



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W BYDGOSZCZY**

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

Bydgoszcz, dnia 16 grudnia 2015r.

Znak: RBG-61-06/15/PD

DECYZJA Nr RBG – 13/2015

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2015r., poz. 184) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy – po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie polegające na zamieszczaniu w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego emitowanych w Internecie, prasie, wiadomościach e-mail do klientów banku, na ulotkach oraz na banerach, w ramach promocji pod nazwą:

A. Pożyczka z BIK PASSem

informacji o treści: *„Każdemu z dobrą historią kredytową BIK przyznamy pożyczkę ze specjalnym oprocentowaniem – tylko 7,99 %. (...) do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń”*, podczas gdy z Regulaminu Promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” wynika, że warunkiem skorzystania z Promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” jest zabezpieczenie kredytu polegające na obowiązku przystąpienia do Ubezpieczenia na życie w wariantcie E lub w wariantcie F (dotyczy Pożyczek na kwotę w przedziale 50 000,01 - 100 000 PLN brutto, okres kredytowania powyżej 60 miesięcy oraz dla kwot powyżej 100 000 PLN brutto), w którym Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie występuje jako ubezpieczający;

B. Pożyczka na prezenty i nie tylko...

informacji o treści: *„do 150 tys. zł bez zabezpieczenia”* lub *„do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”* lub *„do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń”* podczas gdy z Regulaminu Promocji „Pożyczka na prezenty i nie tylko...” wynika, że warunkiem skorzystania z Promocji „Pożyczka na prezenty i nie tylko...” jest zabezpieczenie kredytu polegające na obowiązku przystąpienia do Ubezpieczenia na życie w wariantcie E lub w wariantcie F (dotyczy Pożyczek na kwotę w przedziale: powyżej 50 000 PLN do 100 000 PLN brutto, okres kredytowania powyżej 60 miesięcy oraz dla kwot powyżej 100 000 PLN brutto), w którym Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie występuje jako ubezpieczający,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust.

2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 24 lutego 2015r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015r., poz. 184) oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 tej ustawy

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Alior Bank S.A. siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków praktyki stosowanej przez Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie opisanej w pkt I. sentencji decyzji poprzez podjęcie **w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji** następujących działań:

1. w odniesieniu do obu promocji *Pożyczka z BIK PASS-em* i *Pożyczka na prezenty i nie tylko* ...:

a) wystosowania do klientów, którzy skorzystali z promocji *Pożyczka z BIK PASS-em* oraz *Pożyczka na prezenty i nie tylko* ... listem poleconym pisma o następującej treści:

Szanowna Pani/Szanowny Panie,

Dziękujemy za skorzystanie z oferty pożyczki gotówkowej w ramach Promocji „Pożyczka z BIK PASS-em/Pożyczka na prezenty i nie tylko ...”. Uprzejmie wyjaśniamy, że w materiałach reklamowych do promocji „Pożyczka z BIK PASS-em”/„Pożyczka na prezenty i nie tylko ...” Bank używał sformułowania „do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”, które to sformułowanie mogło wprowadzić Panią/Pana w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki poprzez skorzystanie przez Klienta z ubezpieczenia.

(wariant dla klientów, którzy nie zrezygnowali z ubezpieczenia)

W związku z powyższym uprzejmie informujemy, że może Pani/Pan w ciągu 6 miesięcy od dnia otrzymania niniejszego pisma złożyć dyspozycję rezygnacji z zawartego w ramach ww. Promocji ubezpieczenia, a otrzyma Pani/Pan zwrot kosztów całej składki ubezpieczeniowej.

(wariant dla klientów, którzy wcześniej zrezygnowali z ubezpieczenia)

W związku z wcześniejszym złożeniem przez Panią/Pana rezygnacji z zawartego w ramach ww. Promocji ubezpieczenia, uprzejmie informujemy, że może Pani/Pan w ciągu 6 miesięcy od dnia otrzymania niniejszego pisma zwrócić się do Banku, a otrzyma Pani/Pan zwrot kosztów pozostałej części składki ubezpieczeniowej.

Niniejsze pismo zostało do Pani /Pana skierowane w związku ze stwierdzeniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stosowania przez Alior Bank S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko” informacji, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), która to praktyka wprowadzała Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki do kwoty 150 tys. zł.

b) opublikowania na stronie internetowej o adresie: www.aliorbank.pl, w oddzielnym komunikacie w zakładce „Aktualności” i utrzymania przez okres 3 miesięcy oświadczenia o następującej treści:

Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie informuje, że w materiałach reklamowych do promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko ...” Alior Bank S.A. używał sformułowania „do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”, które to sformułowanie wprowadzało Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki poprzez skorzystanie przez Klienta z ubezpieczenia.

Niniejsze oświadczenie zostało złożone w związku ze stwierdzeniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stosowania przez Alior Bank S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko” informacji, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), która to praktyka wprowadzała Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki do kwoty 150 tys. zł.

2. w odniesieniu do promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko ...* umieszczenia w Oddziałach Alior Bank S.A z siedzibą w Warszawie na tablicy informacyjnej i utrzymania przez 3 miesiące, ogłoszenia o formacie A4, wytłuszczoną czcionką Verdana rozmiar 12 w kolorze czarnym na białym tle z widocznymi odstępami pomiędzy poszczególnymi wyrazami zawierającego oświadczenie o następującej treści:

Szanowni Klienci,

uprzejmie informujemy, iż w materiałach reklamowych do promocji „Pożyczka na prezenty i nie tylko ...” Alior Bank S.A. używał sformułowania „do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”, które to sformułowanie wprowadzało Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki poprzez skorzystanie przez Klienta z ubezpieczenia.

Niniejsze oświadczenie zostało złożone w związku ze stwierdzeniem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stosowania przez Alior Bank S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych promocji oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko” informacji, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), która to praktyka wprowadzała Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki do kwoty 150 tys. zł.

III. Na podstawie art. 77 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015r., poz. 184) w związku z art. 80 tej ustawy oraz stosowanie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ww. ustawy, a także na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz. 267) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

obciąża się Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie kosztami opisanego w punkcie I sentencji decyzji postępowania w sprawie naruszenie zbiorowych interesów konsumentów w kwocie 24,40 zł (słownie: dwadzieścia cztery złote i 40/100) i zobowiązuje się w/w przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (**dalej: Prezes UOKiK, Prezes Urzędu, organ ochrony konsumentów**), przeprowadzono postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy na skutek działań reklamowych podjętych przez Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie (**dalej: Alior Bank, przedsiębiorca**) nastąpiło naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz ustalenie czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach. W toku tego postępowania powzięto podejrzenie, iż przedsiębiorca stosuje praktyki opisane w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, wobec czego za konieczne uznano wszczęcie niniejszego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Postanowieniem z dnia 25 marca 2015r. wszczęto z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Alior Bank praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt I niniejszej decyzji.

Ustosunkowując się do zarzutu postawionego przedsiębiorcy w ww. postanowieniu przedsiębiorca złożył wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej, który w kolejnym piśmie zmodyfikował uwzględniając treść art. 28 ust. 1 zd. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015r., poz. 184; **dalej: okiku**).

Pismem z dnia 7 grudnia 2015r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Alior Bank S.A. siedzibą w Warszawie prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000305178 (Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy). Przedmiotem działalności spółki jest m.in. przyjmowanie wkładów pieniężnych płatnych na żądanie lub z nadejściem oznaczonego terminu oraz prowadzenie rachunków tych wkładów, udzielanie kredytów, przeprowadzanie bankowych rozliczeń pieniężnych.

W ramach promocji *Pożyczka z BIK PASSem* oraz *Pożyczka na prezenty i nie tylko...* w okresie odpowiednio od dnia 27 listopada 2014r. do 24 lutego 2015r. oraz od 1 listopada 2014r. do 30 stycznia 2015r. w reklamach emitowanych w Internecie, prasie, wiadomościach e-mail do klientów Alior Bank, na ulotkach oraz na banerach zamieszczano informacje o tym, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty.

A.

W przypadku promocji *Pożyczka z BIK PASSem*, w reklamach, które były emitowane w Internecie informacja ta składała się z dwóch sformułowań, a mianowicie *Każdemu z dobrą historią kredytową BIK przyznamy pożyczkę ze specjalnym oprocentowaniem – tylko 7,99 %.* oraz *do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń.*

Z informacji tych wynikało, że każdy konsument, który posiada dobrą historię kredytową, co może wykazać zaświadczeniem BIK (tzw. BIK PASS-em) i który będzie chciał skorzystać z oferty Alior Bank poprzez zaciągnięcie pożyczki do 150 tys. zł, nie będzie musiał zabezpieczać spłaty tejże pożyczki.

Przykładowa reklama w ramach tej promocji, która była wykorzystywana w Internecie wyglądała następująco:

ALIOR BANK

DOBRA HISTORIA PROCENTUJE

**MASZ DOBRĄ HISTORIĘ W BIK?
OBNIŻYMY OPROCENTOWANIE
POŻYCZKI!**

Każdemu z dobrą historią kredytową w BIK przyznamy pożyczkę ze specjalnym oprocentowaniem - tylko 7,9%. A dodatkowo:

- do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń,
- środki wypłacimy nawet w 1 dzień,
- nie musisz przynosić zaświadczenia o dochodach - wystarczy wyciąg z konta w Twoim banku.

Przyjdź do najbliższej placówki Alior Banku z certyfikatem BIK PASS zawierającym 5 gwiazdek!

Aby skorzystać z oferty pobierz swój BIK PASS ►

7.9%

Szczegóły oferty w placówkach Alior Banku. Przykład reprezentatywny: całkowita kwota pożyczki (bez kredytowanych kosztów): 16 796 zł, liczba rat: 55, oprocentowanie nominalne: 7,9%, składka na ubezpieczenie na życie: 3 608,35 zł, opłata przygotowawcza: 1 073,91 zł (5%), kwota odsetek: 4 195,12 zł, RRSO: 21,64%, rata: 466,79 zł, całkowity koszt: 8 877,38 zł. Całkowita kwota do zapłaty: 25 673,38 zł. Kredyt po okazaniu wyciągu z ROR mogą otrzymać osoby uzyskujące dochody m.in. z umowy o pracę (regularne wpływy za ostatnie 6 mies.) lub emeryturę (za 1 miesiąc). Ostateczne warunki kredytowania zależą od wiarygodności kredytowej Klienta, daty wypłaty kredytu oraz daty płatności pierwszej raty. Informacja handlowa wg stanu na 13.10.2014 r.

Z regulaminu promocji *Pożyczka z BIK PASSem* (vide: § 3 ust. 2 pkt c)) wynika, że warunkiem skorzystania z promocji jest przystąpienie konsumenta do Ubezpieczenia na życie w wariancie E lub w wariancie F (dotyczy Pożyczek na kwotę w przedziale 50 000,01 - 100 000 PLN brutto, okres kredytowania powyżej 60 miesięcy oraz dla kwot powyżej 100 000 PLN brutto), w którym Alior Bank występuje jako ubezpieczający.

B.

W przypadku promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko...* w materiałach reklamowych emitowanych w Internecie, prasie, wiadomościach e-mail do klientów Alior Bank, na ulotkach oraz na banerach widniała informacja o treści: *do 150 tys. zł bez zabezpieczenia* lub *do 150 tys. zł bez zabezpieczeń* lub *do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń*, z której wynika, że każdy, kto będzie chciał skorzystać z oferty Alior Bank poprzez zaciągnięcie pożyczki do 150 tys. zł nie będzie musiał zabezpieczać spłaty tejże pożyczki.

Przykładowa reklama wykorzystywana na banerze w ramach tej promocji wyglądała następująco:

NAJTAŃSZA POŻYCZKA NA PREZENTY I NIE TYLKO...

- do 150 tys. zł bez zabezpieczeń
- możliwość konsolidacji kilku drogich kredytów w 1 tani

Pieńsk, ul. Kościuszki 1C
☎ 75 775 96 97



**ALIOR
BANK**

Partner



Pierwszy 1000 zł pożyczki za darmo dotyczy pożyczek od 15 000 zł. Szczegóły w placówkach i na www.aliorbank.pl.
Przykład reprezentatywny: całkowita kwota pożyczki (bez kredytowanych kosztów): 14 459 zł, liczba rat: 50, oprocentowanie nominalne: 11,19%, składka na ubezpieczenie na życie: 27 917,78 zł, opłata przygotowawcza: 361,07 zł (1,94%), kwota odsetek: 4759,94 zł, RRSO: 23,27%, rata: 467,43 zł, całkowity koszt: 7912,79 zł, całkowita kwota do zapłaty: 22 371,79 zł. Ostateczne warunki kredytowania zależą od wiarygodności kredytowej Klienta, daty wypłaty pożyczki oraz daty płatności pierwszej raty.
Informacja handlowa – wg stanu na 17.11.2014 r.

Z regulaminu promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko...* wynikało (§3 ust. 2 pkt b)), że warunkiem skorzystania z promocji jest spełnienie przez konsumenta m.in. warunku przystąpienia do Ubezpieczenia na życie w wariancie E lub w wariancie F (dotyczy Pożyczek na kwotę w przedziale: powyżej 50 000 PLN do 100 000 PLN brutto, okres kredytowania powyżej 60 miesięcy oraz dla kwot powyżej 100 000 PLN brutto), w którym Alior Bank występuje jako ubezpieczający.

Alior Bank zaniechał stosowania powyższej praktyki. W stosunku do promocji *Pożyczka z BIK PASSem* zaprzestano emisji związanych z nią materiałów reklamowych w dniu 24 lutego 2015r., zaś w przypadku promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko...* zakończenie emisji reklam miało miejsce w dniu 30 stycznia 2015r. Ostateczna data zaniechania całej praktyki to zatem 24 lutego 2015r.

Prezes Urzędu zważył, co następuje

Podstawą do rozstrzygania sprawy w oparciu o przepisy ustawy o *ochronie konkurencji i konsumentów* jest uprzednie zbadanie przez organ ochrony konsumentów, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło, pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1 *okiku*, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Zdaniem organu ochrony konsumentów, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli się zapoznać z materiałami reklamowymi przedsiębiorcy. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa UOKiK działań przewidzianych w ustawie o *ochronie konkurencji i konsumentów*.

I. Stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk, o których mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 26 ust. 1 *okiku* Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 *okiku*. Zgodnie zaś z art. 27 ust. 1 *okiku* nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26 *okiku*, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania

praktyki, o której mowa w art. 24 *okiku*. W tym przypadku Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania stosując art. 26 ust. 2. Ten przepis z kolei upoważnia Prezesa Urzędu do określenia środków usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji oraz do nakazania publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy.

W związku z powyższym zachodzi konieczność przeanalizowania zachowań przedsiębiorcy stanowiących przedmiot postawionych mu zarzutów z punktu widzenia naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Przepis art. 24 ust. 1 tejże ustawy stanowi, iż *zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.*, natomiast art. 24 ust. 2 *okiku* określa, iż *przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.*

Dla wykazania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest każdorazowo ustalenie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- **działania przedsiębiorcy,**
- **bezprawności tych działań,**
- **naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.**

Działania przedsiębiorcy

Zgodnie z przepisem art. 4 pkt 1 *okiku*, ilekroć w ustawie tej jest mowa o przedsiębiorcy, pojmuje się przez to w pierwszej kolejności przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. *o swobodzie działalności gospodarczej* (tekst jednolity: Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm.). Przepis art. 2 ustawy *o swobodzie działalności gospodarczej* definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

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

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi zostać spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*, jest bezprawność rozważanego zachowania. W świetle przepisu art. 24 ust. 2 pkt 3 *okiku* przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji.

Przepis art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. Nr 171, poz. 1206; **dalej: pnpru**) stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za działanie **wprowadzające w błąd**, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować **podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**.

Wprowadzające w błąd działanie może polegać na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 *pnpru*). W świetle art. 5 ust. 3 pkt 2 wspomnianej wyżej ustawy, wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć: cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem. Stosownie do brzmienia art. 5 ust. 4 *pnpru* przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Ustawa *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* posługuje się pojęciem **przeciętnego konsumenta**. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie Alior Bank w zakresie nieuczciwych praktyk rynkowych wymienionych w sentencji niniejszej decyzji powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 *pnpru*, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać 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 m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w *pnpru* jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE, dawniej: Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. W świetle orzecznictwa TSUE, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany¹.

W przedmiotowej sprawie, oferta przedsiębiorcy dotyczyła kredytów do kwoty 150 000 zł i nie była skierowana do szczególnej grupy konsumentów. Z tego typu ofert korzystają różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości otaczającej rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcję modelu

¹ por. C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer* Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 *Philips* Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 *Nestle* przeciwko *Mars*, pkt 25; T-241/05 *Procter & Gamble*, pkt 43; T-33/04 *House of Donut Int*, pkt 50-51.

przeciętnego konsumenta należy zatem stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

Tak zdefiniowany konsument ma prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający takie komunikaty - jako profesjonalista - jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci **co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta**, do którego jest skierowana i która ze względu na swoją zwodniczą naturę, **może zniekształcić jego zachowanie rynkowe**².

Wskazać należy, iż potencjalna zdolność wprowadzenia w błąd, ma miejsce szczególnie wtedy, gdy przedsiębiorca podaje – istotne dla podjęcia przez konsumenta racjonalnej decyzji rynkowej – nieprawdziwe informacje lub przedstawia je w niejasny, niezrozumiały lub dwuznaczny sposób. W wyniku powyższych praktyk przeciętny konsument wyrabia sobie mylne wyobrażenie o korzyściach wynikających ze złożonej propozycji, które nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistym stanie rzeczy. Wprowadzenie w błąd polega, przede wszystkim, na pewnym zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji (np. jakości towaru), w którą chce się zaangażować. W rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania, konsument podejmuje decyzję o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej decyzji, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji by nie podjął, gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy. Owo zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega głównie na podawaniu fałszywych lub mylących informacji dotyczących produktu lub sposobu jego prezentacji albo wprowadzenia na rynek³. Dla prawidłowego zinterpretowania celu tej ustawy należy wskazać, iż przedsiębiorca nie tyle musi faktycznie spowodować, iż przeciętny konsument podejmie decyzję, której przy braku wprowadzenia w błąd by nie podjął, co **wystarczy już samo wystąpienie możliwości takiego wprowadzenia w błąd**.

Ponadto, stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd przez działanie musi w konsekwencji doprowadzić do podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy.⁴ Osiągnięcie takiego skutku, tj. podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej zawarcia umowy jest związane z posiadaniem przez tę praktykę istotnej siły (która spowodowała powyższy skutek). Prawne znaczenie z punktu widzenia kwalifikacji praktyki rynkowej jako nieuczciwej ma zatem spowodowanie lub sama tylko potencjalna możliwość podjęcia decyzji gospodarczej, której inaczej konsument by nie podjął. Praktyką wprowadzającą w błąd jest zatem każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta, do którego jest skierowana lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe.⁵ Działanie takie może doprowadzić chociażby do podjęcia decyzji dotyczącej umowy w postaci udania się przez konsumenta do lokalu lub wyszukiwania informacji w Internecie⁶.

² Z uzasadnienia wyroku Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 14.09.2005 r., sygn. akt: I ACa 149/05.

³ R. Stefanicki, *Interpretacja dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów na rynku wewnętrznym*, Glosa 1/2000, str. 88.

⁴ Ibidem.

⁵ Cyt. za M. Sieradzką, *Komentarz do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym (...)*, op.cit.

⁶ Wyrok SN z dnia 4 marca 2014r., sygn. III SK 34/13; wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 27 maja 2014r., sygn. VI ACa 1355/13.

A.

W ocenie Prezesa UOKiK, przedsiębiorca, stosując w reklamach kredytów w ramach promocji *Pożyczka z BIK PASSem* dwóch sformułowań, a mianowicie *Każdemu z dobrą historią kredytową BIK przyznamy pożyczkę ze specjalnym oprocentowaniem – tylko 7,99 %.* oraz *do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń* wprowadzał konsumentów w błąd co do cech produktu.

Z informacji tych wynikało, że każdy konsument, który posiada dobrą historię kredytową, co może wykazać zaświadczeniem BIK (tzw. BIK PASS-em) i który będzie chciał skorzystać z oferty Alior Bank poprzez zaciągnięcie pożyczki do 150 tys. zł, nie będzie musiał zabezpieczać spłaty tejże pożyczki.

Tymczasem z regulaminu promocji *Pożyczka z BIK PASSem* (vide: § 3 ust. 2 pkt c)) wynikało, że warunkiem skorzystania z promocji jest przystąpienie konsumenta do Ubezpieczenia na życie w wariancie E lub w wariancie F (dotyczy Pożyczek na kwotę w przedziale 50 000,01 - 100 000 PLN brutto, okres kredytowania powyżej 60 miesięcy oraz dla kwot powyżej 100 000 PLN brutto), w którym Alior Bank występuje jako ubezpieczający.

Regulamin zatem przewidywał, że w przypadku gdy konsument skorzysta z oferty Banku i weźmie pożyczkę na kwotę w przedziale od 50 000 zł do 150 000 zł będzie musiał zabezpieczyć spłatę pożyczki w postaci przystąpienia do Ubezpieczenia na życie, z zastrzeżeniem, że, gdy pożyczka ta będzie się mieściła w przedziale od 50 000,01 zł do 100 000 zł warunek przystąpienia do ubezpieczenia na życie będzie wymagany, jeżeli okres spłaty pożyczki przekracza 60 miesięcy. Przystąpienie od ubezpieczenia na życie bez wątplenia zaś stanowi zabezpieczenie spłaty kredytu, zwłaszcza w sytuacji, gdy Alior Bank jest ubezpieczającym i uprawnionym do świadczenia w przypadku ziszczenia się zdarzenia ubezpieczeniowego.

Jeśli zatem pożyczka spełniała powyższe parametry czyli mieściła się w przedziale od 50 000,01 zł do 150 000 zł, a dodatkowo w przedziale od 50 000,01 zł do 100 000 zł zawarta została na okres ponad 60 miesięcy hasło zamieszczane w reklamach *Pożyczka z BIK PASSem: Każdemu z dobrą historią kredytową BIK przyznamy pożyczkę ze specjalnym oprocentowaniem – tylko 7,99 %.* oraz *do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń* było nieprawdziwe i wprowadzało konsumentów w błąd.

B.

Podobnie, stosując w reklamach kredytów w ramach promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko...* haseł o treści: *do 150 tys. zł bez zabezpieczenia* lub *do 150 tys. zł bez zabezpieczeń* lub *do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń*, w ocenie Prezesa UOKiK, przedsiębiorca również wprowadzał konsumentów w błąd co do cech produktu.

Z informacji tych wynikało, że każdy konsument, który będzie chciał skorzystać z oferty Alior Bank poprzez zaciągnięcie pożyczki do 150 tys. zł, nie będzie musiał zabezpieczać spłaty tejże pożyczki.

Tymczasem z regulaminu promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko...* wynikało (§3 ust. 2 pkt b)), że warunkiem skorzystania z promocji jest spełnienie przez konsumenta m.in. warunku przystąpienia do Ubezpieczenia na życie w wariancie E lub w wariancie F (dotyczy Pożyczek na kwotę w przedziale: powyżej 50 000 PLN do 100 000 PLN brutto, okres kredytowania powyżej 60 miesięcy oraz dla kwot powyżej 100 000 PLN brutto), w którym Alior Bank występuje jako ubezpieczający.

Regulamin ten zatem przewidywał, że w przypadku gdy konsument skorzysta z oferty Alior Bank i weźmie pożyczkę na kwotę w przedziale od 50 000 zł do 150 000 zł będzie musiał zabezpieczyć spłatę pożyczki w postaci przystąpienia do Ubezpieczenia na życie, z zastrzeżeniem, że, gdy pożyczka ta będzie się mieściła w przedziale od 50 000,01 zł do 100

000 zł warunek przystąpienia do ubezpieczenia na życie będzie wymagany, jeżeli okres spłaty pożyczki przekracza 60 miesięcy. Przystąpienie od ubezpieczenia na życie bez wątplenia zaś stanowi zabezpieczenie spłaty kredytu, zwłaszcza w sytuacji, gdy Alior Bank jest ubezpieczającym i uprawnionym do świadczenia w przypadku ziszczenia się zdarzenia ubezpieczeniowego.

Podsumowując, jeśli pożyczka spełniała powyższe parametry czyli mieściła się w przedziale od 50 000,01 zł do 150 000 zł a dodatkowo w przedziale od 50 000,01 zł do 100 000 zł zawarta została na okres ponad 60 miesięcy hasło zamieszczane w reklamach *Pożyczka na prezenty i nie tylko...: do 150 tys. zł bez zabezpieczenia* lub *do 150 tys. zł bez zabezpieczeń* lub *do 150 tys. zł otrzymasz bez zabezpieczeń* było nieprawdziwe i wprowadzało konsumentów w błąd.

W związku z powyższym, działania opisane w pkt A i B wprowadzały konsumentów w błąd co do konieczności zabezpieczenia pożyczki do 150 tys. zł, gdy nie spełniały one powyższych parametrów co do kwoty pożyczki i okresu jej spłaty. W ocenie Prezesa Urzędu, prezentowane w reklamach komunikaty mogły być przez przeciętnego konsumenta rozumiane w ten sposób, że w każdym przypadku nie jest wymagane żadne zabezpieczenie spłaty pożyczki, mimo, że wymagane było przystąpienie do ubezpieczenia oferowanego przez Alior Bank. Stosowanie powyższych zapewnień mogło wpływać na decyzję konsumenta dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął, tj. nie zainteresowałby się ofertą Banku, ponieważ liczył na zaciągnięcie pożyczki bez zabezpieczenia i związanych z tym kosztów.

Sprzeczność ta jest podstawą do stwierdzenia naruszenia art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, co z kolei stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Nieprawdziwa informacja, którą rozpowszechniał Alior Bank dotyczyła cech produktu w postaci pożyczki do 150 tys. zł bez zabezpieczenia, czyli wypełniała przesłankę z art. 5 ust. 3 pkt 2 ustawy *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*.

Skutkiem powyższych działań mogło być odebranie przez Alior Bank konsumentom przysługującego im uprawnienia do uzyskania prawdziwej informacji o konieczności zabezpieczenia spłaty zaciąganej pożyczki.

Mając na względzie wyżej opisane ustalenia uznać należy, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, co z kolei stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa *o ochronie konkurencji i konsumentów* formułuje definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 *okiku*, należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę⁷.

⁷ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08, a także T. Skoczny, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, Warszawa 2009, s. 962.

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, iż: „*nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów*”⁸.

W ocenie Prezesa UOKiK, zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowanie Alior Bank godziło w zbiorowe interesy konsumentów. Adresatami reklamy przedsiębiorcy byli zarówno wszyscy aktualni, jak i wszyscy potencjalni klienci zamierzający wziąć kredyt. Zatem krąg adresatów takiego działania nie był z góry określony.

Na poparcie powyższego, należy przytoczyć stanowisko Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, który w jednym z wyroków wskazał, iż „jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów”⁹. Tak więc, w rozpatrywanym stanie faktycznym zachowanie przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz wpływa niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

W rozważanym przypadku oceniane zachowania przedsiębiorcy oddziaływały na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutów opisanych w sentencji decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie wykazane. Oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczą one wszystkich tych osób, które zapoznawały się lub które mogą się zapoznać z reklamą kredytu konsumenckiego prezentowaną przez spółkę. Tym samym nie ulega wątpliwości, że rozważane działania godziły lub też mogły godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zaniechanie stosowania praktyki

Zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 1 *okiku* nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał zabronionych działań, o których mowa w art. 24 *okiku*.

Alior Bank, zaprzestał emisji materiałów reklamowych wprowadzających konsumentów w błąd w stosunku do promocji *Pożyczka z BIK PASSem i Pożyczka na prezenty i nie tylko...* odpowiednio w dniach 24 lutego 2015r. i 30 stycznia 2015r. Z datą 24 lutego 2015r. należy zatem wiązać skutek w postaci zaniechania stosowania stwierdzonej praktyki. W związku z zaprzestaniem stosowania praktyki określonej w pkt I. sentencji niniejszej decyzji, Prezes UOKiK wydał decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania.

Nieprzyjęcie zobowiązania

Rozważenia wymaga także kwestia nie przyjęcia złożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania do usunięcia skutków naruszenia. W ocenie organu ochrony konsumentów

⁸ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt: I CKN 504/01.

⁹ Wyrok SOKiK z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Amc 26/08.

niecelowym jest korzystanie w niniejszej sytuacji z instrumentu przewidzianego w art. 28 ust. 1 *okiku*. Wydanie decyzji zobowiązującej musi bowiem służyć realizacji głównego celu działania Prezesa UOKiK, jakim jest ochrona interesu publicznego, który w przypadku wydania decyzji, o jaką wnioskuje przedsiębiorca, nie byłby należycie chroniony. Należy bowiem wskazać, iż ostateczne rozstrzygnięcie powinno być zgodne nie tyle z interesem przedsiębiorcy, co przede wszystkim z interesem konsumentów.

Jednym z celów niniejszej decyzji jest przyczynienie się do tego, aby działania reklamowe stosowane przez podmioty świadczące usługi finansowe, dotyczące bardzo ważnej sfery życia konsumentów, zwłaszcza jeśli chodzi o udzielanie pożyczek były rzetelne i udzielały konsumentom prawdziwej informacji na temat oferowanego produktu lub usługi. Praktyka polegająca na podejmowaniu działań, które wpływają na decyzję konsumentów w zakresie wejścia w stosunek umowny w przedsiębiorca jest praktyka szczególnie szkodliwą gdyż poprzez wprowadzenie konsumentów w błąd może doprowadzić ich do zaciągania zobowiązań ze szkodą dla ich interesów ekonomicznych. W przypadku działalności polegającej na udzielaniu kredytów jest to szczególnie niebezpieczne, gdyż spotyka konsumentów, którzy znajdują się w sytuacji, w której ich środki pieniężne nie wystarczają im na zaspokojenie swoich uzasadnionych potrzeb, znajdują się w trudnej sytuacji finansowej i muszą skorzystać z pomocy oferowanej im przez instytucje finansowe. Wykorzystywanie sytuacji konsumentów, którzy znajdują się w niedostatku jest, w ocenie Prezesa UOKiK, szczególnie naganne i z tego względu niezasadne jest co do zasady przyjmowanie zobowiązań do zaniechania naruszeń czy też do usunięcia skutków naruszenia w tego typu sprawach. Stosunki umowne w sferze finansowej, w tym w szczególności w zakresie udzielania kredytów konsumenckich winny charakteryzować się najwyższymi standardami uczciwości i rzetelności ze strony przedsiębiorców. W przypadku, zaś, gdy standardy te są naruszane Prezes UOKiK winien reagować zdecydowanie i stanowczo, stosując przyznane mu przez ustawodawcę kompetencje, uwzględniając jednocześnie specyfikę każdej ze spraw.

Nadmienić również należy, że w niniejszym postępowaniu doszło do wykazania, a nie tylko uprawdopodobnienia naruszenia przez Alior Bank zakaz określonego w art. 24 *okiku*. Z tego także względu, z uwagi na treść art. 28 *okiku*, który dotyczy sytuacji jedynie uprawdopodobnienia stosowania praktyki i ma na celu *skrócenie postępowania*, niezasadne było wydanie decyzji zobowiązującej w niniejszym stanie faktycznym.

Konkludując, biorąc pod uwagę całokształt okoliczności niniejszej sprawy, Prezes UOKiK uznał, iż korzystniejszym rozwiązaniem jest wydanie decyzji stwierdzającej naruszenie przez Alior Bank zbiorowych interesów konsumentów. Warto w tym miejscu zauważyć, iż takie rozstrzygnięcie odniesie lepszy skutek wobec konsumentów będących adresatami produktów i usług świadczonych przez Spółkę. Decyzja stwierdzająca stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w odróżnieniu od decyzji zobowiązującej, w której następuje jedynie uprawdopodobnienie praktyk, może bowiem stanowić prejudykat dla konsumenta przesądzający o bezprawności zachowania przedsiębiorcy. Oznacza to, że w przypadku sporu cywilnoprawnego, w sprawie przed sądem powszechnym, konsument nie będzie już musiał udowadniać faktu stosowania praktyki.

II. Nałożenie obowiązku usunięcia skutków naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 26 ust. 2 *okiku* w zw. z art. 27 ust. 4 *okiku*, w decyzji, o której mowa w ust. 27 ust. 1 *okiku*, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego

oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy

Obowiązek złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji (pkt II.1.a) rozstrzygnięcia decyzji)

Mając na uwadze wynikającą z art. 26 ust. 2 możliwość określenia środków usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności w postaci zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji, Prezes Urzędu uznał, że zasadne będzie ułatwienie konsumentom dochodzenia swoich roszczeń związanych z wprowadzeniem ich w błąd hasłami reklamowymi użytymi w ramach analizowanych promocji. Roszczenia te, w ocenie Prezesa Urzędu, winny zaś zmierzać do uchylecia się od obowiązku opłacania składek lub składki jednorazowej za ubezpieczenie na życie, które zgodnie z regulaminami promocji były przy spełnieniu określonych warunków obligatoryjne. Ubezpieczenie to bowiem, zgodnie z treścią przekazów reklamowych nie było obowiązkowe i konsumenci winni mieć możliwość skorzystania z takiej oferty, jaka została im nakreślona w przekazie reklamowym, gdyż to właśnie ta informacja w dużej mierze (zwykle pierwsza, z jaką się stykają) skłania dla konsumentów do skorzystania z oferty danego przedsiębiorcy.

W związku z tym, aby umożliwić konsumentom realizację wyżej określonego celu i doprowadzenie stosunków umownych do postaci, jaka została im przedstawiona w przekazach reklamowych Prezes UOKiK nałożył na Alior Bank obowiązki polegające na poinformowaniu konsumentów o możliwości wprowadzenia w błąd poprzez stosowanie przez Alior Bank S.A z siedzibą w Warszawie praktyki wskazanej w pkt I sentencji decyzji oraz wskazaniu, że konsumenci Ci mogą złożyć w każdym momencie dyspozycję rezygnacji z zawartego w ramach promocji *Pożyczka z BIK PASSem* oraz *Pożyczka na prezenty i nie tylko* ubezpieczenia (z wyłączeniem klientów, którzy już złożyli dyspozycję rezygnacji z ubezpieczenia). Treść tego pisma została ujęta w pkt II.1 sentencji niniejszej decyzji i ma następującą treść (uwzględniającą warianty w przypadku, gdy konsument zrezygnował już z ubezpieczenia przed wydaniem niniejszej decyzji):

Szanowna Pani/Szanowny Panie,

Dziękujemy za skorzystanie z oferty pożyczki gotówkowej w ramach Promocji „Pożyczka z BIK PASSem/Pożyczka na prezenty i nie tylko ...”. Uprzejmie wyjaśniamy, że w materiałach reklamowych do promocji „Pożyczka z BIK PASS-em”/”Pożyczka na prezenty i nie tylko ...” Bank używał sformułowania „do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”, które to sformułowanie mogło wprowadzić Panią/Pana w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki poprzez skorzystanie przez Klienta z ubezpieczenia.

(wariant dla klientów, którzy nie zrezygnowali z ubezpieczenia)

W związku z powyższym uprzejmie informujemy, że może Pani/Pan w ciągu 6 miesięcy od dnia otrzymania niniejszego pisma złożyć dyspozycję rezygnacji z zawartego w ramach ww. Promocji ubezpieczenia, a otrzyma Pani/Pan zwrot kosztów całej składki ubezpieczeniowej.

(wariant dla klientów, którzy wcześniej zrezygnowali z ubezpieczenia)

W związku z wcześniejszym złożeniem przez Panią/Pana rezygnacji z zawartego w ramach ww. Promocji ubezpieczenia, uprzejmie informujemy, że może Pani/Pan w ciągu 6 miesięcy od dnia otrzymania niniejszego pisma zwrócić się do Banku, a otrzyma Pani/Pan zwrot kosztów pozostałej części składki ubezpieczeniowej.

Niniejsze pismo zostało do Pani /Pana skierowane w związku z prowadzonym przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowaniem administracyjnym w sprawie podejrzenia stosowania przez Alior Bank S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko” informacji, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), która to praktyka mogła wprowadzać Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki do kwoty 150 tys. zł.

W ocenie Prezesa Urzędu, działania, których obowiązek wykonania nałożono na Alior Bank zmierzają do usunięcia skutków stwierdzonego naruszenia w zakresie zawartych umów pożyczki, gdyż umożliwiają konsumentom doprowadzenie warunków umowy zawartej z Alior Bank do stanu, jaki był im proponowany w przekazach reklamowych. Uzyskanie przez konsumentów, którzy zawarli umowy z Alior Bank w ramach promocji *Pożyczka z BIK PASSem* oraz *Pożyczka na prezenty i nie tylko* informacji, iż ubezpieczenie, które opłacają lub opłacili nie jest wymagane da im świadomość naruszenia, jakiego dopuściła się druga strona umowy i pomoże także w dochodzeniu swoich roszczeń wynikających z wprowadzającego w błąd działania Alior Bank. Termin na wykonanie tego obowiązku ustalono na 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji. W ocenie Prezesa Urzędu, z uwagi na to, że do powyższych działań zobowiązał się sam przedsiębiorca należy uznać, że jest to termin wystarczający.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II.1.a) rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Obowiązek publikacji decyzji (pkt II.1.b) i II.2 rozstrzygnięcia decyzji)

W ocenie Prezesa Urzędu, należy również mieć świadomość, iż obowiązek określony w pkt II.1 decyzji nie pozwala na usunięcie wszystkich skutków naruszenia, a mianowicie tych, które wynikają z tych sytuacji, w których konsumenci nie skorzystali z promocji *Pożyczka z BIK PASSem* oraz *Pożyczka na prezenty i nie tylko*, gdyż po zapoznaniu się z reklamą, a następnie zapoznaniem się regulaminem promocji np. w placówce Alior Bank zorientowali się, że zostali wprowadzeni w błąd i mimo, podjętych już działań zrezygnowali z zawarcia umowy z Alior Bank.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu nałożył na Alior Bank obowiązek publikacji na stronie internetowej o adresie: www.aliorbank.pl, w oddzielnym komunikacie w zakładce „Aktualności” i utrzymania przez okres 3 miesięcy oświadczenia o następującej treści:

Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie informuje, że w materiałach reklamowych do promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko ...” Alior Bank S.A. używał sformułowania „do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”, które to sformułowanie mogło wprowadzać Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki poprzez skorzystanie przez Klienta z ubezpieczenia.

Niniejsze oświadczenie zostało złożone w związku z prowadzonym przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowaniem administracyjnym w sprawie podejrzenia stosowania przez Alior Bank S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy

konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych promocji „Pożyczka z BIK PASS-em” oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko” informacji, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei może stanowić naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), która to praktyka mogła wprowadzać Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki do kwoty 150 tys. zł.

W odniesieniu zaś do promocji *Pożyczka na prezenty i nie tylko ...* nałożono na Alior Bank dodatkowo obowiązek umieszczenia w Oddziałach Alior Bank S.A. z siedzibą w Warszawie na tablicy informacyjnej i utrzymania przez 3 miesiące, ogłoszenia o formacie A4, wytłuszczonej czcionką Verdana rozmiar 12 w kolorze czarnym na białym tle z widocznymi odstępami pomiędzy poszczególnymi wyrazami zawierającego oświadczenia o następującej treści:

Szanowni Klienci,

uprzejmie informujemy, iż w materiałach reklamowych do promocji „Pożyczka na prezenty i nie tylko ...” Alior Bank S.A. używał sformułowania „do 150 tys. zł bez zabezpieczeń”, które to sformułowanie mogło wprowadzać Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki poprzez skorzystanie przez Klienta z ubezpieczenia.

Niniejsze oświadczenie zostało złożone w związku z prowadzonym przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowaniem administracyjnym w sprawie podejrzenia stosowania przez Alior Bank S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych promocji oraz „Pożyczka na prezenty i nie tylko” informacji, że w przypadku pożyczek do kwoty 150 tys. zł nie są wymagane zabezpieczenia ich spłaty, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), co z kolei może stanowić naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), która to praktyka mogła wprowadzać Klientów w błąd co do braku konieczności zabezpieczenia pożyczki do kwoty 150 tys. zł.

W odniesieniu do promocji *Pożyczka z BIK PASS-em* nie ma konieczności umieszczania oświadczenia w oddziałach Alior Bank, ponieważ promocja *Pożyczka z BIK PASS-em* była reklamowana jedynie w Internecie.

W ocenie Prezesa Urzędu, nałożony na Alior Bank obowiązek publikacyjny zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców (konsumentów – również tych niebędących klientami Alior Bank, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniach Alior Bank uznanych za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób – zgodnie z prawem – konstruować przekazy reklamowe. Jednocześnie ma ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych standardów i zastosowania podobnych praktyk muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Komunikat ten będzie też dla konsumentów informacją, że praktyka Alior Bank była praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i w związku z tym mogą oni dochodzić swoich roszczeń indywidualnych związanych z wprowadzeniem ich w błąd co do cech produktu, z którego chcieli skorzystać. W dacie wydania przedmiotowej decyzji mogą bowiem istnieć trwające

skutki naruszenia przez Alior Bank zbiorowych interesów konsumentów. W przypadku uprawomocnienia się niniejszej decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia przez indywidualnych konsumentów roszczeń na podstawie art. 12 *pnpru*.

Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Alior Bank dodatkowych istotnych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jego sytuacji ekonomicznej. Termin zaś jego wykonania jest wystarczający, gdyż w rzeczywistości wynosi on co najmniej 44 dni od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Treść obowiązków określonych w pkt II. sentencji niniejszej decyzji są tożsame z treścią zobowiązania złożonego przez Alior Bank w trybie art. 28 *okiku*

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II.1.b) i II.2 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Ad III

Stosownie do art. 77 ust. 1 *okiku*, jeżeli w wyniku postępowania Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

W punkcie I sentencji niniejszej decyzji organ ochrony konsumentów w wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki stosowane przez Alior Bank opisane sentencji niniejszej decyzji.

Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 *okiku* pozwalająca na obciążenie przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa UOKiK wydatki w kwocie 24,40 zł związane z prowadzoną w toku tego postępowania korespondencją.

W związku z tym postanowiono obciążyć Alior Bank kosztami postępowania w wysokości 24,40 zł (słownie: dwadzieścia cztery złote i 40/100).

Wobec tego orzeczono jak w punkcie III sentencji decyzji.

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

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – sądu ochrony konkurencji i konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Z up. Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów

Otrzymuje:

1. Alior Bank S.A.
ul. Łopuszańska 38D
02-232 Warszawa
2. **a/a**