

Sygn. akt XVII AmA 24/14

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 24 lutego 2015 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w składzie:

Przewodniczący: **SSO Ewa Malinowska**

protokolant: sekretarz sądowy Patrycja Żuk

po rozpoznaniu w dniu 24 lutego 2015 roku w Warszawie na rozprawie

sprawy z odwołania (...) **Spółki Akcyjnej z siedzibą w B.**

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania powoda od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i

Konsumentów z dnia 24 grudnia 2013 roku nr (...)

I. oddala odwołanie;

II. zasądza od powoda (...) Spółki Akcyjnej z siedzibą w B. na rzecz pozwanego Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów 360 zł (trzysta sześćdziesiąt złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu.

SSO Ewa Malinowska

Sygn. akt: XVII AmA 24/14

UZASADNIENIE

W dniu 24 grudnia 2013 r. Prezes UOKiK Delegatura w P. wydał decyzję nr (...) mocą której:

a) uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działania (...) S.A. z siedzibą w B. polegające na zastosowaniu w reklamach pożyczki hasła o treści „(...)” (...), które mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do zakresu oferty przedsiębiorcy, sugerując bezwarunkowe udzielenie pożyczki – bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,

i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 24 maja 2014 r.;

b) uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy działania (...) S.A. z siedzibą w B. polegające na posługiwaniu się w reklamach nieprawdziwymi informacjami wskazującymi, że oferowane pożyczki udzielane są bez opłat wstępnych, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,

i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 24 maja 2013 r.

Z tytułu ww. naruszeń Prezes UOKiK nałożył na przedsiębiorcę kary pieniężne w wysokości, odpowiednio, 2708 zł i 13 541 zł.

W uzasadnieniu decyzji Prezes UOKiK podniósł m. in., że spółka prowadzi działalność polegającą na udzielaniu pożyczek gotówkowych na terenie dziewięciu województw. Spółka zawiera z konsumentami umowy pożyczki poza lokalem przedsiębiorstwa. Oferując pożyczki, spółka wykorzystuje większość dostępnych form reklamy w licznych wydawnictwach i tytułach prasowych, telewizyjnych, internetowych a także w formie ulotek, naklejek, plakatów i na telebimach. (...) reklamowe rozprowadzane są przez przedstawicieli handlowych, jak również są przekazywane klientom bezpośrednio. (...) ze zwrotem „(...)” i „(...)” rozpowszechniane były w formie prasowej i papierowej w okresie od 15 kwietnia 2012 r. do 23 maja 2013 r., podobnie jak reklamy informujące, że oferowane pożyczki udzielane są bez opłat wstępnych. W ocenie Prezesa UOKiK działania Spółki polegające na reklamowaniu usług finansowych mieszczą się pojęciu praktyki rynkowej. Praktyka opisana w punkcie I sentencji polega na działaniu wprowadzającym przeciętnego konsumenta w błąd poprzez zamieszczanie w większości z rozpowszechnianych przez spółkę reklamach hasła „(...)” i „(...)”. Rozpowszechnianie tych haseł mogło wywołać wśród konsumentów mylne wrażenie, że spółka udziela pożyczek niezależnie od tego, czy konsumenci figurują w rejestrach dłużników. Tym samym przeciętny konsument mógł dojść do wniosku, że proces uzyskania pożyczki nie jest sformalizowany. Prezes UOKiK uznał jednocześnie, że przeciętny konsument utożsamia nazwę (...) z bazą, w której gromadzone są dane o zobowiązaniach dłużników.

W zakresie rozstrzygnięcia w punkcie II decyzji Prezes UOKiK wskazał, że Spółka przekazuje konsumentom obiektywnie nieprawdziwą informację. Sformułowanie „bez opłat wstępnych” odnosi się do faktu niepobierania od konsumentów opłat za złożenie i rozpatrzenie wniosku o pożyczkę jedynie w przypadku odmowy zawarcia umowy ze strony spółki, co oznacza, że tylko w sytuacji niezawarcia umowy pożyczki konsument nie ponosi żadnych kosztów za czynności podejmowane w tych procesach. Trudno uznać, aby przeciętnie zorientowany konsument w ten właśnie sposób interpretował zakwestionowany zwrot, tym bardziej, że niepobieranie opłat w sytuacji nieudzielenia pożyczki jest na gruncie obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim powszechne na rynku. Zatem w omawianym zakresie reklamy mogą wprowadzać konsumenta w błąd co do możliwości uzyskania pożyczki bez żadnych kosztów. Charakter opłaty wstępnej ma stosowana przez spółkę opłata przygotowawcza, pobierana przez nią zarówno w przypadku opcji pożyczki z obsługą w domu, jak i bez tej opcji. Konkludując Prezes UOKiK stwierdził, że nieprawdziwa jest informacja, iż pożyczka udzielana jest bez opłat wstępnych; informacja ta może wpłynąć na decyzje rynkowe przeciętnego konsumenta a jej przekazanie przez spółkę jest sprzeczne z dobrymi obyczajami. (k. 3 – 10)

W odwołaniu od powyższej decyzji powód (...) S.A. w B. zarzucił naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 i art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów prowadzące do błędnego ustalenia stanu faktycznego, sprzecznego z zaistniałym stanem faktycznym i niezasadne przyjęcie, że działalność spółki naruszała zbiorowe interesy konsumentów. Powód wniósł o uchylenie decyzji, ew. o jej zmianę poprzez odstąpienie od wymierzenia kary. W uzasadnieniu podniósł m. in., że współczesny przeciętny konsument dysponuje szerokim zasobem wiedzy z zakresu życia codziennego. Taki konsument nie dokonuje wyboru tylko pod wpływem reklamy. Od przeciętnego konsumenta należy wymagać wysokiego poziomu uwagi i ostrożności. Wskazany przez Prezesa UOKiK wzorzec przeciętnego konsumenta należy uznać za zbyt szeroki i ogólny. W ocenie powoda błędnym nadto jest założenie, że wykorzystanie w reklamie haseł „(...)” oraz „(...)” mogą wywołać mylne wrażenie u przeciętnego konsumenta. Użycie tych haseł nie oznacza, że spółka bezwarunkowo udziela kredytów i pożyczek. Nadto zdaniem powoda Prezes UOKiK błędnie ustalił, że opłata wstępna i opłata przygotowawcza to te same opłaty. Zdaniem powoda różnica pomiędzy nimi polega na tym, że opłata przygotowawcza podlega ściągnięciu w przypadku udzielenia pożyczki, zaś opłata wstępna należna jest za sam fakt rozpatrzenia wniosku o udzielenie pożyczki, bez względu na ostateczną decyzję powoda w tej kwestii. (k. 11 – 14)

W odpowiedzi na odwołanie pozwany wniósł o jego oddalenie, powielając argumentację zaprezentowaną w uzasadnieniu zaskarżonej decyzji. (k. 24 – 27)

Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny:

Powód (...) S.A. z siedzibą w B. prowadzi działalność gospodarczą polegającą na udzielaniu pożyczek konsumentom.

dowód: odpis KRS (k. 69 – 75 akt adm)

Powód prowadzi działalność na terenie obejmującym obszar województw (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...). Powód zawiera z konsumentami umowy pożyczki poza lokalem przedsiębiorstwa za pośrednictwem sieci przedstawicieli handlowych oraz przy współpracy pośredników kredytowych. Spółka udziela konsumentom pożyczek: z obsługą w domu przedstawiciela handlowego, bez obsługi w domu – na konto, przy udziale przedstawiciela handlowego oraz na konto przy współpracy z pośrednikiem kredytowym.

dowód: pismo powoda z dnia 28 stycznia 2013 r. (k. 6 – 7 akt adm.)

Powód reklamował w różnorodnych formach oferowane pożyczki. W szczególności powód wykorzystywał następujące formy reklamy:

- prasową: Tygodnik (...), Tygodnik S., Tygodnik (...), Tygodnik S., Słowo P., tygodni (...), Echo Miasta Ł. i inne;
- telewizyjną: T. P.;
- internetową: www(...).pl;
- papierową: ulotki, naklejki, plakaty, zrywki, ulotki na klamkę;
- telebimowi.

dowód: pismo powoda z dnia 7 czerwca 2013 r. (k. 93 akt adm.)

pismo powoda z dnia 7 października 2013 r. (k. 104 akt adm.)

Powód reklamował swoje produkty finansowe posługując się zwrotem „(...)”, „(...)” oraz „bez opłat wstępnych”. (...) te ukazywały się w prasie oraz w formie ulotek, naklejek, plakatów, zrywek i ulotek na klamkę. (...) stosowane w okresie od 15 kwietnia 2012 r. do 23 maja 2013 r.

dowód: pismo powoda z dnia 7 października 2013 r. (k. 104 akt adm.)

wydruk grafiki reklamowej (k. 111, 112 akt adm.)

W przypadku zawarcia przez konsumenta umowy o pożyczkę gotówkową bez obsługi w domu, pożyczkobiorca zobowiązany był do poniesienia kosztów ubezpieczenia oraz opłaty przygotowawczej. W przypadku zaś zawarcia umowy o pożyczkę gotówkową z obsługą w domu, pożyczkobiorca zobowiązany był do poniesienia – oprócz ww. kosztów – kolejnej opłaty tj. dodatkowej opłaty przygotowawczej.

dowód: pismo powoda z dnia 13 maja 2013 r. (k. 84 akt adm.)

W roku 2012 powodowa spółka osiągnęła przychód w wysokości 19 344 125, 56 zł.

dowód: zeznanie podatkowe (k. 85 – 86 akt adm.)

Sąd przyznał moc dowodową wszystkim zgromadzonym w sprawie dokumentom; ustalenia Sądu znajdują uzasadnienie we wszystkich przeprowadzonych dowodach, które zostały powołane przy ustalaniu podstawy faktycznej rozstrzygnięcia.

Sąd Okręgowy zważył, co następuje:

Odwołanie nie zasługiwało na uwzględnienie.

Stan faktyczny w niniejszej sprawie był w całości bezsporny.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Natomiast w myśl art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk. Artykuł 5 ust. 1 i 2 drugiej z powołanych ustaw stanowi, iż praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął; wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

Powód nie kwestionował żadnej okoliczności ustalonej w toku postępowania antymonopolowego, w tym faktu posługiwania się przez powoda reklamami udzielanych przez niego pożyczek, które to reklamy – publikowane w różnych formach i różnych środkach masowego przekazu – zawierały hasła „(...)”, „bez sprawdzania BIK” oraz hasła twierdzące, iż pożyczki udzielane są bez opłat wstępnych.

Sąd podziela w całości rozstrzygnięcia organu antymonopolowego.

Nie budzi wątpliwości Sądu, że praktyka powoda była bezprawna. W szczególności działania powoda nosiły znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych o których mowa w art. 4 ust. 2 oraz 5 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Prezes UOKiK trafnie wskazał, że – w zakresie rozstrzygnięcia pkt. I sentencji decyzji - przekaz wynikający ze stosowanych przez powoda reklam mógł wywołać mylne wrażenie u przeciętnego konsumenta, że spółka udziela pożyczek niezależnie od tego, czy konsumenci figurują w rejestrach dłużników (zatem bez dokonywania badania zdolności kredytowej). Skrót (...) nawet uważny i dostatecznie zorientowany przeciętny konsument utożsamia z podmiotem gromadzącym dane o zobowiązaniach finansowych osób. Hasło „(...)” musi się więc kojarzyć z faktem rezygnacji pożyczkodawcy ze sprawdzenia w ramach procedury udzielenia pożyczek bazy, czy ubiegający się o pożyczkę konsument znajduje się w rejestrze dłużników.

Nadto sugestię, iż pożyczki udzielane są przez powoda z pominięciem sformalizowanej procedury wzmacniało użycie przez powoda w reklamach sformułowania „bez zaświadczeń o dochodach”. Sąd podziela stanowisko pozwanego, iż niniejszej sprawie za dobre obyczaje należy uznać prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej i jednoznacznej informacji od przedsiębiorcy. Naruszenie tak rozumianego dobrego obyczaju może nastąpić wskutek przekazania konsumentowi informacji wprowadzających w błąd. Po wpływie rozpowszechnianych reklam przeciętny konsument mógł nabrać mylnego wyobrażenia o warunkach, jakie musi spełnić by uzyskać pożyczkę od spółki. Zakwestionowane reklamy mogły zatem zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przez zawarciem umowy. Wywołany reklamami błąd mógł mieć wpływ na podjęcie przez konsumentów decyzji dotyczącej umowy, której nie podjąłby w innym wypadku. Podkreślenia przy tym wymaga, że dla wystąpienia skutku w postaci naruszenia interesów konsumentów wystarcza sama potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

Uzasadniając rozstrzygnięcie w zakresie pkt II zaskarżonej decyzji słusznie również w podniesiono, że działanie powoda – z opisanych wyżej przyczyn - nosi znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej przybierającej postać rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji na temat działalności powoda, w szczególności informacji wskazujących, że oferowane pożyczki udzielane są bez opłat wstępnych, podczas gdy opłaty wstępne nie są pobierane jedynie w sytuacji, gdy spółka odmówi udzielenia pożyczki konsumentowi. Nie ma tu znaczenia okoliczność, iż powód posługuje się pojęciem „opłaty przygotowawczej”. Opłata przygotowawcza w istocie ma charakter opłaty wstępnej,

jako że jest potrącana jeszcze przed wypłaceniem kwoty pożyczki, a więc na wstępnym etapie kontraktu. W przypadku opcji pożyczki z obsługą w domu konsument ma obowiązek zapłacić opłatę przygotowawczą i dodatkową opłatę przygotowawczą w chwili zawarcia umowy w miejscu zamieszkania. W przypadku pożyczki bez opcji obsługi w domu, spółka przelewa kwotę pożyczki pomniejszoną o opłatę przygotowawczą na konto konsumenta.

Takie działanie powoda narusza prawo konsumentów do uzyskania rzetelnej i prawdziwej informacji oraz może powodować u nich błędne przekonanie co do atrakcyjności oferty spółki. Działanie to jest sprzeczne z dobrymi obyczajami.

Opisane wyżej praktyka sprawia, że w oczach konsumentów oferta powoda jest korzystniejsza od ofert jego konkurentów a przez to wywiera istotny wpływ na decyzje konsumentów.

W ocenie Sądu nie budzą przy tym wątpliwości rozważania Prezesa UOKiK dotyczące modelu przeciętnego konsumenta, którego mogłyby dotknąć negatywne skutki działań powoda. W szczególności za przeciętnego uznaje się konsumenta, który jest dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Od takiego konsumenta można wymagać pewnego stopnia wiedzy i orientacji, ale jednocześnie nie można uznać, iż jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Przeciętny konsument nie jest naiwny, ale nie jest w stanie ocenić sytuacji tak jak profesjonalista. Przeciętny konsument jest w analizowanym przypadku osobą, która powinna podlegać szczególnej ochronie ze względu na cechy charakterystyczne czynności prawnych polegających na zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa.

Jednocześnie brak podstaw do uznania, że powód adresuje swoje reklamy do szczególnej grupy konsumentów. Umowy zawierane przez spółkę nie wymagają od konsumentów ponadprzeciętnej specjalistycznej wiedzy w zakresie funkcjonowania rynku usług finansowych bądź warunków udzielania pożyczek. Oferta spółki, prezentowana konsumentom za pośrednictwem reklam, skierowana była do możliwie najszerszego kręgu odbiorców.

Opisane powyżej działania powoda w ocenie Sądu naruszały dobre obyczaje, które w niniejszej sprawie przybierają postać obowiązku rzetelnego i kompletnego informowania konsumentów o jakości oferowanych usług.

Nie budzi przy tym wątpliwości Sądu, że opisana praktyka godziła w zbiorowy interes konsumentów. Zachowanie powoda wprowadzało w błąd i skierowane było do potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. W niniejszej sprawie naruszono prawa licznej grupy konsumentów, i to zarówno tych, którzy zawarli umowę w oparciu o nieprawdziwe informacje, jak i tych, którzy taką umowę hipotetycznie mogli zawrzeć.

Prawidłowo Prezes UOKiK ustalił, iż zakwestionowane w niniejszym postępowaniu reklamy przestały być rozpowszechniane z dniem 24 maja 2013 r. Stąd uzasadnione było przyjęcie, że w tym dniu powód zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zarzuty odwołania stanowią jedynie niepopartą dowodami polemikę z rozstrzygnięciem Prezesa UOKiK i jako takie nie zasługują na uwzględnienie.

Konkludując działanie powoda – polegające na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji dotyczących prowadzonej działalności gospodarczej - wypełniło znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zasadne było więc obciążenie powoda obowiązkiem zapłaty kary pieniężnej na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Sądu orzeczona kara spełnia przesłanki określone w art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W zakresie wymiaru kary za naruszenie określone w punkcie I sentencji decyzji należało uwzględnić okoliczność, że praktyka powoda ujawniła się na etapie przedkontraktowym a nadto fakt, że okres jej trwania wynosił więcej niż rok. Okolicznością łagodzącą był fakt, że spółka zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zaraz po wszczęciu postępowania administracyjnego.

Kara wymierzona za naruszenie określone w punkcie II sentencji decyzji uwzględnia fakt, iż praktyka powoda naruszała podstawowe prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Należało również uwzględnić fakt, że praktyka stosowana była powyżej jednego roku. Okolicznością łagodzącą – podobnie jak w przypadku naruszenia opisanego w punkcie I decyzji – był fakt zaprzestania stosowania praktyki w trakcie postępowania administracyjnego.

Nadto wysokość nałożonej kary jest adekwatna do stopnia społecznej szkodliwości praktyk powoda oraz możliwości finansowych - pozostaje we właściwej proporcji do uzyskanego dochodu.

Z powyższych względów na podstawie art. 479 indeks 31a § 1 k.p.c. Sąd orzekł jak w punkcie I sentencji.

O kosztach postępowania orzeczono na podstawie art. 98 k.p.c. w zw. z § 14 ust. 3 pkt 1 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (Dz.U. z dnia 3 października 202 r.) zasądając od powoda, który przegrał proces, na rzecz pozwanego kwotę 360 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

SSO Ewa Malinowska