefonicznie ze Spółką, ponieważ „byłam zainteresowana kredytem w wysokości 10000 zł”.

(dowód: karta 47-49)

Kolejna klientka - Zenona Płaskodzińska z Wałbrzycha, w skardze do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu, stwierdza, iż „złożyłam wniosek o udzielenie kredytu przez Proinwest”, a „w biurze dowiedziałam się, że warunkiem koniecznym do uzyskania kredytu bez żyrantów jest dokonanie wpłaty 400 zł – na zabezpieczenie”.

(dowód: karta 37)

Z powyższych pism jednoznacznie wynikają zamiary, z jakimi zwrócili się do Spółki wymienieni klienci. Byli zainteresowani pilnym uzyskaniem kredytu, a nie uczestnictwem w konsorcjum finansowym, czy samofinansującej się grupie.

(dowód: karta 36-41, 46-49, 61-63)

Ponadto wprowadzanie w błąd przez Proinwest Polka Sp. z o.o. przybiera jeszcze jedną formę, wskutek tworzenia mylnego wyobrażenia u adresata reklamy, polegające na pominięciu istotnych dla niego informacji. W reklamie nie zamieszczono najmniejszej wzmianki o tym, że środki finansowe przydzielane są ze wspólnego funduszu utworzonego z comiesięcznych wpłat wszystkich uczestników Programu. W tekstach tych, wystarczyłoby zasignalizować, że przedmiotem umowy jest uczestnictwo w konsorcjum finansowym, albo w grupie samofinansującej się. Brak rzetelnej prezentacji podstawowej dla konsumenta informacji, jakim jest członkostwo klienta w samofinansującej się grupie (o czym stanowi § 11 Ogólnych Warunków Umowy), którego celem jest wybór przez Klienta zestawu kwotowego (co wynika z § 3 Ogólnych Warunków Umowy) przeznaczonego na różne cele np. materiałów budowlanych, maszyn i urządzeń, mieszkań, samochodów, wypełnia znamiona reklamy niepełnej. *Reklama niepełna uważana jest w doktrynie za informację reklamową wprowadzającą w błąd* (por. *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, pod red. J. Szwejki, wyd. C.H. Beck, Warszawa 2000, str. 460).

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes UOKiK uznał, iż stosowanie przez Spółkę wzorców umownych naruszających ustawę o kredycie konsumenckim, jak również zamieszczanie omówionych wyżej ogłoszeń reklamowych, stanowiło bezprawne działanie polegające na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz wprowadzającą w błąd reklamę i jednocześnie wypełniają pierwszą z przesłanek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, wymienionych szczegółowo w **art. 23a ust. 2** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z

którym *Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności (...) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (...), nieuczciwą i wprowadzającą w błąd reklamę.*

Opisane działania Spółki niewątpliwie godziły w interes konsumenta. Naruszenie przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, poprzez pominięcie informacji o podstawowych parametrach kredytu, jak również skrócenie przysługującego konsumentowi, ustawowego terminu na odstąpienie od umowy, rodzi dla konsumenta niekorzystne skutki. Nieznajomość rocznej stopy oprocentowania oraz warunków jej zmiany i rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania mogą być przyczyną podjęcia przez konsumenta niekorzystnej ekonomicznie decyzji, poprzez brak możliwości porównania oferty Spółki z ofertami banków, czy innych firm finansowych. Zwłaszcza w ofertach bankowych roczna stopa oprocentowania jest parametrem w oparciu o który można dokonać racjonalnego porównania ofert kredytowych

Ponadto, skrócenie przysługującego konsumentowi 10-dniowego terminu do odstąpienia od umowy tylko do trzech dni, jest działaniem ewidentnie niekorzystnym dla konsumenta i narusza wprost przepis ustawowy przewidziany do zapewnienia ochrony praw konsumentów.

Z kolei brak rzetelnej informacji w ogłoszeniach prasowych zamieszczanych w „Wiadomościach Wałbrzyskich” i tworzenie mylnego wyobrażenia u adresata reklamy polegające na pominięciu istotnych dla niego informacji, mogły skłaniać konsumentów do podpisywania umów ze Spółką. Ogłoszenia te, poprzez zawarte w nich nierzetelne i niepełne informacje, nie stwarzały możliwości podjęcia racjonalnej decyzji przez konsumenta, który mógł pozostawać w błędnym przeświadczeniu, iż skorzystanie przez niego z oferty Spółki wiąże się z możliwością uzyskania szybkiego kredytu i ponoszeniem kosztów z tego tytułu dopiero po jego uzyskaniu. Tak więc ogłoszenia reklamowe Spółki mogły powodować ujemne skutki ekonomiczne dla konsumentów, którzy pod wpływem informacji na temat możliwości pozyskania środków finansowych na określone cele, przystępowali do umowy ze Spółką, bez rozeznania, iż biorą udział w samofinansującej się grupie. Wskazują na to skargi konsumentów kierowane do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu. (dowód: karta 37-41, 46-49,61-63)

W związku z powyższym wypełniona została druga z przesłanek ww. art. 23a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* tj. godzenie tych praktyk w interes konsumenta.

Wymienione wyżej działania Spółki dotyczyły niewątpliwie zbiorowego interesu konsumentów. Zgodnie z art. 23a ust. 1 zd. 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. Umowę ze Spółką mógł zawrzeć każdy, kto w jakikolwiek sposób, zwłaszcza z ogłoszeń prasowych, dowiedział się o działalności Spółki i jej ofercie. Reklama zamieszczana w prasie była dostępna dla każdego konsumenta, który potencjalnie mógłby się z nią zetknąć. „Oznacza to, że była [reklama] skierowana do nieokreślonej zbiorowości, której interes naruszano przez publikację reklamy” (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 czerwca 2004 r., sygn. Akt XVII Ama 66/03).

Tym samym wypełniona została trzecia z przesłanek ww. art. 23a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*, tj. naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

Mając powyższe na względzie, Prezes UOKiK stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki dla zakwalifikowania opisanych działań Spółki jako praktyki naruszającej **zbiorowe interesy konsumentów**, określonej w **art. 23a** ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Na podstawie art. 23 c ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwałych skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu. W szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia wielokrotnego oświadczenia o określonej w decyzji treści i formie. Poinformowanie konsumentów o rzeczywistym charakterze działalności prowadzonej przez Spółkę Urząd uważa za niezbędne. Jedyne w oparciu o prawdziwe informacje zamieszczone w reklamie konsument może dokonać rzeczowo uzasadnionego wyboru a jego decyzja może zostać oceniona jako racjonalna bądź też nierozsądna. Wyznaczając tytuły prasowe do zamieszczenia sentencji niniejszej decyzji (tj. „Wiadomości Wałbrzyskie” i „Gazeta Wrocławska” – wydania wałbrzyskie, legnickie i jeleniogórskie), Prezes UOKiK kierował się zasięgiem działalności Spółki (biura w Wałbrzychu, Legnicy i Jeleniej Górze).

Ponadto, stosownie do art. 100e ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* Prezes Urzędu może nadać decyzji rygor natychmiastowej wykonalności w całości lub w części, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. Rozstrzygając sprawę będącą przedmiotem niniejszego postępowania Urząd uznał, że zbiorowy interes konsumentów wymaga szczególnej ochrony. Dalsze stosowanie wzorców umownych nie zawierających rzetelnej informacji na temat podstawowych parametrów udzielanego kredytu oraz dalsze stosowanie wprowadzającej w błąd reklamy może dalej prowadzić do zawierania kolejnych umów z naruszeniem ekonomicznych interesów kolejnych osób i mogłoby spowodować nieodwracalne, negatywne skutki dla chronionych ustawą interesów konsumentów.

### **Wobec powyższego należało orzec jak w sentencji.**

Stosownie do treści art.78 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art.479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. - od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura we Wrocławiu, w terminie dwutygodniowym od dnia doręczenia decyzji.

Z up. Prezesa UOKiK  
Dyrektor Delegatury UOKiK we Wrocławiu  
Zbigniew Jurczyk

Otrzymuje:

Proinvest Polska Sp. z o.o.  
Ul. Traugutta 12  
58-371 Boguszów-Gorce