

WERSJA JAWNA
DECYZJI PREZESA UOKiK NR RGD.14/2013



Prezes Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Delegatura UOKiK w Gdańsku



RGD-61-30/12/MLM

Gdańsk, dnia 25 października 2013 r.

DECYZJA NR RGD.14/2013

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy: Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku, poprzednio Polska Korporacja Finansowa SKARBIEC Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Słupsku:

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 tej ustawy, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom w reklamie pożyczki gotówkowej, zamieszczonej na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl danych dotyczących kosztu kredytu konsumencijskiego w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, co jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami),
I STWIERDZA SIĘ ZANIECHANIE STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI Z DNIEM 1 LUTEGO 2013 R.
- II. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na zamieszczeniu na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, w zakładce „PRESSROOM”, tekstu o brzmieniu: „zachęcamy do zapoznania się z artykułami na temat Dobrej Pożyczki, publikowanymi na łamach mediów”, który sugeruje, że przedstawione materiały stanowią treść niezależnych publikacji dostępnych w prasie i na portalach in-

ternetowych, podczas gdy w rzeczywistości są to przedruki reklam przedsiębiorcy, co może powodować zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, przed zawarciem umowy, w sposób istotny, i co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),

I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIE STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.

- III.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na zatajeniu w reklamach prasowych istotnych informacji dotyczących proponowanych produktów poprzez nieprzekazanie nazwy i adresu siedziby przedsiębiorcy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 oraz art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), **I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIE STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.**
- IV.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na niedokonywaniu oceny ryzyka kredytowego konsumenta przed zawarciem Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami), **I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIE STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.**
- V.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na obciążeniu konsumentów nadmiernie wygórowanymi kosztami, tj. zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), **I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIE STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.**
- VI.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW**, określoną w art.



24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na nie przekazaniu w sposób jasny, jednoznaczny i we właściwym czasie istotnej informacji o zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), I STWIERDZA SIĘ ZANIECHANIE STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI Z DNIEM 7 STYCZNIA 2013 R.

- VII. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na niepodawaniu w umowach kredytu konsumenckiego informacji o wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, co może stanowić naruszenie art. 30 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami), I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIA STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.
- VIII. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na stosowaniu opłaty administracyjnej, której nie odpowiada osobne świadczenie ze strony pożyczkodawcy, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zmianami), I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIA STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.
- IX. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) UZNAJE SIĘ ZA PRAKTYKĘ NARUSZAJĄCĄ ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku polegające na stosowaniu opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, której wysokość nie odpowiada wartości świadczeń realizowanych w ramach tej opłaty, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zmianami), I NAKAZUJE SIĘ ZANIECHANIA STOSOWANIA TEJ PRAKTYKI.
- X. Na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 26 ust. 1 oraz art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakazuje się przedsiębiorcy Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku:



- 1 publikację niniejszej decyzji, w wersji jawnej, stanowiącej załącznik nr 1 do niniejszej decyzji, na jego koszt, na stronach internetowych www.dobrapozyczka.com.pl oraz www.pomocnapozyczka.pl w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać zamieszczony na stronach głównych oraz utrzymywanie jej na wskazanych stronach internetowych przez okres 3 (trzech) miesięcy.

oraz

- 2 zobowiązuje się przedsiębiorcę do złożenia, na jego koszt, jednokrotnego oświadczenia, na jednej z trzech pierwszych stron gazet: FAKT oraz SUPER EXPRESS, o powierzchni co najmniej 24 (dwadzieścia cztery) cm x 14 (czternaście) cm, rozmiar czcionki co najmniej 15 (piętnaście), o treści:

Zarząd Spółki Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku, poprzednio Polska Korporacja Finansowa SKARBIEC Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Słupsku oświadcza, iż Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał w dniu 25 października 2013 r. decyzję Nr RGD-14/2013, w której uznał działania Spółki za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Treść decyzji Prezesa Urzędu dostępna jest na stronach internetowych www.dobrapozyczka.com.pl oraz www.pomocnapozyczka.pl

XI. Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **NADAJE SIĘ DECYZJI W ZAKRESIE PUNKTÓW: II, V, IX ORAZ X SENTENCJI DECYZJI RYGOR NATYCHMIASTOWEJ WYKONALNOŚCI.**

XII. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **NAKŁADA SIĘ na przedsiębiorcę: Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku:**

- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 35.801 zł (słownie: trzydzieści pięć tysięcy osiemset jeden złotych), płatną do budżetu państwa,
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 29.834 zł (słownie: dwadzieścia dziewięć tysięcy osiemset trzydzieści cztery złote), płatną do budżetu państwa,
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 14.917 zł (słownie: czternaście tysięcy dziewięćset siedemnaście złotych), płatną do budżetu państwa.
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie IV sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 59.669 zł (słownie: pięćdziesiąt dziewięć tysięcy sześćset sześćdziesiąt dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa.



- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie V sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 134.255 zł (słownie: sto trzydzieści cztery tysiące dwieście pięćdziesiąt pięć złotych), płatną do budżetu państwa.
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie VI sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 107.404 zł (słownie: sto siedem tysięcy czterysta cztery złote), płatną do budżetu państwa.
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie VII sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 29.834 (słownie: dwadzieścia dziewięć tysięcy osiemset trzydzieści cztery złote), płatną do budżetu państwa.
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie VIII sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 29.834 (słownie: dwadzieścia dziewięć tysięcy osiemset trzydzieści cztery złote), płatną do budżetu państwa.
- w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie IX sentencji niniejszej decyzji, **KARĘ PIENIĘŻNĄ** w wysokości 59.669 zł (słownie: pięćdziesiąt dziewięć tysięcy sześćset sześćdziesiąt dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa.

XIII. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się przedsiębiorcę Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 60,75 zł (słownie: sześćdziesiąt złotych 75/100) w terminie 14 dni od dnia uprawnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

[1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej również Prezesem Urzędu), w dniu 2 lipca 2012 r., wszczął i prowadził pod sygn. akt RGD. 405-30/12/MLM, postępowanie wyjaśniające w sprawie ustalenia, czy działania przedsiębiorców oferujących konsumentom kredyty i pożyczki, nie naruszają przepisów ustawy z dnia 26 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) - [zwana dalej ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów] lub innych ustaw chroniących interesy



konsumentów, w tym ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715).

Postępowanie miało na celu ustalenie, czy warunki umów zawieranych z konsumentami nie zawierają niedozwolonych postanowień umownych oraz innych postanowień naruszających przepisy ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715).

[2] W trakcie postępowania wyjaśniającego, o którym mowa w punkcie [1] Prezes Urzędu ustalił, iż niektóre działania przedsiębiorcy Polska Korporacja Finansowa SKARBIEC Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Słupsku, obecnie Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą Gdańsku (zwany dalej również: Pomocną Pożyczką lub Spółką) tj. te, które wymieniono w sentencji niniejszej decyzji, mogą pozostawać w sprzeczności z zakazami wynikającymi z art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

[3] Mając na uwadze dokonane ustalenia Prezes Urzędu wszczął przeciwko Spółce, postanowieniem nr 342 z dnia 26 listopada 2012 r., postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Do akt tego postępowania, postanowieniem nr 343 z dnia 26 listopada 2012 r. zostały zaliczone następujące dowody: część dowodów użytych w sprawie oznaczonej sygnaturą akt RGD.405-30/12/MLM, tj.:

- pismo Spółki z dnia 20.07.2012 r.,
- pismo Spółki z dnia 21.08.2012 r., wraz z załącznikami tj.: odpis z KRS, zanonimizowana umowa wraz z formularzem informacyjnym z dnia 07 maja 2012 r.,
- pismo Spółki z dnia 9.11.2012 r., wraz z załącznikami tj. Umowa Pożyczek Gotówkowych i Umowa Pożyczek Gotówkowych - Zabezpieczenie Hipoteka,
- pismo Spółki z dnia 14.11.2012 r., wraz z załącznikiem: Przedwstępna Umowa Pożyczek Gotówkowych z dnia 1.10.2012 r., nr: UP 039858,
- pismo Spółki z dnia 22.11.2012 r.

oraz

- wydruki ze strony www.dobrapozyczka.com.pl z dnia 02.11.2012 r. i 12.11.2012 r.,
- wydruk ze strony www.pozyczkadluzonych.pl z dnia 02.11.2012 r.,
- wydruki ze strony www.polskatimes.pl z dnia 08.11.2012 r.,
- wydruk ze strony www.nieruchomosci.zumi.pl z dnia 12.11.2012 r.,
- reklama prasowa w gazecie FAKT, dot. promocji „Jedyna taka pożyczka”,
- reklama prasowa w gazecie Polska Dziennik Bałtycki, z dnia 13 listopada 2012 r., dot. promocji „Jesienne Pożyczki”,
- wydruki ze strony www.jedynatakapozyczka.pl z dnia: 12, 13 i 14.11.2012 r.

[4] Postanowieniem nr 54 z dnia 5 marca 2013 r. do akt sprawy włączono:

- pismo Jerzego K, z dnia 8 maja 2012 r.,



- pismo Magdaleny L, z dnia 6 grudnia 2012 r.,
 - pismo Aliny S, z dnia 1 września 2012 r.
- [5] Postanowieniem nr 115 z dnia 14 maja 2013 r. do akt sprawy włączono korespondencję przekazaną drogą elektroniczną przez:
- Pana Bogusława D, e;mail z dnia 25 kwietnia 2013 r. oraz z dnia 9 maja 2013 r. (wydruki z poczty elektronicznej wraz z załącznikami),
 - przez Pana Macieja N, e-mail z dnia 19 kwietnia 2013 r. oraz z dnia 10 maja 2013 r. (wydruki z poczty elektronicznej wraz z załącznikami),
 - Komisję Nadzoru Finansowego (wydruki z poczty elektronicznej wraz z załącznikami).
- [6] Przedsiębiorca został zawiadomiony, pismem Prezesa Urzędu z dnia 26 listopada 2012 r., o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i postawienia mu zarzutów dotyczących:
- I Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przejawiającej się w postaci naruszenia obowiązku udzielania konsumentom w reklamie pożyczki gotówkowej, zamieszczonej na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, danych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, co jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715),
- II Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na:
- 1 Zamieszczeniu na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, w zakładce „PRESSROOM”, tekstu o brzmieniu: „zachęcamy do zapoznania się z artykułami na temat Dobrej Pożyczki, publikowanymi na łamach mediów”, który sugeruje, że przedstawione materiały stanowią treść niezależnych publikacji dostępnych w prasie i na portalach internetowych, podczas, gdy w rzeczywistości są to przedruki reklam przedsiębiorcy, co może powodować zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, przed zawarciem umowy, w sposób istotny, i co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),
 - 2 Zatajeniu w reklamach prasowych istotnych informacji dotyczących proponowanych produktów poprzez nieprzekazanie nazwy i adresu siedziby przedsiębiorcy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 oraz art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),
- III Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niedokonywaniu przez PKF



SKARBIEEC Sp. z o.o. oceny ryzyka kredytowego konsumenta przed zawarciem Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715),

IV Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na obciążeniu konsumentów nadmiernie wygórowanymi kosztami, tj. zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),

V Stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nieprzekazaniu w sposób jasny, jednoznaczny i we właściwym czasie istotnej informacji o zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).

[7] Ustosunkowując się do postawionych zarzutów Spółka, pismem z dnia 13 grudnia 2012 r. oraz 29 stycznia 2013 r., przedstawiła swoje stanowisko w sprawie, podnosząc m.in., co następuje:

Ad I - zarzut został przez Spółkę uznany za bezzasadny. Zdaniem przedsiębiorcy informacja nt. produktu „Dobra Pożyczka dla Ciebie i Twojej Rodziny” została zamieszczona w sposób *dostatecznie widoczny*. Dodatkowo *informacja ta jest (i była) widoczna w środkowej części reklamy*. Ponadto Spółka wskazała, że jej zdaniem *brak jest obiektywnych kryteriów pozwalających na dobranie i przedstawienie takiej wielkości czcionki, koloru tła, barwy tekstu itp., które nie będą wzbudzały jakichkolwiek wątpliwości co do ich czytelności, dla każdego z osobna potencjalnego odbiorcy przedstawionych informacji*.

Ad II 1 - w odniesieniu do tego zarzutu przedsiębiorca stwierdził, że *duży widoczny napis reklama nie pozostawia żadnych złudzeń, co do charakteru zamieszczonych treści. Brak jest też stopek redakcyjnych, nazwisk redaktorów itp. pomimo, iż sama forma tych publikacji przypomina nieco materiały odredakcyjne*.

Ad II 2 - w zakresie tego zarzutu Spółka podniosła, że *nie podawanie nazwy przedsiębiorcy, z zasady, nie może być istotną informacją, a także, że powszechnie stosowaną na rynku praktyką jest eksponowanie marki produktu (logo, nazwa, typ, szata graficzna itp.), nie zaś nazwy (firmy) przedsiębiorcy, która z zasady odbiega od nazw flagowych produktów proponowanych przez konkretnego przedsiębiorcę np. Orange, Heya, T-Mobile, Żubrówka i wiele innych*.



Jednocześnie przedsiębiorca uznał, że *etap nabycia produktu rozpoczyna się dopiero z chwilą bezpośredniego kontaktu klienta z biurem przedsiębiorcy, nie zaś z chwilą zapoznania się z treścią reklamy zamieszczonej w prasie, która ze swej istoty skierowana jest do nieograniczonej liczby odbiorców, z których większość w ogóle nie jest zainteresowana nabyciem produktu (usługi) reklamodawcy. Chcielibyśmy zwrócić uwagę, że z chwilą rozpoczęcia przez klienta działań zmierzających do nabycia produktu tj. z chwilą rozpoczęcia wypełniania wniosku, Klient otrzymuje pełne dane identyfikujące przedsiębiorcę tj. nazwę, adres siedziby firmy, nr KRS.*

Ad III - przedsiębiorca w piśmie z dnia 29 stycznia 2013 r. oświadczył *nie uznajemy jakiegokolwiek zarzutu w tej kwestii. Wskazał również, że Spółka dwukrotnie dokonuje oceny ryzyka kredytowego konsumenta tj. po raz pierwszy przed zawarciem umowy przedwstępnej, zaś po raz drugi - przed zawarciem umowy przyrzeczonej. Podkreślił również, że dopiero po dokonaniu pozytywnej oceny ryzyka kredytowego (czynność wcześniejsza), następuje ustanowienie zabezpieczeń (czynność późniejsza).*

Ad IV - w odniesieniu do tego zarzutu przedsiębiorca stwierdził, że opłata ta mająca charakter wynagrodzenia za świadczone usługi *stanowi element całkowicie odrębnej umowy tj. odrębnej od umowy kredytu konsumenckiego (pożyczki) węzeł obligacyjny z konsumentem (umowa o świadczenie usług), pomimo umieszczenia postanowienia kontraktowego w umowie pożyczek.*

Zdaniem przedsiębiorcy brak jest także *podstaw do kwestionowania faktu, że opłata ta jest ustanawiana w sposób ryczałtowy, a nie kosztowy.*

Ad V - również ostatni z zarzutów Spółka uznała za *chybiony*. Jej zdaniem w umowie wskazano, że przedmiotowa opłata pobierana jest za wykonane usługi i nie powinna być zwracana, jeżeli przedsiębiorca te usługi wykonał. Zdaniem Pomocnej Pożyczki zarówno charakter zryczałtowanej opłaty, jak i zachowanie pobranej opłaty w całości nie jest działaniem naruszającym jakiegokolwiek przepis prawa.

[8] Pismem z dnia 20 marca 2013 r. przedsiębiorca dodatkowo wyjaśnił m.in., że: *kampaniami reklamowymi w naszej spółce zajmują się podmioty zewnętrzne. Ze swojej strony nie odnotowujemy dokładnych (dziennych) informacji na temat poszczególnych zdarzeń w prowadzonych kampaniach reklamowych.*

Tym niemniej przedsiębiorca wskazał, że:

- *reklamy i informacje dotyczące możliwości zawarcia umowy pożyczki na warunkach promocyjnych były zamieszczane na naszej stronie internetowej mniej więcej poczynając od przełomu I i II kwartału 2012 r.*
- *informacje objęte zarzutem z pkt II.1 postanowienia były zamieszczane na naszej stronie internetowej mniej więcej poczynając od przełomu I i II kwartału 2012 r.*
- *produkty Spółki w sposób objęty zarzutem z pkt II.2 postanowienia, były reklamowane w prasie mniej więcej od I kwartału 2012 r. Reklamy tego rodzaju są publikowane do dnia dzisiejszego, ale przykład reprezentatywny (co jest zgodne z przepisami), nie jest podawany wyłącznie w tych reklamach, w których nie mamy takiego obowiązku ustawowego.*



- [9] W dniu 19 kwietnia 2013 r. Prezes Urzędu otrzymał kolejne pismo Spółki w sprawie. Z treści tego pisma wynika, że akcja promocyjna była propagowana na stronie internetowej przedsiębiorcy *od przełomu I i II kwartału 2012 r. do 31 stycznia 2013 r.*
- [10] Pismem z dnia 6 czerwca 2013 r. przedsiębiorca przekazał nowe wzorce umowne, które stosuje od 21 maja 2013 r.
- [11] Postanowieniem nr 171 z dnia 19 czerwca 2013 r. Prezes Urzędu zmienił, z urzędu, postanowienie nr 342 z dnia 26 listopada 2012 r. i rozszerzył zakres prowadzonego postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o dodatkowe zarzuty związane ze stosowaniem:
- praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niepodawaniu w umowach kredytu konsumenckiego informacji o wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, co może stanowić naruszenie art. 30 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami),
 - praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na stosowaniu opłaty administracyjnej, której nie odpowiada osobne świadczenie ze strony pożyczkodawcy, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).
 - praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na stosowaniu opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, której wysokość nie odpowiada wartości świadczeń realizowanych w ramach tej opłaty, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).
- Rozszerzenie zakresu postępowania było skutkiem uwzględnienia wyników analizy wzorców umownych oraz formularzy informacyjnych dotyczących kredytu konsumenckiego, jak również weryfikacji treści umów zawartych przez przedsiębiorcę z konsumentami, dokonanych w ramach postępowania wyjaśniającego, przeprowadzonego pod sygn. DDK-405-67/12/BK.
- [12] Pismem z dnia 5 lipca 2013 r. Spółka przekazała swoje stanowisko odnośnie dodatkowych zarzutów uznając je za bezzasadne.
- [13] Przedsiębiorca wskazał, że w umowie informacja nt. odsetek maksymalnych jest podana, a ich wysokość jest zamieszczona w załączniku do umowy, który jest jej integralną częścią.
- [14] Zdaniem Spółki także i pobieranie opłaty administracyjnej jest uzasadnione. Kredytodawca zobowiązany jest do obsługi kredytu stąd też *musi na to zapewnić środki. Jednym beneficjentem jest tu klient. Może zostać on obciążony tymi kosztami w ten lub inny sposób. Prawo nie zabrania takiego sposobu obciążania tymi kosztami jakie stosujemy.*



- [15] Odnośnie ostatniego z zarzutów przedsiębiorca uznał m.in., że *jest to powszechna praktyka na rynku finansowym i nie tylko. Nasza firma się do niej dopasowała*. Spółka podniosła dodatkowo, że również ustawa o kredycie konsumenckim, obowiązująca poprzednio, także wiązała wysokość opłaty przygotowawczej, z wysokością kredytu. Ponadto, zdaniem przedsiębiorcy, *na rynku powszechnie występują opłaty zryczałtowane pobierane w ramach prowadzonych działalności gospodarczych: opłaty (taksy) notarialne; opłaty dla pełnomocników procesowych (radców prawnych i adwokatów), opłaty za czynności komornicze; opłaty za przydzielenie pożyczek i kredytów przez banki itp. instytucje, a także opłaty, które nie są związane z prowadzonymi działalnościami gospodarczymi w tym np. opłaty sądowe, czy opłaty w KRS*.
- [16] Postanowieniem nr 206 z dnia 19 lipca 2013 r. Prezes Urzędu włączył do akt sprawy dodatkowe dowody, tj.:
- 1 Zeznanie Gabrieli J,
 - 2 Zawiadomienie Jana P, z dnia 5 października 2012 r.,
 - 3 Protokół przesłuchania świadka Kazimierza Jana W, z dnia 27 listopada 2012 r.,
 - 4 Protokół przyjęcia ustnego zawiadomienia o przestępstwie złożonego przez Helenę C, z dnia 1 marca 2013 r.,
 - 5 Wystąpienie Mariusza O do Prokuratury Rejonowej Katowice-Południe, z dnia 8 stycznia 2013 r.,
 - 6 Kopie akt 7225 oraz 9484-9513 (zestawienia dot. zawartych umów przez przedsiębiorcę),
 - 7 Protokół przesłuchania świadka z dnia 18 kwietnia 2013 r., sporządzony z Komisariatu Policji I w Kielcach (dowód objęty postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r.),
 - 8 Protokół przesłuchania świadka z dnia 5 listopada 2012 r., sporządzony z Komendy Miejskiej Policji w Nowym Sączu (dowód objęty postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r.),
 - 9 Protokół przesłuchania świadka z dnia 9 kwietnia 2013 r., sporządzony z Komendy Powiatowej Policji w Kutnie (dowód objęty postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r.),
 - 10 Pismo przedsiębiorcy z dnia 30 kwietnia 2013 r., w sprawie o sygn. DDK-405-67/12/AS.
- [17] Natomiast postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r. Prezes Urzędu ograniczył przedsiębiorcy wgląd do części włączonego materiału dowodowego tj. do dowodów, o których mowa w pkt [16] od 7 do 9. Materiał ten stanowi akta sprawy prowadzonej przez Prokuraturę Okręgową w Gdańsku oraz Komendę Wojewódzką Policji w Gdańsku i, zdaniem Prezesa Urzędu, powinien zostać potraktowany, jak tajemnica służbowa, ujawnienie której mogło by odbyć się ze szkodą dla działań podjętych przez organy ścigania.
- [18] Przedsiębiorca pismem z dnia 19 lipca 2013 r. poinformował, że zaniechał pobierania opłaty administracyjnej z dniem 21 maja 2013 r. Natomiast *data wprowadzenia par. 7 w nowym brzmieniu - 07 stycznia 2013 r.*
- [19] Pismem z dnia 3 września 2013 r. przedsiębiorca dodatkowo wyjaśnił, że po opracowaniu nowych wzorców, w trakcie realizacji lub oczekiwania na wykonanie były umowy, w oparciu o które *pobierana jest opłata administracyjna. Poinformował również, iż od dłuższego czasu podejmujemy działania zmierzające do zaprzestania umieszczania w prasie reklam produktów Spółki*



bez danych dostatecznie identyfikujących przedsiębiorcę. W chwili obecnej eliminowane są tego rodzaju przypadki.

PREZES URZĘDU USTALIŁ STAN FAKTYCZNY, JAK NIŻEJ.

- [20] Spółka Pomocna Pożyczka, poprzednio PKF SKARBIEC, została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 23 lipca 2002 r. pod numerem 0000119317. Stosownie do dokonanego wpisu przedmiotem jej działalności jest udzielanie pożyczek gotówkowych przedsiębiorcom i klientom indywidualnym/konsumentom.

Spółka posiada na terenie kraju ponad 30 oddziałów, w których klienci mogą zawrzeć umowę pożyczki. Oddziały te zlokalizowane są na terenie następujących miast: Białystok, Bytom, Gliwice, Kielce, Lublin, Olsztyn, Słupsk, Warszawa, Rzeszów, Bielsko Biała, Częstochowa, Kalisz, Kraków, Łomża, Opole, Szczecin, Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Łódź, Poznań, Tarnów, Wrocław, Krosno, Nowy Sącz, Płock, Siedlce, Sieradz, Toruń i Zamość¹.

Przedsiębiorca oferuje możliwość uzyskania pożyczki gotówkowej, w wysokości standardowej 5.000 zł. Minimalna kwota kredytu wynosi 25.000 zł (5 - krotność kwoty 5.000 zł).

Dane dotyczące ilości umów przedwstępnych: zawartych, przyjętych do realizacji oraz od których klienci odstąpili, w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2012 r., zostały przedstawione w poniższych tabelach.

Tabela nr 1

	2012	WSKAŹNIK [%]*
1	2	3
IŁOŚĆ UMÓW PRZEDWSTĘPNYCH:		
zawartych		
przyjętych do realizacji		
od których konsumenci odstąpili		
zrealizowanych		
oczekujących na realizację		
WARTOŚĆ ŁĄCZNA UDZIELONYCH POŻYCZEK		

Źródło: informacje przekazane przez przedsiębiorcę, pismo z dnia 20 marca 2013 r.

Tabela nr 2

	2012	WSKAŹNIK [%]*
--	------	---------------

¹ Dane dostępne na stronie www.dobrapozyczka.com.pl.



1	2	3
IŁOŚĆ UMÓW:		
Zawartych, przedwstępnych*		
Klienci którzy podpisali umowę ostateczną, ale nie dostali pieniędzy		
Klienci którzy otrzymali chociaż jedną transzę pożyczki		
Klienci którzy podpisali umowy przedwstępne, wpłacili pieniądze, ale nie doszło do podpisania umowy ostatecznej		

Źródło: informacje uzyskane od Prokuratury Okręgowej w Gdańsku VI Wydział (kopie akt sprawy k. 9484-9513) [k. 354-411],

* Źródło: informacje przekazane przez przedsiębiorcę, pismo z dnia 20 marca 2013 r.

[21] Przegląd stron internetowych oraz materiałów reklamowych, a także wzorców umownych i umów zawieranych przez przedsiębiorcę z konsumentami wskazują na widoczne braki i zaniechania, polegające m.in. na tym, że przedsiębiorca:

- 1) W reklamie pożyczki gotówkowej, zamieszczonej na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, nie przekazał danych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, co jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 z późn. zm.),
- 2) zamieścił na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, w zakładce „PRESSROOM”, tekst o brzmieniu: „zachęcamy do zapoznania się z artykułami na temat Dobrej Pożyczki, publikowanymi na łamach mediów”, który sugeruje, że przedstawione materiały stanowią treść niezależnych publikacji dostępnych w prasie i na portalach internetowych, podczas, gdy w rzeczywistości są to przedruki reklam przedsiębiorcy, co może powodować zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, przed zawarciem umowy, w sposób istotny, i co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),
- 3) zataja w reklamach prasowych istotne informacje dotyczące proponowanych produktów poprzez nieprzekazanie nazwy i adresu siedziby przedsiębiorcy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 oraz art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),



- 4) nie dokonuje oceny ryzyka kredytowego konsumenta przed zawarciem Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami),
- 5) obciąża konsumentów nadmiernie wygórowanymi kosztami poprzez zatrzymywanie całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),
- 6) nie przekazuje w sposób jasny, jednoznaczny i we właściwym czasie istotnej informacji o zatrzymywaniu całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206),
- 7) nie podaje w umowach kredytu konsumenckiego informacji o wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, co może stanowić naruszenie art. 30 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami),
- 8) stosuje opłatę administracyjną, której nie odpowiada osobne świadczenie ze strony pożyczkodawcy, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 153, poz. 1503 ze zmianami),
- 9) stosuje opłatę, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, której wysokość nie odpowiada wartości świadczeń realizowanych w ramach tej opłaty, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).

MAJĄC NA UWADZE ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY, PREZES URZĘDU ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE.

- [22] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy zagrożony został w niej interes publicznoprawny. Prezes Urzędu jest bowiem uprawniony do realizacji zasadniczego celu powołanej ustawy, którym, zgodnie z art. 1 ust. 1, jest określanie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Istnienie interesu publicznego jest jednocześnie konieczną przesłanką zastosowania sankcji przewidzianych w przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Pojęcie interesu publicznego należy jednak interpretować przez pryzmat aksjologii ustawodawstwa antymonopolowego. Sformułowanie „w interesie publicznym” oznacza, że ochrona podejmowana jest w interesie państwa, niezależnie od działań jednostek i niezależnie od ich interesów.

Zgodnie z dotychczasową linią orzecznictwa naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z przepisami prawa



dotknięty został „szerszy krąg uczestników rynku”, a także, gdy działania te wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska. Istnienie interesu publiczno-prawnego należy oceniać przez pryzmat szerszego spojrzenia, uwzględniającego całość negatywnych skutków działań na określonym rynku. Użytego sformułowania: „dotknięcie skutkami działań”, nie można jednak rozumieć w sposób wąski, jako tylko bezpośredniego pokrzywdzenia uczestników rynku. Trzeba tu oceniać całość negatywnych skutków działań przedsiębiorcy, kierując się ogólnymi celami prawa ochrony konkurencji i konsumentów (por. wyrok Sądu Najwyższego, III SK 40/07, z dnia 5 czerwca 2008 r.).

Rozpatrywana sprawa ma, w ocenie Prezesa Urzędu, charakter publiczno-prawny, albowiem dotyczy ochrony interesu szerokiej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być klientami przedsiębiorcy. Jednocześnie działania przedsiębiorcy, kwalifikowane jako sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami wywołują negatywne skutki na rynku.

[23] W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, Spółce postawiono zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 2 oraz pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, z kolei ust. 2 tego artykułu stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone (pkt 1),
- 2) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2),
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3).

Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, niezbędne jest wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:

- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji przedsiębiorca-konsument,
- stanowią działanie bezprawne,
- naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

[24] Pomocna Pożyczka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym pod pojęciem tym rozumie się m.in. przedsiębiorcę w znaczeniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2013 r. poz. 672). Artykuł 4 tej ustawy stanowi, iż:

- 1) przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą,
- 2) za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Zgodnie z treścią art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopa-



lin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Zgodnie zaś z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

W przedmiotowej sprawie fakt zawierania przez Spółkę - będącym przedsiębiorcą - z konsumentami umów pożyczek gotówkowych nie budzi wątpliwości, co przesądza o tym, iż pierwszą z przesłanek art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy uznać za spełnioną.

[25] Zdaniem Prezesa Urzędu, za wypełnioną należy uznać także третią przesłankę, bowiem naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wtedy, gdy działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości, to jest w sytuacji, gdy skierowane jest nie tylko do indywidualnych konsumentów, lecz szerszego, nieograniczonego liczbowo kręgu osób, do których dotarła i dotrzeć może oferta przedsiębiorcy. W rozpatrywanej sprawie wymieniony warunek jest spełniony, bowiem oferta usług finansowych przedstawiona przez Spółkę adresowana była i jest nie do ściśle określonego, konkretnego konsumenta, lecz do z góry nieokreślonej, niemożliwej do zidentyfikowania liczby konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna.

[26] Za spełnioną należy także uznać drugą z przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy, które:

- 1) naruszają przepisy ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami),
- 2) stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206) oraz czyny nieuczciwej konkurencji, w rozumieniu przepisu art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).

Jako bezprawne należy kwalifikować takie zachowania danego przedsiębiorcy, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szewcika, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., s. 117-118).

W ramach niniejszego postępowania Prezes Urzędu postawił przedsiębiorcy zarzuty działań bezprawnych polegających na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych, czynów nieuczciwej konkurencji oraz zarzuty naruszenia przepisów ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim.

A. UZASADNIENIE PRAKTYK ZWIĄZANYCH Z NARUSZENIEM PRZEPISÓW USTAWY O KREDYCIE KONSUMENCKIM.

[27] Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami), weszła w życie z dniem 18 grudnia 2011 r.



Ustawa określa zasady i tryby zawierania umów o kredyt konsumencki, obowiązki kredytodawcy i pośrednika kredytowego, skutki uchybienia obowiązkom kredytodawcy oraz obowiązki konsumenta, w związku z zawartą umową o kredyt konsumencki.

Przedsiębiorcy postawiono trzy zarzuty związane z podejmowaniem działań bezprawnych, tj. niezgodnych z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim, naruszających przepis art. 7 ust. 1 i ust. 2 oraz art. 9 ust. 1 i art. 30 ust. 1 pkt 11 tej ustawy.

- 1) Zgodnie z treścią art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim kredytodawca w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających dane dotyczące kosztu kredytu podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny:
 - a) stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnionych w całkowitym koszcie kredytu,
 - b) całkowitą kwotę kredytu,
 - c) rzeczywistą roczną stopę oprocentowania,a dodatkowo, w stosownych przypadkach, czas obowiązywania umowy, całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat, cenę towaru lub usługi oraz kwotę wszystkich zaliczek w przypadku umowy o kredyt przewidującej odroczenie płatności.
- 2) W myśl przepisu art. 9 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim *Kredytodawca przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki zobowiązany jest do dokonania oceny ryzyka kredytowego konsumenta.*
- 3) W oparciu o przepis art. 5 pkt 16 tej ustawy ocena ryzyka kredytowego to ocena zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki, dokonywana przez kredytodawcę.
- 4) Zgodnie z treścią art. 30 ust. 1 pkt 11 umowa o kredyt konsumencki powinna określać roczną stopę oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, warunki jej zmiany oraz ewentualne inne opłaty z tytułu zaległości w spłacie kredytu.

[28] Pierwszy z postawionych przedsiębiorcy zarzutów dotyczy stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przejawiającej się w postaci naruszenia obowiązku udzielania konsumentom w reklamie pożyczki gotówkowej, zmieszczonej na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, danych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, co jest sprzeczne z art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami).

Jak to wynika z ustaleń stanu faktycznego, Spółka udziela pożyczek gotówkowych konsumentom. Umowy pożyczek zawierane są w miejscu działania przedsiębiorcy, jednak reklama produktów rozpowszechniana jest zarówno poprzez ogłoszenia w prasie, jak i np. na stronie internetowej Spółki www.dobrapozyczka.com.pl

Na ww. stronie internetowej przedsiębiorca prezentował ofertę pożyczki gotówkowej „Dobra pożyczka dla Ciebie i Twojej rodziny” na warunkach promocyjnych. Spółka informowała, że do końca miesiąca obniża o 40% odsetki do rewelacyjnego poziomu tylko 2,99% rocznie przez cały okres spłaty.



Jednocześnie, zapoznając się z warunkami oferty, pod ikoną SPRAWDŹ widniał trudny do odczytania, sporządzony małą czcionką napis *przykład reprezentatywny*. Po ustawieniu w tym miejscu kursora na ekranie pojawiała się informacja, o treści:

Koszty uwzględnione w całkowitej kwocie pożyczki: nominalna stopa procentowa 4,99%, do każdej raty doliczana jest opłata administracyjna w wysokości dziesięć złotych, przed wpłatą pobierana jest opłata w wysokości sześciu procent kwoty pożyczki. Ponadto klient będzie zobowiązany ponieść koszty ustanowionego zabezpieczenia.

Przykład reprezentatywny: 45 tys. na piętnaście lat: całkowita kwota pożyczki 45 000,00 zł, opłata 2 700,00 zł, RRSO 10,25%, rata 445,59 zł, całkowita kwota do zapłaty 82 985,42 zł. Przykłady pożyczek na trzydzieści lat (wpłata jednorazowa): całkowita kwota pożyczki 25 000,00 zł, opłata 1 500,00 zł, RRSO 9,11%, rata 184,05 zł, Całkowita kwota do zapłaty 67 738,10 zł. Całkowita kwota pożyczki 150 000,00 zł, opłata 9 000,00 zł, RRSO 9,11%, rata 1 104,30 zł całkowita kwota do zapłaty 406 428,60 zł. Całkowita kwota pożyczki 300 000,00 zł, opłata 18 000,00 zł, RRSO 9,11%, rata 2 208,60 zł, całkowita kwota do zapłaty 812 857,20zł.

Dla prezentacji tej informacji użyto czcionki bardzo małego rozmiaru, w kolorze jasnoszarym, wykorzystując jasnoszare, prawie białe tło. Taka forma edytowania informacji powodowała, że reklama była prawie niewidoczna, trudna do odczytania. Dodatkowo informacja pojawiała się jedynie, gdy kursor ustawiony był na jej polu i znikła po zjechaniu kursorem z obszaru zapisu.

Niewątpliwie w tym konkretnym przypadku uznać należy, że reklama produktu nie spełniała przesłanek ww. art. 7 ustawy o kredycie konsumenckim. Sposób prezentacji reklamowanego kredytu, zarówno z uwagi na szatę graficzną (kolor czcionki i tła, zawartość informacyjną przekazu), jak i nietrwałość obrazu wskazuje, że reklama ta nie była dostatecznie czytelna, widoczna i zrozumiała. Każdy, potencjalny klient przedsiębiorcy, mógł mieć problemy z odczytaniem tekstu a co za tym idzie z jego percepcją, skoro zapis był prawie niewidoczny, co uniemożliwiało również dokonanie oceny prezentowanego przekazu informacyjnego.

Trudno w tej sytuacji uznać za zasadną argumentację przedsiębiorcy, iż *brak jest obiektywnych kryteriów pozwalających na dobranie i przedstawienie takiej wielkości czcionki, koloru tła, barwy tekstu itp., które nie będą wzbudzały jakichkolwiek wątpliwości co do ich czytelności, dla każdego z osobna potencjalnego odbiorcy przedstawionych informacji.*

Spółka Pomocna Pożyczka prezentując siebie oraz swoją ofertę na www.dobrapozyczka.com.pl odpowiednio zadbała aby strona opracowana została w sposób wizualnie atrakcyjny i dostępny. Przedsiębiorca posłużył się nie tylko różnokolorowym drukiem, ale także i wielokolorowymi obrazami, miał więc świadomość, że niewidoczny, nieczytelny, nieprzejrzysty materiał reklamowy zmniejsza zainteresowanie odbiorców reklamy. Spółka zadbała więc o zachowanie własnego, atrakcyjnego wizerunku, co nakierowane było na pozyskanie klientów, pomijając, albo marginalizując swoje powinności informacyjne względem konsumentów. Prawidłowe wypełnienie tych obowiązków stanowi nie tylko o poszanowaniu ich prawa, ale i zgodności działań z przepisami.



Co więcej tylko te informacje, które, z punktu widzenia interesów konsumentów są najważniejsze tj. określające warunki przyszłej umowy były niewidoczne. Pozostałe zapisy typu *Promocja* lub *Teraz tylko 2,99%*, które miały na celu wzbudzenie zainteresowania i chęć skorzystania z oferty były jednoznaczne, zrozumiałe i widoczne w sposób nie budzący żadnych wątpliwości, w tym zakresie.

Taka forma prezentacji oferty poprzez umieszczenie istotnych, z punktu widzenia interesu konsumenta, informacji bardzo drobnymi literami i na tle niewiele odbiegającym od koloru liter jest szczególnie naganna. Postępowanie takie stwarza bowiem sytuację, w której konsument, odbierając jedynie część zamieszczonych w reklamie informacji, dokonuje zakupu lub korzysta z usługi, mylnie przypuszczając, że „uwypuklona” część reklamy stanowi wypełnienie jej istotnych postanowień.²

Spółka ustosunkowując się do postawionego zarzutu wskazała ponadto, iż *informacja ta jest (i była) widoczna w środkowej części reklamy*.

Prawdą jest, że w środkowej części strony internetowej była również zamieszczona dodatkowa informacja nt. przykładu reprezentatywnego jednak tylko w pewnej części oba zapisy były identyczne i zgodne. Informacja odnosząca się do promocji była znacznie szersza/bardziej wyczerpująca/kompletna.

Ponadto, zamieszczenie w dwóch miejscach informacji dotyczących przykładu reprezentatywnego mogło sugerować, że przykład dotyczący promocji jest oparty na innych założeniach. Umieszczenie dwóch informacji nawet zgodnych w pewnym zakresie mogło powodować, że reklama miała charakter niejednoznaczny.

Przykład reprezentatywny przedstawiony w środkowej części strony dotyczył kredytu oprocentowanego w wysokości 4,99%. Tymczasem, reklam produktu promocyjnego sugerował, że jednym z jego założeń będzie oprocentowanie w wysokości 2,99%.

Reasumując, przedsiębiorca na stronie przedstawił w dwóch różnych miejscach informację nt. przykładu reprezentatywnego, opartego na tych samych założeniach.

Należy podnieść, że art. 8 ustawy o kredycie konsumenckim, wyraźnie precyzuje, że informacje wskazane w art. 7 ust. 1-3 ustawy kredytodawca podaje na podstawie przykładu reprezentatywnego. Jednocześnie przy określaniu takiego przykładu należy uwzględnić warunki umowy, na których kredytodawca spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju, przy uwzględnieniu średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju.

Zdaniem Prezesa Urzędu pożyczka na warunkach promocyjnych była zupełnie innym produktem. Umowa o taki kredyt miała odmienne parametry, niż pozostałe pożyczki oferowane przez Spółkę. Z tych też przyczyn przykład reprezentatywny dla tej oferty powinien uwzględniać te odmienności. Co prawda, z uwagi na różną kwotę indywidualnej pożyczki, jak i okres spłaty, informacja o promocji mogła być poparta przykładem reprezentatywnym. Nie ulega jednak wątpliwości, że założeniem które powinno zostać uwzględ-

² P. Białecki, H. Tuchołka Nieuczciwa lub zakazana reklama. Wydawnictwo C.H. Beck 2002. s. 45.



nione to kwota oprocentowania w wysokości 2,99%. Kwota oprocentowania była bowiem, zgodnie z ofertą Spółki, identyczna dla wszystkich umów, zawartych na warunkach tej promocji, niezależnie od tego jak bardzo różniły się pozostałe warunki umowy (np. kwota kredytu, czas trwania umowy). Tymczasem, przykład reprezentatywny przedstawiony dla promocji uwzględniał oprocentowanie w wysokości 4,99%. Z tych też przyczyn uznać należy, że informacja/reklama była niejednoznaczna. Konsument, jeżeli udało mu się zapoznać z treścią informacji nt. przykładu reprezentatywnego dla kredytu oferowanego na warunkach promocji, otrzymywał dwie różne informacje nie miał więc pewności jaka będzie faktyczna stopa oprocentowania pożyczki, skoro przedsiębiorca informował, że oprocentowanie pożyczki promocyjnej wynosi 2,99% a następnie przedstawił przykład reprezentatywny dot. pożyczki oprocentowanej 4,99%.

W ocenie Prezesa Urzędu działania przedsiębiorcy naruszyły obowiązek udzielania konsumentom w reklamie kredytu danych dotyczących kosztu kredytu w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Działanie to, jako sprzeczne z art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim wypełniało jednocześnie przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Dodatkowo, Prezes Urzędu wskazuje, że zgodnie z art. 14 i art. 15 kodeksu etyki reklamy³, obowiązującym od 16 maja 2012 r. i wprowadzonym przez Radę Reklamy, przedstawienie w reklamie warunków sprzedaży ratalnej lub innych form kredytu konsumenckiego musi być dokonane w taki sposób by *nie rodziła wątpliwości rzeczywista końcowa cena reklamowanego produktu, a także kwota płacona gotówką, wysokość zaliczki, wysokość oprocentowania, terminy spłat rat kredytu oraz inne warunki związane z tą formą sprzedaży*. Jednocześnie, *reklamy informujące o ofertach pożyczki nie mogą zawierać stwierdzeń mogących wprowadzać odbiorców w błąd w szczególności co do ich rodzaju, niezbędnych zabezpieczeń, terminów spłat, rzeczywistych kosztów odsetek oraz możliwych innych opłat*.

Opisane wyżej działania przedsiębiorcy, w zakresie rozpatrywanego zarzutu, w ocenie Prezesa Urzędu wskazują jednoznacznie, że reklama przedsiębiorcy narusza zasady etyki reklamy uczciwej.

Wprawdzie Spółka Pomocna Pożyczka nie jest ani członkiem, ani partnerem Rady Reklamy, nie oznacza to jednak, że zachowania tego przedsiębiorcy nie mogą być odnoszone i porównywane lub oceniane w kontekście naruszenia określonych standardów funkcjonujących na rynku.

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

³ Kodeks etyki reklamy dostępny jest na stronie www.radareklamy.org.



W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca wyjaśnił, że *kampaniami reklamowymi w naszej spółce zajmują się podmioty zewnętrzne. Ze swojej strony nie odnotowujemy dokładnych (dziennych) informacji na temat poszczególnych zdarzeń w prowadzonych kampaniach reklamowych.* Dodatkowo poinformował, że *reklamy i informacje dotyczące możliwości zawarcia umowy pożyczki na warunkach promocyjnych były zamieszczane na naszej stronie internetowej mniej więcej poczynając od przełomu I i II kwartału 2012 r. do 31 stycznia 2013 r.*

Prezes Urzędu ustalił również, że w dacie wszczęcia postępowania praktyka ta była stosowana przez Spółkę natomiast wykonane w dniach 22 lutego 2013 r. oraz 26 marca 2013 r. wydruki ze strony internetowej www.dobrapozyczka.com.pl potwierdzają, że przedsiębiorca zaniechał jej stosowania.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu uznał, że przedmiotowa praktyka była stosowana przez Spółkę co najmniej od kwietnia 2012 r. i została zaniechana z dniem 1 lutego 2013 r.

Stąd orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

- [29] Drugi z zarzutów, związanych z naruszeniem przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, dotyczy stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niedokonywaniu przez przedsiębiorcę Pomocna Pożyczka oceny ryzyka kredytowego konsumenta przed zawarciem Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami).

Z treści przywołanego wcześniej art. 9 ust. 1 i art. 5 pkt 16 ustawy o kredycie konsumenckim wynika jednoznacznie, że kredytodawca nie tylko zobowiązany jest do dokonania oceny ryzyka kredytowego konsumenta, ale także, że ocena ta powinna zostać wykonana przed, a nie po zawarciu umowy.

Pomocna Pożyczka zawiera z konsumentami dwie umowy. Pierwsza to Przedwstępna Umowa Pożyczek Gotówkowych a kolejna to Umowa Pożyczek Gotówkowych. Umowa przedwstępna ma charakter przyrzeczenia zawarcia z konsumentem umowy właściwej, ostatecznej (przyrzeczonej) tj. Umowy Pożyczek Gotówkowych, umowa ta zawierana jest z konsumentem, który spełnił wszystkie warunki konieczne do udzielenia kredytu i nie odstąpił lub nie zrezygnował z realizacji umowy przedwstępnej.

Wprawdzie udzielenie pożyczki następuje po zawarciu umowy przyrzeczonej, jednak stosunek umowny pomiędzy kredytodawcą a kredytobiorcą/Konsumentem zostaje nawiązany już na etapie zawarcia umowy przedwstępnej. W tym kontekście nie ulega wątpliwości, że ocena ryzyka kredytowego konsumenta powinna zostać dokonana przed zawarciem umowy przedwstępnej, a nie dopiero w trakcie przystąpienia do jej realizacji.

Tymczasem, zgodnie z treścią § 4 pkt 14 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych *Niezwłocznie po przedstawieniu wszystkich prawomocnych zabezpieczeń oraz dokumentów z nimi związanych a także po dokonaniu pozytywnej oceny ryzyka kredytowego Klienta, Klientowi zostanie przesłana do podpisania umowa ostateczna* tj. Umowa Pożyczek Gotówkowych.

W ocenie Prezesa Urzędu wykładnia językowa tego postanowienia wskazuje wprost, że ocena ryzyka kredytowego dokonywana jest przez Spółkę dopiero po podpisaniu umowy przedwstępnej, a nie przed jej zawarciem.



Wprawdzie Pomocna Pożyczka ustosunkowując się do postawionej zarzuty oświadczyła, że *dwukrotnie dokonuje oceny ryzyka kredytowego konsumenta tj. po raz pierwszy przed zawarciem umowy przedwstępnej, zaś po raz drugi - przed zawarciem umowy przyrzeczonej*, przeczą jednak temu zarówno postanowienia umowy przedwstępnej, jak i praktyka przedsiębiorcy.

Zgodnie z § 3 ust. 1 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych umowa staje się zobowiązująca dla przedsiębiorcy z chwilą wniesienia przez klienta opłaty, stanowiącej procent kwoty wnioskowanej pożyczki.

Warunkiem koniecznym dla uznania, że do zawarcia umowy doszło jest więc wniesienie opłaty, która często nie podlega zwrotowi. Jak wynika z wyjaśnień przedsiębiorcy (pismo z dnia 21 sierpnia 2012 r.) niewniesienie opłaty skutkuje uznaniem umowy za „niebyłą” (wygaszoną). Poza tym postanowieniem oraz cytowanym wyżej § 4 pkt 14 brak jest w umowie jakichkolwiek innych uregulowań, które wskazują, że warunkiem podpisania umowy jest pozytywna ocena zdolności kredytowej konsumenta, a tym samym, że taka ocena dokonywana jest przez kredytodawcę przed zawarciem umowy przedwstępnej.

Również z treści skarg, jakie wpłynęły do Prezesa Urzędu nie wynika aby ocena ryzyka kredytowego konsumentów została dokonana przed zawarciem umowy przedwstępnej.

Dla przykładu Pan Jerzy K [k. 159] wskazał, że zawierając umowę przedwstępną został poinformowany przez przedstawiciela Spółki, że cała procedura przyznania i otrzymania pożyczki zajmie do 14 dni. Pobrano od konsumenta opłatę w wysokości 6% wnioskowanej kwoty pożyczki i powiadomiono, aby oczekiwał na *dokumenty dotyczące dalszego załatwienia pożyczki*.

Podobnie Pani Magdalena L [k. 160-161]. Jak wynika to z treści jej pisma do Spółki z dnia 6 grudnia 2012 r., w dniu zawarcia umowy została poinformowana o konieczności wpłaty opłaty *oraz zmuszono mnie wręcz do pilnego podpisania umowy*.

Również w przypadku Pani Aliny S [k. 162-163] od konsumentki pobrano opłatę i poinformowano o konieczności oczekiwania na umowę właściwą.

Także w przypadku klientki, która zawarła umowę w dniu 15 maja 2012 r. [k. 353] - klienta rozmawiając o pożyczce informowała pracownicę przedsiębiorcy o trudnej sytuacji finansowej oraz toczącym się postępowaniu egzekucyjnym, *ona mówiła, że to nie jest żadna przeszkoda, że to nie jest brane pod uwagę*.

Opisane wypadki wskazują, że przedsiębiorca najpierw zawiera umowę przedwstępną i pobiera opłatę, a dopiero później rozpoczyna całą procedurę dotyczącą realizacji umowy i na tym drugim właśnie etapie dokonuje oceny ryzyka kredytowego oraz ustalenia środków stanowiących zabezpieczenie pożyczki.

Potwierdzają ... (dowód objęty postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r.) [k. 423-427].

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu uznał, że działania przedsiębiorcy naruszają dyspozycję art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim.

Z tych też powodów orzeczono, jak w punkcie IV sentencji decyzji.

[30] Ostatni z zarzutów związanych z naruszeniem przepisów ustawy o kredycie konsumenckim dotyczy stosowania praktyki, określonej w art. 24 ust. 1 i 2



ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na niepodawaniu w umowach kredytu konsumenckiego informacji o wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, co może stanowić naruszenie art. 30 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami).

Ustawa o kredycie konsumenckim nakłada na kredytodawcę obowiązek określenia w umowie kredytu rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego oraz warunki jej zmiany, tymczasem przedsiębiorca w § 6 pkt 2 a przedwstępnej umowy pożyczki przewidział, że w stosunku do klienta, który otrzymał pożyczkę, a który *nie dokonał w terminie spłaty jednej raty miesięcznej, zostaną doliczone odsetki w wysokości maksymalnej dopuszczalnej przepisami ustawy kodeks cywilny art. 359 § 2(1). Odsetki liczone będą od zaległych rat kompletnych...* Zdaniem Prezesa Urzędu zapis stosowany przez Spółkę jest zbyt ogólny, by prawidłowo określić stopę oprocentowania. W ocenie Prezesa Urzędu w umowie należy wskazać, oprócz metody obliczania stopy, także konkretną liczbę wyrażoną w procentach na dzień zawarcia umowy, tak aby konsument zawierając umowę był właściwie poinformowany oraz miał świadomość jakie obciążenie wiąże się z powstaniem zadłużenia przeterminowanego.

Wprawdzie, zgodnie z § 10 pkt 6 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych : *Do niniejszej umowy zostają dołączone, stanowiące integralną część umowy, załączniki a) załącznik 1 (dotyczący pożyczek zabezpieczonych w inny sposób niż hipoteka), natomiast w pkt 3 tego załącznika jest informacja m.in. o treści: w/w odsetki maksymalne to maksymalne odsetki dopuszczone ustawą kodeks cywilny czyli czterokrotność wysokości stopy kredytu lombardowego...w momencie podpisywania niniejszych dokumentów odsetki maksymalne wynoszą 24%,* tym niemniej – zdaniem Prezesa Urzędu – podanie informacji nt. wysokości stopy oprocentowania przeterminowanego, nie w samej umowie, ale w jednym z jej załączników nie czyni zadość wymogom ustawowym i dowodzi, że przedsiębiorca nie wypełniał należycie określonych prawem obowiązków w tym zakresie.

Wskazać również należy na stanowisko Sądu Najwyższego, wyrażone w wyroku z dnia 20 czerwca 2006r., sygn. III SK 7/06. W orzeczeniu tym Sąd uzasadniał, że umowa o kredycie konsumenckim, która nie zawiera wszystkich wymaganych prawem uregulowań, ale odsyła do postanowień zawartych w innych wzorcach, traktując je nawet jako „integralną” część umowy, nie spełnia wszystkich wymagań określonych w ustawie. Sąd wskazał również, że wprawdzie nie ma przeszkód prawnych, aby umowa o kredyt konsumencki zawierała także załączniki lecz nie mogą one zastępować istotnych postanowień umownych. Zdaniem Sądu obligatoryjne postanowienia umowy, wskazane w konkretnym przepisie ustawy, *powinny być w umowie uzgodnione literalnie, wyrażnie, bezpośrednio i wyczerpująco.* Konsument ma bowiem prawo do *kompletnej i jednoznacznej informacji w sprawach mających istotne znaczenie dla zabezpieczenia jego interesu prawnego w warunkach globalizacji (masowości) obrotu prawnego i wielości ofert na rynku, które nie zawsze posługują się prawdziwymi i pełnymi informacjami, a niekiedy wprowadzają w błąd lub w sposób ukryty godzą w indywidualny i zbiorowy interes konsumentów.* Wprawdzie wyrok Sądu Najwyższego odnosi się do przepisów ustawy o kredycie konsumenckim obowiązującej poprzednio, jed-



nak fakt ten pozostaje bez wpływu na możliwość jego uwzględniania przy ocenie działania przedsiębiorcy, w zakresie rozpatrywanego zarzutu.

Uwzględniając okoliczności sprawy Prezes Urzędu uznaje, że działania przedsiębiorcy naruszają dyspozycję 30 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim i orzeka, jak w punkcie VII sentencji decyzji.

B. UZASADNIENIE PRAKTYK ZWIĄZANYCH ZE STOSOWANIEM NIEUCZCIWYCH PRAKTYK RYNKOWYCH.

[31] Zgodnie z treścią art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

[32] Pojęcie dobrych obyczajów nie zostało w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny.⁴ Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etycznym-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

W wyroku z dnia 16 stycznia 2013 r., w sprawie o sygn. akt XVII AmC 5406/11, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, definiując pojęcie dobrych obyczajów wskazał, że *poprzez dobre obyczaje rozumiemy pewien powtarzalny wzorzec zachowań, który jest aprobowany przez daną społeczność lub grupę. Są to pozaprawne normy postępowania, którymi przedsiębiorcy winni się kierować. Ich treści nie da się określić w sposób wyczerpujący, ponieważ kształtowane są przez ludzkie postawy uwarunkowane zarówno przyjmowanymi wartościami moralnymi, jak i celami ekonomicznymi i związanymi z tymi praktykami życia gospodarczego. Wszystkie one podlegają zmianom w ślad za zmieniającymi się ideologiami politycznymi i społeczno-gospodarczymi oraz przewartościowaniami moralnymi. W szczególności zaś, dobre obyczaje to normy postępowania polecające nienadużywania w stosunku do słabszego uczestnika obrotu posiadanej przewagi ekonomicznej.*

Natomiast w wyroku z dnia 23 lutego 2006 r. sygn. akt XVII Ama 118/04 Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, że *Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dez-*

⁴ Np. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z 13 listopada 1991 r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4, J. Szwaja w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz, Warszawa 2000, str. 122-133, R. Stefanicki, Dobre obyczaje w prawie polskim, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5.



orientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności¹.

- [33] Jednocześnie w myśl art. 2 ust. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu lub zapłaci za produkt, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania, czyli nieuczciwa praktyka rynkowa może dotyczyć decyzji zarówno, co do potencjalnej możliwości zawarcia umowy, jak i umowy rzeczywiście zawieranej.

Należy jednak podkreślić, że praktyka określona w art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odnosi się do decyzji podejmowanych przez przeciętnego konsumenta, za którego uznaje się konsumenta dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego. Oceny tej należy dokonać 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 produktu, którego praktyka rynkowa dotyczy ze względu na szczególne cechy, takie jak: wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 ust. 2 tej ustawy). Definicja przeciętnego konsumenta precyzuje więc pewien zespół cech mentalnych konsumenta, jego przeciętność, polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od takiego konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jest to wiedza kompletna i profesjonalna i że konsument - mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości - ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Dlatego też to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek rzetelnego poinformowania swoich klientów/konsumentów o ich prawach i obowiązkach wynikających i dotyczących nawiązanego stosunku prawnego.

W przedmiotowej sprawie przyjąć należy, że oferta handlowa przedsiębiorcy, kierowana jest do niedookreślonej grupy osób fizycznych, konsumentów, którzy zawierają umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą.

Klientami Spółki są konsumenci, którzy posiadają określone cechy wspólne, zwykle są to osoby pozbawione zdolności kredytowej, często ubogie, które nie mając możliwości uzyskania kredytów w instytucjach bankowych poszukują środków sfinansowania swoich wydatków lub zadłużeń z innych źródeł. Są to również osoby, które z uwagi na wiek lub poziom wykształcenia słabo poruszają się w meandrach prawa finansowego i słabo rozróżniają i rozumieją różnice w rodzajach produktów finansowych. Są to więc konsumenci przeciętni, którzy jednak potrafią zrozumieć kierowane do nich informacje oraz umieją podjąć - w oparciu o ten przekaz - świadomą decyzję co do oferty i produktów Spółki, jeżeli tylko wiedza ta przekazana jest im w sposób zrozumiały i jednoznaczny.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument spotykając się z ofertą Spółki mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął, a więc powziąć zamiar skorzystania z oferty przedsiębiorcy, lub nawet zawrzeć z nim umowę.



[34] Zgodnie z art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, za praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacji potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji i powoduje lub może powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji, w szczególności w przypadku propozycji nabycia produktu danych dotyczących nazwy i adresu siedziby przedsiębiorcy.

[35] Praktyka, o której mowa w **punkcie II** sentencji niniejszej decyzji, polega na zamieszczeniu na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, w zakładce „PRESSROOM”, tekstu o brzmieniu: „zachęcamy do zapoznania się z artykułami na temat Dobrej Pożyczki, publikowanymi na łamach mediów”, który sugeruje, że przedstawione materiały stanowią treść niezależnych publikacji dostępnych w prasie i na portalach internetowych, podczas, gdy w rzeczywistości są to przedruki reklam przedsiębiorcy, co może powodować zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, przed zawarciem umowy, w sposób istotny, i co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206) oraz wypełnia przesłanki praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na stronie internetowej www.dobrapozyczka.com.pl, w zakładce „PRESSROOM”, przedsiębiorca zachęca do *zapoznania się z artykułami na temat Dobrej pożyczki, publikowanymi na łamach mediów*. Na kolejnych 15 stronach przedsiębiorca przywołuje tytuły artykułów, które ukazały się w mediach prasowych i internetowych, z podaniem miejsca i daty publikacji. Każda z informacji dotycząca konkretnego artykułu zaopatrzona jest dodatkowo w odsyłacz ZOBACZ, po uruchomieniu którego wyświetlana jest bądź kopia artykułu prasowego, bądź następuje przekierowanie na stronę wskazanego portalu internetowego (np. Polskapresse). Wprawdzie, po ich otwarciu, widoczne jest, że publikacje są oznaczone informacją „reklama” lub „tekst sponsorowany”, tym niemniej m.in. ze względu na graficzny sposób prezentacji mogą u przeciętnego ich adresata wywoływać wrażenie, że nie są one reklamą przedsiębiorcy, ale autorską opinią poszczególnych redakcji, podejmujących temat kredytów i pożyczek, a przez to sprawiać wrażenie informacji neutralnych.

Zdaniem przedsiębiorcy, *duży widoczny napis reklama nie pozostawia żadnych złudzeń, co do charakteru zamieszczonych treści. Brak jest też stopek redakcyjnych, nazwisk redaktorów itp. pomimo, iż sama forma tych publikacji przypomina nieco materiały odredakcyjne.*

Należy jednak wziąć pod uwagę, że słowo *reklama* było oddzielone od pozostałych treści na stronie grubą kreską, co mogło wywołać wrażenie, że dotyczy ono innego tekstu, który nie mieści się w kadrze lub został usunięty albo przypadkowo się tam znalazło.

Ponadto, reklama ta skierowana była i jest do konsumenta przeciętnego, czyli osoby która w pełni rozumie przekazywane jej treści ale niekoniecznie, nie będąc specjalistą w danej dziedzinie, musi rozróżniać co jest publikacją



redakcyjną a co materiałem, który naśladuje, udaje, *przypomina nieco materiały odredakcyjne*.

Taką reklamę uznać należy za „oszukańczą”, gdyż wywołuje ona mylne wyobrażenie poprzez stworzenie odpowiedniego „klimatu”, „otoczki wrażeniowej”, nawet bez rzeczywistego posługiwania się informacją nieprawdziwą, co jest charakterystyczne dla reklamy „kłamliwej”.⁵

Samo posłużenie się przez przedsiębiorcę sformułowaniem *zachęcamy do zapoznania się z artykułami na temat Dobrej pożyczki, publikowanymi na łamach mediów*, mogło, już na tym wstępnym etapie, wprowadzić konsumentów w błąd, sugerować i wywołać mylne przeświadczenie co do charakteru zamieszczonych tam tekstów.

Niewątpliwie analizowane działania przedsiębiorcy należy uznać za sprzeczne z dobrymi obyczajami bowiem wywoływały u konsumentów, adresatów reklamy, błędne przekonanie, że na stronie www.dobrapozyczka.com.pl Spółka zamieściła nie reklamy ale artykuły prasowe nt. swoich produktów.

Oznaczenie, na dalszych stronach, treści tam zawartych napisem „reklama” mogło wywołać u przeciętnego konsumenta dezorientację i niepewność, co do charakteru materiału.

W tym miejscu zwrócić należy uwagę na problem tzw. artykułu sponsorowanego, stanowiącego formę prezentacji danego produktu lub firmy w postaci artykułu prasowego. Z uwagi na fakt, że postać graficzna takiej reklamy nie różni się od treści o charakterze publicystycznym istnieje duże prawdopodobieństwo mylnego odbioru takiego przekazu. Tymczasem artykuł sponsorowany nie jest jednak niczym innym jak rozbudowaną formą reklamy i podlegać powinien przepisom ostrzejszym, zapobiegającym wprowadzaniu konsumentów w błąd⁶.

Forma przekazu materiału reklamowego przez Spółkę, jak np. w odniesieniu do treści pod tytułem „Pożyczki...jeśli nie z Banku to skąd? lub „Interesuje mnie dobra pożyczka gotówkowa”, które sprawiały wrażenie, czy to wywiadu redakcji z przedstawicielem Spółki, czy też listów konsumentów mogła błędnie zasugerować, że faktycznie zamieszczone teksty są niezależnymi publikacjami, a nie wyłącznie materiałem reklamowym, mającym na celu zachęcić do skorzystania z oferty i zawarcia umowy kredytowej.

Prezes Urzędu nie kwestionuje prawa przedsiębiorców do reklamowania swoich produktów, jednak stoi na stanowisku, że forma tej reklamy, nie może być sprzeczna z dobrymi obyczajami i wprowadzać konsumentów w błąd co do charakteru wypowiedzi.

Pod wpływem uzyskanych informacji, których charakter był niejednoznaczny, przeciętny konsument mógł podjąć błędną decyzję, w ważnej życiowo sprawie tj. zdecydować o zawarciu umowy pożyczki gotówkowej z przedsiębiorcą. Należy podkreślić, że umowy kredytowe nie mają zazwyczaj charakteru bagatelnego, tak dla sytuacji materialnej konsumenta, jak i jego bliskich. Zaciągnięcie kredytu wiąże się z powstaniem dodatkowego obciążenia,

⁵ P. Białecki, H. Tuchołka Nieuczciwa lub zakazana reklama. Wydawnictwo C.H. Beck 2002, s. 46.

⁶ P. Białecki, H. Tuchołka Nieuczciwa lub zakazana reklama. Wydawnictwo H. Beck 2002, s. 125.



często na dłuższy czas i nie jest obojętne, niezależnie od rozmiaru tego obciążenia, dla budżetu konsumenta.

Reasumując, Prezes Urzędu uznał iż analizowane działania Spółki wypełniają przesłanki praktyki, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Działania te są sprzeczne z dobrymi obyczajami bowiem wywołują dezorientację oraz błędne przekonanie co do charakteru przedstawionych informacji. Wprowadzając konsumentów w błąd działania przedsiębiorcy mogły zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, w sposób istotny.

Zgodnie z art. 26 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu, jeżeli stwierdzi naruszenia zakazu określonego w art. 24 tej ustawy, wydaje decyzję o uznaniu praktyk za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

W toku niniejszego postępowania ustalono, że przedsiębiorca stosuje przedmiotową praktykę *począwszy od przelomu I i II kwartału 2012r.* Natomiast wykonany w dniu 26 marca 2013 r. wydruk ze strony internetowej www.dobrapozyczka.com.pl wskazuje, że praktyka ta nie została zaniechana i stosowana jest nadal.

Z tych też powodów Prezes Urzędu postanowił, jak w punkcie II sentencji decyzji.

- [36] Kolejny z zarzutów postawionych przedsiębiorcy związany jest ze stosowaniem przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zatajeniu w reklamach prasowych istotnych informacji dotyczących proponowanych produktów poprzez nieprzekazanie nazwy i adresu siedziby przedsiębiorcy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 oraz art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206).

W reklamach prasowych np. w gazecie FAKT lub Polska Dziennik Bałtycki (z dnia 13 listopada 2012r.) Spółka przedstawia konsumentom propozycję nabywania promocyjnych produktów. Jednocześnie w reklamach tych brak jest jakichkolwiek informacji oznaczających, czy identyfikujących przedsiębiorcę. Podane zostały natomiast miasta oraz numery telefoniczne oraz adres strony internetowej www.jedynatakapozyczka.pl Na stronie przedsiębiorca zamieścił m.in. informacje o treści:

Jedyna taka pożyczka to specjalna oferta pożyczki, którą możesz przeznaczyć na dowolny cel. Jest to szybka pożyczka bez zaświadczeń o dochodach, bez bik przeznaczona zarówno dla osób indywidualnych jak i firm. Jedyna taka pożyczka to pożyczka bez bik i bez zaświadczeń, którą możesz wziąć nawet na 30 lat! Niskie oprocentowanie, nawet pół miliona złotych! Wystarczy, że wypełnisz powyższy formularz, a nasz specjalista przedstawi Ci ofertę pożyczki idealnej dla Twoich potrzeb.

Ponadto konsument może zdecydować, czy wyraża zgodę na przetwarzanie i wykorzystanie przez PKF „Skarbiec” Sp. z o.o jego danych osobowych dla celów związanych z działalnością PKF „Skarbiec” Sp. z o.o, w tym również dla celów promocyjnych i marketingowych zgodnie z Ustawą o ochronie danych



osobowych (Dz.U.1997r.Nr133poz.883 z późniejszymi zmianami). Klientowi przysługuje prawo wglądu do swoich danych osobowych oraz ich poprawiania. Klient wyraża zgodę na przetwarzanie i przekazywanie swoich danych osobowych innym instytucjom, zgodnie z Ustawą o ochronie danych osobowych. Dane osobowe podawane są dobrowolnie. (Dopiero ta informacja określa/identyfikuje przedsiębiorcę).

Niewątpliwie, zdaniem Prezesa Urzędu, opisane działania przedsiębiorcy uznać należy, za wypełniające przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w przywołanym wyżej art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zaniechanie w reklamie, czyli na etapie propozycji nabycia produktu Spółki podania danych dotyczących nazwy i adresu siedziby przedsiębiorcy mogło spowodować, że przeciętny konsument, do którego kierowana była reklama, mógł pod jej wpływem podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął gdyby miał rzetelną i prawdziwą informację w tym przedmiocie.

Stanowisko przedsiębiorcy, że *nie podawanie nazwy przedsiębiorcy, z zasady, nie może być istotną informacją*, a także, że *powszechnie stosowaną na rynku praktyką jest eksponowanie marki produktu (logo, nazwa, typ, szata graficzna itp.), nie zaś nazwy (firmy) przedsiębiorcy...*, uznać należy za całkowicie błędne.

Wbrew twierdzeniom Spółki oraz zgodnie z treścią ww. przepisu prawa dane identyfikujące przedsiębiorcę, oferenta są istotne i ważne, a nawet w pewnych okolicznościach mogą mieć podstawowe znaczenie przy podejmowaniu decyzji przez przeciętnego konsumenta. Każdy przedsiębiorca, uczestnik rynku posiada własną historię oraz krąg klientów byłych lub obecnych, którzy mogą mieć różną opinię nt. funkcjonowania firmy. Poznanie nazwy przedsiębiorcy, który przedstawia ofertę zawarcia umowy, na etapie propozycji umożliwia konsumentowi dokonanie weryfikacji wiarygodności i rzetelności przedsiębiorcy, bez ponoszenia dodatkowych kosztów, czy nakładów na pozyskanie stosownych informacji. W wyniku tej weryfikacji konsument mógł np. odrzucić ofertę Spółki i poszukiwać innego kredytodawcy.

Ponadto każdy konsument ma pełne prawo do uzyskania danych i rzetelnej, prawdziwej informacji o przedsiębiorcy, który poprzez reklamę podejmuje działania w celu zachęcenia, skłonienia go do zawarcia umowy. Tymczasem, jak zeznała Pani Gabriela J [k.339-341], jako pokrzywdzona przez Spółkę, w ogłoszeniu nie było *żadnej nazwy*, również w trakcie prowadzonej wstępnej rozmowy telefonicznej, z przedstawicielem przedsiębiorcy, *nie padła nawet nazwa Skarbiec*.

Za całkowicie bezzasadne Prezes Urzędu uznał stanowisko przedsiębiorcy, w kontekście postawionego zarzutu, że *etap nabycia produktu rozpoczyna się dopiero z chwilą bezpośredniego kontaktu klienta z biurem przedsiębiorcy, nie zaś z chwilą zapoznania się z treścią reklamy zamieszczonej w prasie, która ze swej istoty skierowana jest do nieograniczonej liczby odbiorców, z których większość w ogóle nie jest zainteresowana nabyciem produktu (usługi) reklamodawcy*.

Prezes Urzędu nie kwestionuje, że etap nabycia produktu następuje w wyniku bezpośredniego kontaktu klienta i oferenta, jednak wskazuje, że istotną



zarzucanej praktyki jest zaniechanie udzielenia informacji identyfikujących przedsiębiorcę na etapie przedstawienia konsumentom propozycji nabycia produktu, a takim etapem niewątpliwie jest reklamowanie produktu.

Podkreślić również należy, że zgodnie z przepisem art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktyka jest nieuczciwa jeżeli w istotny sposób zniekształca zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta nie tylko na etapie zawarcia klub wykonania umowy ale również przed jej zawarciem.

Zdaniem Prezesa Urzędu również w tym przypadku działania przedsiębiorcy są sprzeczne z dobrymi obyczajami bowiem brak należytej informacji mógł wywołać u konsumentów dezorientację oraz niedoinformowanie nt. podmiotu przedstawiającego ofertę.

Zadaniem Prezesa Urzędu analizowane działania Spółki wypełniają przesłanki praktyki, o której mowa w art. 4 ust. 1, a także w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W myśl przepisu art. 26 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyk za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenia zakazu określonego w art. 24 tej ustawy

W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca poinformował, iż stosuje przedmiotową praktykę *mniej więcej od I kwartału 2012r. do dnia dzisiejszego*. W piśmie z dnia 3 września 2013 r. Pomocna Pożyczka oświadczyła, że podejmuje *działania zmierzające do zaprzestania umieszczania w prasie reklam produktów Spółki bez danych dostatecznie identyfikujących przedsiębiorcę*. Jak wskazała dalej *w chwili obecnej eliminowane są tego rodzaju przypadki*. Stanowiska Spółki nie można jednak uznać za dowód dający podstawę do uznania, że przedsiębiorca zaniechał stosowania zarzucanej praktyki i wydania decyzji w oparciu o przepis art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Stąd orzeczono, jak w **punkcie III** sentencji decyzji.

- [37] Następny z zarzutów dotyczy stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na obciążeniu konsumentów nadmiernie wygórowanymi kosztami, tj. zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przypadku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).

W § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, obowiązującej do dnia 21 maja 2013 r., przedsiębiorca ustalił, że umowa przedwstępna staje się zobowiązująca dla Pożyczkodawcy z chwilą wniesienia opłaty w wysokości 6% kwoty wnioskowanej pożyczki. Opłata pobierana jest między innymi za: doradztwo, przygotowanie i rozpatrzenie wniosku, ewidencję umowy przedwstępnej, rozpatrzenie i weryfikację zabezpieczeń, opracowanie i przygotowanie oraz doręczenie umowy ostatecznej.

Jednocześnie, zgodnie z praktyką Spółki w każdym wypadku, w którym upłynął termin odstąpienia od umowy, przedsiębiorca zachowuje całość opłaty wniesionej przez konsumenta. Zdaniem przedsiębiorcy, wyrażonym np. w



piśmie z dnia 21 maja 2012 r., kierowanym do pani Aliny S [k. 163], zwrot wniesionej opłaty jest możliwy jedynie w przypadku odstąpienia od umowy, w ciągu 14 dni od jej podpisania. W przypadku rezygnacji w innym terminie opłata nie podlega zwrotowi.

Podobnie było w sprawie Pana Kazimierza W [k. 343-345], który zawarł umowę przedwstępną, wpłacił kwotę 1.800 zł a kiedy zrezygnował z umowy z uwagi na brak możliwości przedstawienia odpowiednich zabezpieczeń przedsiębiorca odmówił zwrotu uiszczonych środków twierdząc, iż jest to opłata za przygotowanie dokumentów.

Również w przypadku Pana Jana P [k.342] konsument zawarł umowę i uiścił opłatę w kwocie 1.500 zł. Mimo, iż konsument, wg. własnej oceny, spełnił wszystkie warunki nie otrzymał pożyczki, ani też zwrotu wpłaconej kwoty. Zdaniem konsumenta *zachowanie osób reprezentujących PKF SKARBIEC Sp. z o.o. wskazuje, że ich celem i zamiarem jest wyłudzenie pieniędzy w postaci opłat od umów przedwstępnych, których nie wykonują. Z całą pewnością takie wyłudzenie ma miejsce w moim przypadku.*

Pani Helena C [k. 346-348], w zawiadomieniu o przestępstwie, także oświadczyła, że czuje się oszukana przez firmę SKARBIEC *ponieważ pomimo zrobienia cesji nieruchomości oraz wpłaceniu kwoty 9.000 zł nie otrzymałam żadnej pożyczki gotówkowej, na którą zawarłam umowę przedwstępną. Nie odzyskałam kwoty 9.000 zł które wpłaciłam.*

Odnosząc się do zarzutu postawionego przez Prezesa Urzędu przedsiębiorca uznał, że opłata ta ma charakter wynagrodzenia za świadczone usługi i ***stanowi element całościwie odrębnej umowy tj. odrębnej od umowy kredytu konsumenckiego (pożyczki) węzeł obligacyjny z konsumentem (umowa o świadczenie usług), pomimo umieszczenia postanowienia kontraktowego w umowie pożyczek.***

W ocenie przedsiębiorcy brak jest również *podstaw do kwestionowania faktu, że opłata ta jest ustanawiana w sposób ryczałtowy, a nie kosztowy.*

Prezes Urzędu stoi na stanowisku, że fakt odmowy zwrotu całości opłaty wniesionej w momencie zawarcia umowy, lub chociażby jej odpowiedniej części w sytuacji, gdy konsument rezygnuje z wykonania umowy, uznać należy za nadmierne obciążenie kontrahenta przedsiębiorcy/konsumenta kosztami rezygnacji. Pomocna Pożyczka nie rozróżnia przy tym ani przyczyny, ani etapu, na którym nastąpiła rezygnacja, nie wskazuje też na koszty, które w związku z tym konsument rzeczywiście poniósł, stosując zunifikowaną, jednakową dla każdej sytuacji, procentową stawkę opłaty (6% wnioskowanej kwoty pożyczki).

Potwierdzeniem takiej oceny jest m.in., stanowisko Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (wyrok z dnia 9 października 2006 r., sygn. akt XVII AmC 101/05). Sąd orzekając o uznaniu zapisu, stosowanego przez Powszechne Centrum Oddłużeniowo-Kredytowe Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, o treści: *Opłata jest bezzwrotna w przypadku rozwiązania umowy przez Zleceniodawcę lub z jego winy przez Zleceniobiorcę...*, za postanowienie niedozwolone (klauzula nr 975) wskazał, że konsumenci przed podpisaniem umowy muszą mieć możliwość przeanalizowania propozycji złożonej przez oferenta i nie



powinni ponieść z tego tytułu opłat bezzwrotnych, ponieważ *może mieć to wpływ na swobodę podjęcia decyzji dotyczącej samego podpisania umowy...Jednocześnie wysokość opłaty jest uzależniona od wartości zadłużeniamimo, iż stopień trudności związanej z rozpatrzeniem wniosku nie musi wzrastać wyłącznie z powodu wzrostu kwoty zadłużenia.* Sąd wskazał, że brak zwrotu opłaty za rozpatrzenie wniosku w sytuacji, gdy konsument może zrezygnować z zawarcia umowy należy więc uznać za rażące naruszenia interesu konsumentów i ukształtowanie ich obowiązków sprzeczne z dobrymi obyczajami odzwierciedlające klauzulę abuzywną wymienioną w art. 385 (1) pkt 12 kc.

Prezes Urzędu całkowicie podziela ww. stanowisko Sądu, że brak możliwości odzyskania wniesionych środków pieniężnych, w przypadku rezygnacji z umowy, niezależnie od przyczyn, etapu oraz wysokości kosztów faktycznie poniesionych przez przedsiębiorcę jest sprzeczne z dobrymi obyczajami, stanowi nadmiernie wygórowane koszty obciążające konsumentów i prowadzi do naruszenia ich interesów, w sposób rażący.

Działanie takie niewątpliwie prowadzi do zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, który w momencie zawarcia umowy nie ma świadomości, ani że kwota opłaty nie zostanie zwrócona, ani też, z treści samej umowy, nie wie dokładnie za jakie czynności opłata ta jest pobierana. Wprawdzie w § 3 ust. 2 Spółka wymienia jakie usługi objęte są tą opłatą lecz użyte określenie *opłata pobierana jest między innymi* wskazuje, że wymienione tam elementy są tylko przykładowe, natomiast katalog czynności podlegających opłacie, stanowiący jej elementy składowe jest otwarty, niedookreślony i może być interpretowany i kształtowany przez przedsiębiorcę w sposób dowolny.

Od 21 maja 2013 r. przedsiębiorca stosuje nowe wzorce umowne, jednak wprowadzenie nowych uregulowań pozostaje bez wpływu na ocenę działania przedsiębiorcy, w kontekście postawionego zarzutu.

Zgodnie z treścią § 3 pkt 2 *opłata pobierana jest za przygotowanie i przedstawienie oferty pożyczkowej, doradztwo, przygotowanie i rozpatrzenie wniosku, ewidencję umowy przedwstępnej, rozpatrzenie i weryfikację zabezpieczeń, opracowanie i przygotowanie oraz doręczenie umowy ostatecznej.* Natomiast w § 7 pkt 7 umowy Spółka zastrzegła, że *poza przypadkami opisanymi w § 7 pkt 1 i 2 (dotyczącymi odstąpienia od umowy w terminach wskazanych w przepisach ustawy o kredycie konsumenckim), zwrot Opłaty nie przysługuje. Zostanie ona zarachowana jako opłata za usługę przygotowania i przedstawienia oferty pożyczkowej, doradztwo, przygotowanie i rozpatrzenie wniosku, ewidencję umowy przedwstępnej, rozpatrzenie i weryfikację zabezpieczeń, opracowanie i przygotowanie oraz ewidencję umowy ostatecznej, i innych czynności jakie zostały wykonane w związku z przygotowaniem do podpisania umowy ostatecznej i przygotowanie wypłaty pożyczek.*

W ocenie Prezesa Urzędu dokonane zmiany są niewystarczające aby uznać, iż działania przedsiębiorcy, w tym zakresie, doprowadziły do zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W rzeczywistości zmiana dokonana w § 3 pkt 2 umowy sprowadza się jedynie do wskazania czynności, jakie mają zostać *opłacone*, pokryte opłatą wniesioną przez konsumenta. Natomiast zastrzeżenie dokonane w § 7 pkt 7 umowy



wprawdzie daje konsumentom wiedzę nt. zachowania całości opłaty, jednak nie przyczynia się do zaniechania praktyki polegającej na obciążeniu konsumentów nadmiernie wygórowanymi kosztami, tj. zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty. Wskazać bowiem należy, że, jak przewiduje to zacytowane postanowienie umowne, opłata ta służy do pokrycia kosztów usług, które powstają na różnym etapie i obejmują koszty, które często nie dotyczą danych konsumentów, gdy rezygnacja z umowy dokonywana jest wcześniej. Jeżeli konsument rezygnuje z zawarcia umowy np. przed przedstawieniem zabezpieczeń lub przed przygotowaniem umowy ostatecznej nie znajduje żadnego uzasadnienia obciążanie go kosztami usług, z których nie skorzysta. Przedsiębiorca ma wiedzę kiedy konsument rezygnuje z umowy stąd zachowanie części opłaty, która służy do pokrycia kosztów późniejszych, związanych np. z przygotowaniem i podpisaniem umowy ostatecznej, czy przygotowaniem wypłaty pożyczki uznać należy za działania nieuzasadnione, a zachowanie części opłaty, która ma dotyczyć zapłaty za usługi faktycznie niewykonywane za koszty nadmierne.

Zadaniem Prezesa Urzędu okoliczności faktyczne sprawy wskazują, że działania przedsiębiorcy, objęte niniejszym zarzutem, w pełni wyczerpują przesłanki art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zachowanie całości wniesionej opłaty w przypadku rezygnacji z wykonania umowy przez konsumenta nie tylko prowadzi do naruszenia interesów ekonomicznych konsumentów, ale także może prowadzić do zniekształcenia zachowania rynkowego konsumentów i to w sposób istotny. Potwierdzają to dane przedstawione w tabelach w pkt [20] niniejszej decyzji. Z ogólnej liczby ... umów, tylko ...% została zrealizowana, a ...% oczekuje na realizację. Natomiast ... osób, czyli ok. ...% to konsumenci, którzy podpisali umowy przedwstępne ale nie podpisali umowy ostatecznej i utracili wniesione środki w całości. Trudno w takiej sytuacji uznać, iż rezygnacja z zawarcia umowy przyrzeczonej, niezależnie od okoliczności, była ich działaniem planowanym, celowym i zamierzonym.

Także i obecnie działania przedsiębiorcy w tym zakresie mogą prowadzić do zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta po zawarciu umowy przedwstępnej. Wprowadzenie do umowy przepisu informującego o zachowaniu całości opłaty w sytuacji rezygnacji z umowy może skutecznie zniechęcać konsumenta do podjęcia decyzji o rezygnacji nawet wówczas, gdy taka decyzja byłaby racjonalnie uzasadniona. Przykładowo konsument, który po zawarciu umowy nie jest w stanie przedstawić właściwego zabezpieczenia pożyczki mógłby zrezygnować z umowy, zwracając przedsiębiorcy koszty poniesione dotychczas. Jednak utrata całości wniesionych środków może zostać oceniona przez konsumenta jako strata nadmierna. Nawet jeśli w określonych wypadkach konsument powinien zdecydować inaczej często nie podejmie decyzji o rezygnacji bowiem koszty takiej decyzji są zbyt wysokie.

Stąd orzeczono, jak w **punkcie V** sentencji decyzji.

- [38] Ostatni z zarzutów związany jest ze stosowaniem praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nie przekazaniu w sposób jasny, jednoznaczny i we właściwym czasie istotnej informacji o zatrzymywaniu przez przedsiębiorcę całej opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, w przy-



padku rozwiązania umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).

Spółka, w pierwszym etapie zawiera z konsumentami Przedwstępną Umowę Pożyczek Gotówkowych. Umowa ta ma charakter przyrzeczenia zawarcia umowy następnej tzw. ostatecznej tj. Umowy Pożyczek Gotówkowych. Dopiero po zawarciu tej umowy pożyczka jest wypłacana/udzielana. Przystąpienie do umowy przedwstępnej nie skutkuje przekazaniem konsumentowi wnioskowanej kwoty kredytu. Z chwilą zawarcia umowy przedwstępnej konsument obowiązany jest jednak do wniesienia opłaty w wysokości 6% planowanej kwoty kredytu. Uiszczenie opłaty jest warunkiem koniecznym i niezbędnym dla uznania przez Pomocną Pożyczkę, że umowa jest dla niego zobowiązująca.

W Przedwstępnej Umowie Pożyczek Gotówkowych Spółka nie informuje klientów, w żaden sposób, iż w przypadku gdy dojdzie do rozwiązania umowy zachowa wniesioną opłatę w całej kwocie. Co prawda, w § 9 przewidziano, że w wypadku rozwiązania umowy nastąpi jej ostateczne rozliczenie, jednak uregulowanie to w żaden sposób nie wskazuje na jakich zasadach to nastąpi.

Zdaniem Spółki w umowie wskazano, że przedmiotowa opłata pobierana jest za wykonane usługi i nie powinna być zwracana, jeżeli przedsiębiorca te usługi wykonał, a także, że zarówno charakter zryczałtowanej opłaty jak i zachowanie pobranej opłaty w całości nie jest działaniem naruszającym jakichkolwiek przepis prawa. Ponadto przedsiębiorca podniósł, że *...faktycznie w cytowanym Par. 9 pkt 2 umowy nie znajduje się taka informacja, gdyż informacje takie zawarte są w Par. 7 i 8 umowy.*

W ocenie Prezesa Urzędu brak uregulowań w umowie przedwstępnej kwestii związanych ze sposobem rozliczania czy zachowania przedmiotowej opłaty jest zaniechaniem, która może wprowadzać klientów przedsiębiorcy w błąd, bowiem informacja w tym zakresie nie została przekazana przez przedsiębiorcę w żaden sposób, a wręcz została zatajona przez Spółkę.

Zawierając umowę przedwstępną, konsument nie jest informowany należyście, a więc także i nie ma świadomości, że w przypadku rozwiązania umowy, czy odstąpienia od jej realizacji cała kwota wniesionej opłaty zostanie przez przedsiębiorcę zachowana i nie będzie podlegała zwrotowi.

Co więcej, skoro w umowie brak jest należytej informacji o prawie przedsiębiorcy do zatrzymania wniesionej opłaty, konsument mógł i miał prawo nie tylko wnioskować, że może odzyskać wpłacone środki, ale także wręcz oczekiwać takiego zwrotu.

Wskazywanie, w przypadku tego zarzutu, na przepisy zawarte w § 7 i § 8 umowy, nie znajduje żadnego uzasadnienia. Co prawda, zgodnie z treścią postanowień z § 7 umowy opłata podlega zwrotowi w przypadku odstąpienia od umowy, przez konsumenta, w terminie 14 dni od jej zawarcia jednak przepisy te związane są z wypełnieniem przez przedsiębiorcę obowiązku wynikającego z art. 53 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim



(Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zmianami) i nie dowodzą, że w umowie kwestie związane z możliwością rozwiązania umowy i zachowania przez Spółkę całej kwoty opłaty zostały uregulowane w ogóle, czy też w sposób jasny i jednoznaczny. Podobnie postanowienia zawarte w § 8 umowy, które nie odnoszą się do rozwiązania, czy wypowiedzenia umowy ale zawierają uregulowania dotyczące możliwości wcześniejszej spłaty pożyczki, nie mogą mieć tu odpowiedniego zastosowania i stanowić podstawy twierdzenia Pomocnej Pożyczki, że jego klienci są należycie informowani o prawie przedsiębiorcy do zachowania wpłaconej opłaty.

Niewątpliwie zatajanie przez przedsiębiorcę tak istotnej informacji nt. produktu i zawartej umowy mogło i w wielu przypadkach spowodowało, na co wskazują skargi jakie wpływają do Prezesa Urzędu, że konsumenci oceniają swoje decyzje dotyczące zawarcia umowy, jako błędne. Za słuszne należy przyjąć przypuszczenie, że wielu klientów nie zawarłoby umowy ze Spółką, gdyby wcześniej uzyskali rzetelną informację, że w przypadku gdy zrezygnują z jej wykonania stracą całość środków pieniężnych, wniesionych tytułem opłaty.

Wskazać dodatkowo należy, że przedsiębiorca nie ponosi żadnego ryzyka prowadzonej działalności przerzucając je w całości na konsumenta. Klient Spółki zobowiązany jest w pierwszej kolejności do pokrycia kosztów przedsiębiorcy, w postaci uiszczenia opłaty, a dopiero później przedsiębiorca sprawdza/ustala, czy umowa może zostać zrealizowana, poprzez udzielenie pożyczki, nie przyznając klientowi prawa do żądania zwrotu całości wniesionych środków albo ich odpowiedniej części.

Przeciętny konsument, klient Pomocnej Pożyczki mógł kierować się przeświadczeniem, że przedsiębiorca ma wolę udzielenia mu pożyczki. Konsument zainteresowany pozyskaniem środków finansowych, a nie posiadający wiedzy fachowej, mógł oczekiwać, że do udzielenia pożyczki dojdzie, a jeśli nie, to będzie mógł odzyskać zaangażowane pieniądze. Tymczasem działania przedsiębiorcy wskazuje, że jest on nakierowany wyłącznie na pozyskanie klienta i otrzymanie określonych, bezzwrotnych środków finansowych.

Uwzględniając wszystkie okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że opisane działania przedsiębiorcy wyczerpują przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 oraz art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Przedsiębiorca poprzez zaniechanie udzielenia konsumentom informacji o zachowaniu całości wniesionych środków, tytułem kwestionowanej opłaty, w przypadku rezygnacji z umowy, naruszył dobre obyczaje. Jednocześnie, działania prowadzące do niedoinformowania i dezorientacji konsument mogły zniekształcić ich zachowania rynkowe w sposób istotny.

Zgodnie z treścią art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.



W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca pismem z dnia 6 czerwca 2013 r. przekazał nowe wzorce umowne tj. Przedwstępne Umowy Pożyczek Gotówkowych, które weszły w życie z dniem 21 maja 2013 r.

Prezes Urzędu ustalił również, że w § 7 pkt 7 wzorców przedsiębiorca wprowadził zapis, o treści: *Poza przypadkami opisanymi w § 7 pkt 1 i 2, zwrot Opłaty nie przysługuje. Zostanie ona zarachowana jako opłata za usługę przygotowania i przedstawienia oferty pożyczkowej, doradztwo, przygotowanie i rozpatrzenie wniosku, ewidencję umowy przedwstępnej, rozpatrzenie i weryfikację zabezpieczeń, opracowanie i przygotowanie oraz ewidencję umowy ostatecznej, i innych czynności jakie zostały wykonane w związku z przygotowaniem do podpisania umowy ostatecznej i przygotowanie wypłaty pożyczek.* Dodatkowo pismem z dnia 19 lipca 2013 r. przedsiębiorca poinformował, że ww. zapis umowny obowiązuje od 7 stycznia 2013 r.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu uznał, że przedmiotowa praktyka była stosowana przez Spółkę co najmniej od kwietnia 2012 r. i została zaniechana z dniem 7 stycznia 2013 r.

Stąd orzeczono jak w punkcie VI sentencji decyzji.

C. UZASADNIENIE PRAKTYK ZWIĄZANYCH Z NARUSZENIEM PRZEPISÓW USTAWY O ZWALCZANIU NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI.

- [39] Art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji.
- [40] Zgodnie z brzmieniem art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 153, poz. 1503 ze zmianami) *czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta.*
- [41] Warunkiem koniecznym dla wykazania, że dany przedsiębiorca stosuje czyn nieuczciwej konkurencji, w rozumieniu przepisu art. 3 ust. 1 ww. ustawy, jest wykazanie, że jego działanie jest nie tylko sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami ale również, że to działanie narusza interes jego klienta, którym może być zarówno przedsiębiorca jak i konsument.
- [42] W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, Spółce postawiono dwa zarzuty dotyczące zachowań przedsiębiorcy, które wyczerpują przesłanki czynów nieuczciwej konkurencji i prowadzą do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez stosowanie działań niezgodnych z dobrymi obyczajami. Zdefiniowanie pojęcia dobrych obyczajów zostało dokonane w ww. pkt [32] decyzji.
- [43] Pierwszy z zarzutów dotyczy działania przedsiębiorcy polegającego na stosowaniu opłaty administracyjnej, której nie odpowiada osobne świadczenie ze strony pożyczkodawcy, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).

Zgodnie z § 2 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych Spółka pobiera co miesiąc opłatę administracyjną w wysokości 10 zł od każdej pożyczki. Przedsiębiorca wskazał, że opłata ta ma pokrywać koszty bieżącej obsługi



wypłaconej pożyczki, kredytodawca zobowiązany jest bowiem do *obsługi* kredytu i *musi na to zapewnić środki*. Jednym beneficjentem jest tu klient, który może zostać obciążony tymi kosztami w ten lub inny sposób. Prawo nie zabrania takiego sposobu obciążania tymi kosztami jakie stosujemy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, kredytodawca musi dokonywać obsługi kredytu, gdyż w przeciwnym razie nie wiedziałby on czy dana pożyczka jest należycie spłacana. Zapewnienie właściwej obsługi zobowiązania leży zatem w interesie przedsiębiorcy, który w innym wypadku nie byłby w stanie w sposób prawidłowy prowadzić działalności gospodarczej polegającej na udzielaniu pożyczek. W tych okolicznościach uznać należy, że klient Spółki/konsument nie otrzymuje zatem od przedsiębiorcy żadnego świadczenia, za które można byłoby pobierać osobne wynagrodzenie. Przedsiębiorca powinien zapewnić sobie środki na dokonywanie tych czynności w ramach już ustalonego wynagrodzenia za kredyt, jakim jest jego oprocentowanie.

Pogląd taki znajduje oparcie w aktualnym orzecznictwie sądowym. I tak np. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (wyrok z dnia 1 marca 2006 r., sygn. akt XVII AmC 93/04) oceniając działania Banku Zachodniego WBK SA z siedzibą we Wrocławiu, związane ze stosowaniem postanowienia niedozwolonego, uznał, że *normą dobrego obyczaju jest, aby kontrahent miał możliwość oceny realnej ekwiwalentności świadczeń wynikających z umowy*, a także, że postanowienia, które wprowadzają dodatkowe opłaty, za działania które mieszczą się w już opłaconych czynnościach bankowych normę tą naruszają.

W tych okolicznościach Prezes Urzędu uznał, że działania Spółki polegające na pobieraniu opłaty administracyjnej naruszają zasadę ekwiwalentności świadczeń, gdyż opłata ta stanowi dodatkowe wynagrodzenie za czynności, które kredytodawca zobowiązany jest wykonywać w ramach już ustalonego wynagrodzenia za udzielony kredyt. Wprowadzenie tej opłaty jest również próbą przerzucenia na konsumenta ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę. Z tych też powodów działania Spółki ocenić należy jako naruszające normę dobrych obyczajów i prowadzące do naruszenia interesów ekonomicznych jej klientów, konsumentów. Wskazać bowiem należy, że klient, który pobiera minimalny kredyt (w wysokości 20.000 zł, czyli 4 krotności po 5.000 zł) na okres 10 lat, z tytułu samej tylko opłaty administracyjnej poniesie dodatkowy wydatek w kwocie 4.800 zł (4x10 zł x 120 m-cy).

Zgodnie z treścią art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

W trakcie prowadzonego postępowania przedsiębiorca pismem z dnia 6 czerwca 2013 r. przekazał nowe wzorce umowne tj. Przedwstępne Umowy Pożyczek Gotówkowych, które weszły w życie z dniem 21 maja 2013 r. Analiza treści przekazanych wzorców wskazuje, że Pomocna Pożyczka odstąpiła od pobierania opłaty administracyjnej, od nowych klientów, z uwagi jednak na fakt, iż w trakcie wykonywania nadal znajdują się umowy, w oparciu o które - jak oświadczył przedsiębiorca w piśmie z dnia 3 września 2013 r. -



pobierana jest opłata administracyjna, brak jest podstaw do uznania, iż Spółka zaniechała stosowania przedmiotowej praktyki.

Stąd orzeczono jak w **punkcie VIII** sentencji decyzji

- [44] Drugi z postawionych zarzutów, związanych z naruszeniem przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji dotyczy stosowania opłaty, o której mowa w § 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych, której wysokość nie odpowiada wartości świadczeń realizowanych w ramach tej opłaty, co może stanowić naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).

Przedsiębiorca pobiera opłatę określoną we wzorcu umownym (§ 3 Przedwstępnej Umowy Pożyczek Gotówkowych) procentowo - 6% kwoty kredytu. Opłata ta pobierana jest w celu zrekompensowania kosztów czynności związanych z przygotowaniem do zawarcia umowy. Co do zasady, koszty takich przygotowań są takie same, bowiem czynności wykonywane przez pożyczkodawcę w związku z zawarciem umowy przebiegają według ustandaryzowanego schematu.

Opłata ustalona w wysokości zależnej do wysokości pożyczki nie odzwierciedla rzeczywistych kosztów przygotowania umowy, gdyż przedsiębiorca posługuje się gotowym wzorcem, do którego wpisuje jedynie dane konsumenta, kwotę kredytu itd. Stąd też uzależnianie wysokości przedmiotowej opłaty od kwoty pożyczki powoduje, że nie odzwierciedla ona kosztów faktycznie ponoszonych przez Przedsiębiorcę w związku z przygotowaniem umowy.

Podniesione przez Spółkę okoliczności, że praktyka taka jest powszechnie stosowana na rynku np. w postaci opłat bankowych, notarialnych, sądowych, czy za wpisy do KRS, a także, że poprzednio obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim, również wiązała wysokość opłaty przygotowawczej, z wysokością kredytu pozostaje bez wpływu na ocenę działań przedsiębiorcy w kontekście rozpatrywanego zarzutu. Wskazać bowiem należy, że część z tych opłat wynika z obowiązujących przepisów prawa natomiast przepis, już nieobowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim, wiązał wysokość takiej opłaty nie z kredytem wnioskowanym, ale rzeczywiście udzielonym. Ponadto przepisy tej ustawy nie określały ani wysokości ani sposobu obliczania poszczególnych opłat, prowizji, czy innych kosztów ale wyznaczały maksymalny poziom obciążeń związanych z zawarciem umowy o kredyt przez konsumenta.

Zadaniem Prezesa Urzędu obciążanie konsumentów różną kwotą za praktycznie te same czynności, wykonywane na ich rzecz, narusza zasadę ekwiwalentności świadczeń, a tym samym i normę dobrych obyczajów. Podkreślić należy, że konsument, który pierwotnie wnioskował o kredyt w wyższej kwocie, niż faktycznie otrzymany, uiszczył tytułem pobranej opłaty kwotę wyższą, niż klient który otrzymuje kredyt w kwocie wnioskowanej, co obrazuje poniższy przykład:

Klient A

- kwota wnioskowana pożyczki 30.000 zł
- kwota udzielonej pożyczki 20.000 zł
- opłata w wysokości 6% od wnioskowanej kwoty kredytu wyniesie 1.800 zł

Klient B



- kwota wnioskowana pożyczki 20.000 zł
- kwota udzielonej pożyczki 20.000 zł
- opłata w wysokości 6% od wnioskowanej kwoty kredytu wyniesie 1.200 zł

Pomimo, że obaj klienci otrzymają pożyczkę w kwocie 20.000 zł, klient A poniesie tytułem opłaty koszty wyższe o 600 zł, niż klient B. Natomiast przedsiębiorca wykona na rzecz obu klientów identyczne czynności bowiem w obu przypadkach będzie zobowiązany do: zawarcia umów przedwstępnych i ostatecznych, weryfikacji zdolności kredytowej oraz sprawdzenia i ustalenia rodzaju przedstawionych zabezpieczeń przez obu klientów. W tej sytuacji poniesienie przez jednego klienta kosztów innych (np. wyższych) niż pozostali kontrahenci przedsiębiorcy, jest działaniem prowadzącym do naruszenia interesów ekonomicznych klientów Spółki/konsumentów, w szczególności w odniesieniu do praktyki przedsiębiorcy, który często zachęca do ...**(dowód objęty postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r.)** [k. 416-418].

Jak to wynika np. ze skargi Pana Mariusza O [k. 349-352] klient wystąpił o pożyczkę w kwocie 500.000 zł i uiścił opłatę w wysokości 25.000 zł. W dniu 15 lutego 2012 r. przedsiębiorca poinformował klienta, że przyznał mu pożyczkę w kwocie 75.000 zł na 10 lat. *Pomimo upływu ponad półtora roku nie tylko nie uzyskałem pożyczki, ale również nie odzyskałem wpłaconej kwoty 25.000 zł.*

Mając na uwadze okoliczności faktyczne sprawy Prezes Urzędu uznał, iż działania przedsiębiorcy wypełniają przesłanki art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Stad orzeczono jak w **punkcie IX** sentencji decyzji.

NAKAZ PUBLIKACJI

- [45] Zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w tym nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy.

Uwzględniając okoliczność, iż działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wywołują niekorzystne skutki dla konsumentów i to zarówno aktualnych, jak i przyszłych klientów Spółki Prezes Urzędu postanowił o nałożeniu na przedsiębiorcę obowiązku publikacji decyzji, na stronach internetowych www.dobrapozyczka.com.pl oraz www.pomocnapozyczka.pl, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji zostanie zamieszczony na stronach głównych oraz utrzymywanie jej na wskazanych stronach internetowych przez okres trzech miesięcy.

Mając na uwadze okoliczność, że niniejsza decyzja zawiera dane osobowe, jak również informacje dotyczące przedsiębiorcy, w tym dane finansowe, Prezes Urzędu zdecydował o objęciu nakazem publikacji decyzji w wersji jawnej, stanowiącej załącznik nr 1 do niniejszej decyzji, niezawierającej tych danych i informacji.



Jednocześnie, z uwagi na fakt, iż nie wszyscy klienci Spółki mają bezpośredni dostęp do internetu Prezes Urzędu postanowił o nakazaniu przedsiębiorcy złożenia jednokrotnego oświadczenia na jednej z trzech pierwszych stron gazet: FAKT oraz SUPER EXPRESS, o powierzchni co najmniej 24 (dwadzieścia cztery) cm x 14 (czternaście) cm, rozmiar czcionki co najmniej 15 (piętnaście), o treści:

Zarząd Spółki Pomocna Pożyczka Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Gdańsku, poprzednio Polska Korporacja Finansowa SKARBIEC Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Słupsku oświadcza, iż Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał w dniu 25 października 2013 r. decyzję Nr RGD-14/2013, w której uznał działania Spółki za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Treść decyzji Prezesa Urzędu dostępna jest na stronach internetowych www.dobrapozyczka.com.pl oraz www.pomocnapozyczka.pl

W niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził, że przedsiębiorca poprzez swoje działania naruszył interesy konsumentów i uznał za zasadne nakazanie podania do wiadomości szerokiego kręgu odbiorców informacji o praktykach przedsiębiorcy, które zostały uznane za bezprawne.

Zdaniem Prezesa Urzędu środek ten, stanowiąc element edukacji konsumenckiej, spełni funkcję wychowawczą wobec konsumentów, jak i prewencyjną. Należy bowiem oczekiwać, że wzrost świadomości konsumenckiej spowoduje, że w przyszłości konsumenci będą bardziej ostrożnie analizować przekaz reklamowy, jaki i warunki oferty handlowej, nie tylko Spółki ale również innych przedsiębiorców/kredytodawców. Dodatkowo konsumenci w ten sposób mogą uzyskać lub poszerzyć swoją wiedzę nt. praw i obowiązków kredytodawców i kredytobiorców, wynikających z odpowiednich przepisów prawnych.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu orzeka się jak w punkcie X sentencji decyzji.

RYGOR NATYCHMIASTOWEJ WYKONALNOŚCI.

- [46] Prezes Urzędu, na podstawie art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli „wymaga tego ważny interes konsumentów”, może nadać decyzji w całości lub w odpowiedniej części rygor natychmiastowej wykonalności. Przyjąć należy, że nie w każdym przypadku, naruszenia przez przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, uzasadnionym będzie zastosowanie tego środka. Natomiast bezwzględnie winien on być zastosowany wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów, a więc mającym dużą wartość, istotnym, doniosłym. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności wymaga więc ustalenia, jaki interes konsumentów w danej sprawie doznał naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor jej natychmiastowej wykonalności.

W rozpatrywanej sprawie przedmiotem ochrony jest interes konsumentów, który obejmuje zarówno ich prawo do pełnej, rzetelnej i prawdziwej infor-



macji, jak również ich interes ekonomiczny. Mając na uwadze udowodnione i orzeczone w niniejszej decyzji naruszenia, których dopuściła się Spółka poprzez wykorzystywanie w obrocie konsumenckim działań bezprawnych oraz stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych, Prezes Urzędu postanowił, nie tylko o nakazaniu przedsiębiorcy zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, ale także zdecydował o nadaniu decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności, w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów orzeczonych w **punktach: II, V, IX oraz punktu X** niniejszej decyzji.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie praktyki orzeczonej w **punkcie II** sentencji decyzji sugerującej konsumentom, iż zawarte na stronie internetowej przedsiębiorcy treści nie są reklamami ale niezależnymi wypowiedziami, ma na celu wykreowanie wiarygodnego wizerunku firmy i może wpływać na podjęcie przez konsumentów decyzji, która nie została by podjęta w innych okolicznościach.

Nieuczciwy charakter praktyki orzeczonej w **punkcie V** sentencji decyzji związanej z odmową zwrotu całości opłaty wniesionej w momencie zawarcia umowy lub chociażby jej odpowiedniej części, w sytuacji gdy konsument rezygnuje z wykonania umowy, polega na nadmiernym obciążeniu konsumenta kosztami rezygnacji. Brak możliwości odzyskania środków pieniężnych, co zostało udowodnione, jest działaniem sprzecznym z dobrymi obyczajami i prowadzi do naruszenia interesów ekonomicznych konsumentów, w sposób rażący.

Także i praktyka orzeczona w **punkcie IX** sentencji decyzji prowadzi do nieczym nieuzasadnionego różnicowania wysokości opłat pobieranych za podobne czynności, wykonywane na rzecz klientów, co również skutkuje naruszeniem interesów ekonomicznych konsumentów/klientów Spółki.

W ocenie Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie bezsprzecznie spełniona została przesłanka ważnego interesu konsumentów, który został naruszony i winien być należycie zabezpieczony, poprzez nadanie decyzji, w określonej w sentencji części, rygoru natychmiastowej wykonalności. Ważnym interesem konsumentów, który podlega ochronie w niniejszym postępowaniu jest prawo do uzyskania rzetelnych, pełnych i prawdziwych informacji, a także prawo do ochrony ich interesów ekonomicznych poprzez zapewnienie zgodności działań Spółki z przepisami prawa.

Podejmując decyzję o nadaniu części decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności Prezes Urzędu uwzględnił również fakt, iż Spółka oferuje swoje produkty na obszarze całego kraju, w związku z czym naruszenie oraz skutki stosowanych praktyk dotyczą znaczną liczbę konsumentów, obecnych lub przyszłych klientów Spółki, a także i to, że pożyczki gotówkowe wiążą się z podjęciem dużego ryzyka i zwykle stanowią znaczne obciążenie finansowe w budżetach konsumentów. Dlatego też zachodzi konieczność szybkiego reagowania na naruszenie interesów konsumentów, a skutek ten nie zostanie osiągnięty bez nakazania również natychmiastowej wykonalności **punktu X** sentencji decyzji.

Mając na uwadze wszystkie wymienione okoliczności, Prezes Urzędu orzekł, jak w **punkcie XI** sentencji decyzji.



KARY PIENIĘŻNE.

- [47] Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu, osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia celowo, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

W punkcie od I do IX sentencji niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, które są niezgodne z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim (punkt I, IV i VII), bądź stanowią nieuczciwą praktykę rynkową (punkt II, III, V i VI) lub czyn nieuczciwej konkurencji (punkt VIII i IX).

Przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje możliwość nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2012 r. wyniósł ... zł, w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby zostać wymierzona, to ... zł za każdą z orzeczonych praktyk.

Ustalając wymiar kar pieniężnych Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonych w niniejszej decyzji naruszeń i określił wysokości kwot bazowych kar, będących odsetkiem uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2012 r. przychodu.

Oceniając wagę praktyk stosowanych przez Spółkę przyjąć należy, że oprócz praktyk, o których mowa w punkcie I i VI sentencji decyzji pozostałe działania miały charakter długotrwały, bowiem przedsiębiorca stosuje te praktyki co najmniej rok.

Ponadto, jak wskazano wcześniej, sankcja w postaci nałożenia kary może być na przedsiębiorcę nałożona niezależnie od tego, czy dopuścił się on naruszenia celowo, czy też nieumyślnie. W zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyrażnej intencji przedsiębiorcy naruszenia interesów konsumentów, w odniesieniu do praktyk orzeczonych w punkcie II, III, IV, VII, VIII i IX sentencji decyzji, stąd uznać należy, że działania Spółki miały, w tym zakresie, charakter nieumyślny.

Natomiast w stosunku do praktyk orzeczonych w punkcie I, V i VI decyzji uznać należy, że działania przedsiębiorcy miały charakter umyślny. Spółka celowo przekazała informacje nt. pożyczki promocyjnej, w zakresie danych dotyczących kosztów kredytu, w sposób niejednoznaczny i niezrozumiały, a także świadomie nie informowała konsumentów rzetelnie o zachowaniu całości wniesionych środków jak i obciąża konsumentów nadmiernymi kosztami poprzez zatrzymywanie całości wniesionej opłaty, w przypadku rezygnacji z



realizacji umowy, w celu zapewniania sobie wyższych przychodów. Zgodnie z informacjami zawartymi w pkt [20] - tabela nr 2, na ...klientów, którzy podpisali umowy ze Spółką tylko ... zawarło umowy ostateczne, z czego ... otrzymało przynajmniej jedną transzę pożyczki a ... nie otrzymało pieniędzy. Natomiast ... klientów (ok. ...%) zawarło umowy przedwstępne i wpłaciło pieniądze tytułem opłaty, a nie otrzymało pożyczki, tracąc zazwyczaj, jednocześnie uiszczone środki w całości. Jeżeli - zakładając hipotetycznie - każdy z nich wnioskował tylko o kredyt w wysokości minimalnej (obecnie 20.000 zł), to tym samym każdy z nich wniósł i stracił min. kwotę ok. 1200 zł. Trudno w tym wypadku uznać, że wszyscy ci klienci działali świadomie, a nie pod wpływem błędu i celowo zaangażowali się w przedsięwzięcie, które było obarczone tak dużym ryzykiem, utraty pieniędzy w wartości niemal równiej minimalnemu wynagrodzeniu. Dodatkowo, podkreślić należy, że większość klientów Spółki to osoby, które nie mają zdolności kredytowej, czyli osoby najuboższe, dla których wydatek w kwocie 1.200 zł stanowił z pewnością duże obciążenie i dotkliwą stratę finansową. W tych okolicznościach nie można przyjąć, że tak duża liczba osób działając tylko nierozważnie, niefrasobliwie zdecydowała o bezzwrotnym wydatkowaniu znacznej kwoty pieniędzy. Jednocześnie przychody przedsiębiorcy z tytułu wniesionych opłat stanowiły min. kwotę ... zł. Natomiast z danych finansowych za rok 2012 wynika, że przedsiębiorca uzyskał zysk netto w wysokości ...

...(dowód objęty postanowieniem nr 207 z dnia 19 lipca 2013 r.) [k. 419-422].

Te okoliczności oraz dane liczbowe z tabeli nr 2, jak i przywołane skargi klientów Pana Mariusza O [k.349-352]; Pana Jana P [k. 342] czy Helena C [k. 346-348] wskazują jednoznacznie, że przedsiębiorca działa umyślnie, a jego celem nie jest udzielanie pożyczek, ale gromadzenie środków w postaci pobranej bezzwrotnej opłaty.

Biorąc pod uwagę wszystkie okoliczności Prezes Urzędu postanowił:

- A. Za stosowanie praktyki orzeczonej w punkcie I sentencji decyzji, związanej z działaniami niezgodnymi z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim, ustalić kwotę bazową kary na poziomie ...% przychodów przedsiębiorcy, uzyskanych przez Spółkę w roku 2012.

Prezes Urzędu uznał, że praktyka ta stosowana była na etapie przedkontraktowym, w momencie przedstawienia konsumentom oferty zawarcia umowy o kredyt konsumencki.

Z uwagi na zaniechanie stosowania tej praktyki Prezes Urzędu postanowił o obniżeniu kwoty bazowej kary o 30%. Natomiast z uwagi na umyślność działań przedsiębiorcy kwotę kary podwyższono o 50%.

W świetle powyższych okoliczności wysokość kary, za stosowanie praktyki orzeczonej w punkcie I sentencji decyzji, ustalono w kwocie 35.801 zł (słownie: trzydzieści pięć tysięcy osiemset jeden złotych), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.

- B. Za stosowanie praktyki orzeczonej w punkcie II sentencji decyzji, związanej ze stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej, ustalić kwotę ba-



zową kary na poziomie ...% przychodów przedsiębiorcy, uzyskanych przez Spółkę w roku 2012.

Również w tym przypadku Prezes Urzędu uznał, że praktyka ma miejsce na etapie przedkontraktowym. Nie stwierdził istnienia dodatkowych przesłanek tak obciążających, jak i łagodzących, skutkujących podwyższeniem lub obniżeniem kwoty bazowej kary.

W związku z tym wysokość kary, za stosowanie praktyki orzeczonej w **punkcie II** sentencji decyzji, ustalono w kwocie 29.834 (słownie: dwadzieścia dziewięć tysięcy osiemset trzydzieści cztery złote), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.

- C. Za praktykę orzeczoną w **punkcie III** sentencji decyzji, dotyczącą działań przedsiębiorcy związanych ze stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej, Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów ma miejsce na etapie przedkontraktowym, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ...% przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012.

Rozpatrując sprawę i ustalając wymiar kary Prezes Urzędu nie znalazł przesłanek obciążających, czy łagodzących, których wystąpienie może wpłynąć na zmianę kwoty bazowej kary.

Ostatecznie wysokość kary w tym przypadku ustalono na kwotę 14.917 zł (słownie: czternaście tysięcy dziewięćset siedemnaście złotych), co stanowi ok. ...% jej maksymalnego wymiaru.

- D. Za praktykę orzeczoną w **punkcie IV** sentencji decyzji, dotyczącą działań przedsiębiorcy niezgodnych z przepisami ustawy o kredycie konsumentskim Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie zawierania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ...% przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012.

Także i w odniesieniu do tej praktyki Prezes Urzędu nie znalazł przesłanek ani obciążających, ani łagodzących, których wystąpienie uzasadniłoby zmianę kwoty bazowej kary.

Ostatecznie wysokość kary, w tym przypadku, ustalono na kwotę 59.669 zł (słownie: pięćdziesiąt dziewięć tysięcy sześćset sześćdziesiąt dziewięć złotych), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.

- E. Za praktykę orzeczoną w **punkcie V** sentencji decyzji, dotyczącą działań przedsiębiorcy, związanych ze stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej, Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ...% przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012.

W tym przypadku Prezes Urzędu nie znalazł przesłanek łagodzących pozwalających na zmianę kwoty bazowej kary. Natomiast z uwagi na umyślność działań podwyższył kwotę bazową kary o 50%.

Ostatecznie wysokość kary, w tym przypadku, ustalono na kwotę 134.255 zł (słownie: sto trzydzieści cztery tysiące dwieście pięćdziesiąt pięć złotych), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.

- F. Za praktykę orzeczoną w **punkcie VI** sentencji decyzji, dotyczącą działań przedsiębiorcy, związanych ze stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej, Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało



miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ...% przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012.

Z uwagi na zaniechanie stosowania tej praktyki Prezesa Urzędu postanowił obniżyć kwotę kary o 30%. Jednocześnie z uwagi na umyślność działań podwyższono kwotę kary o 50%.

Ostatecznie wysokość kary, w tym przypadku, ustalono na kwotę 107.404 zł (słownie: sto siedem tysięcy czterysta cztery złote), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.

- G. Za praktykę orzeczoną w **punkcie VII** sentencji decyzji, dotyczącą działań przedsiębiorcy, związanych z naruszeniem przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ... % przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012. Prezes Urzędu nie znalazł żadnych okoliczności pozwalających na obniżenie wymiaru kary, jak i na jego podwyższenie, stąd ostatecznie wysokość kary ustalono na kwotę 29.834 (słownie: dwadzieścia dziewięć tysięcy osiemset trzydzieści cztery złote), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.
- H. Za praktykę orzeczoną w **punkcie VIII** sentencji decyzji, dotyczącą stosowania czynu nieuczciwej konkurencji, Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ... % przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012. Prezes Urzędu nie znalazł żadnych okoliczności obciążających, jak i łagodzących pozwalających na zmianę wymiaru kary i ustalił wysokość kary w kwocie 29.834 (słownie: dwadzieścia dziewięć tysięcy osiemset trzydzieści cztery złote) i wynosi ok. ... % maksymalnego wymiaru kary.
- I. Za praktykę orzeczoną w **punkcie IX** sentencji decyzji, dotyczącą stosowania czynu nieuczciwej konkurencji, Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie ... % przychodu Spółki, uzyskanego w roku 2012. Prezes Urzędu nie znalazł żadnych okoliczności łagodzących, czy obciążających pozwalających na zmianę wymiaru kary i ostatecznie ustalił wysokość kary na kwotę 59.669 zł (słownie: pięćdziesiąt dziewięć tysięcy sześćset sześćdziesiąt dziewięć złotych), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.

W ocenie Prezesa Urzędu kary nakładane na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służą podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista, powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować praktyk godzących w interesy słabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Podejmując decyzję o nałożeniu kar i określając ich wysokości Prezes Urzędu wziął pod uwagę wszystkie ww. okoliczności, jak i możliwości



finansowe przedsiębiorcy. Orzeczone kary powinny bowiem stanowić dolegliwość dla przedsiębiorcy, tak aby ich nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary, należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W ocenie Prezesa Urzędu wymierzone kary są adekwatne do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczone kary powinny stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania. W tym przypadku kary powinny spełnić jednak przede wszystkim funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie XII sentencji niniejszej decyzji.

- [48] Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Niniejsze postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu orzekł, jak w punktach od I do IX sentencji decyzji.

Ponadto, zgodnie z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) organ administracji publicznej, jednocześnie z wydaniem decyzji, ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych (art. 263 § 1 k.p.a.).

Prezes Urzędu w przedmiotowej decyzji uznał, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono przedsiębiorcę obciążyć kosztami postępowania w wysokości 60,75 zł (słownie: sześćdziesiąt złotych 75/100).

W związku z tym orzeczono jak w punkcie XIII sentencji niniejszej decyzji.

POUCZENIA:

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:



NBP O/O WARSZAWA 51101010100078782231000000.

Na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania w wysokości 60,75 zł (słownie: sześćdziesiąt złotych 75/100). Powyższą kwotę należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O WARSZAWA 511010101000787822 31000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296 ze zmianami), od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie XIII niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy i w związku z 479³² § 1 i § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks 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 Gdańsku w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Roman Jarząbek
Dyrektor Delegatury UOKiK w Gdańsku



