

Sygn. akt *XVII AmA 82/14*

WYROK

1. W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 05 kwietnia 2016 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

w składzie:

Przewodniczący: **SSO Maria Witkowska**

Protokolant: sekretarz sądowy Magdalena Brzezińska

po rozpoznaniu w dniu 23 marca 2016 r. w Warszawie na rozprawie

sprawy z odwołania (...) *Sp. z o.o. z siedzibą w B.*

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o **stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**

na skutek odwołania (...) *Sp. z o.o. z siedzibą w B.* od Decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 grudnia 2013 roku Nr (...)

1) **zmienia zaskarżoną Decyzję w ten tylko sposób, że uchyla pkt I i pkt VI ppkt 1 Decyzji,**

2) **oddala odwołanie w pozostałej części,**

3) **zasądza od (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 360 zł (trzysta sześćdziesiąt złotych) tytułem kosztów zastępstwa procesowego.**

Sygn. akt XVII AmA 82/14

UZASADNIENIE

Decyzją Nr (...) z dnia 24 grudnia 2013 r. pozwany Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko (...) *Sp. z o.o. z siedzibą w B.*:

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, działania (...) *Sp. z o.o. z siedzibą w B.*, polegające na zastosowaniu w reklamach pożyczki haseł o treści: „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK”, 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 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206)

i nakazał zaniechania jej stosowania.

II. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, działania (...) *Sp. z o.o. z siedzibą w B.*,

polegające na posługiwaniu się w reklamach hasłami „Bez prowizji i bez opłat wstępnych” lub „bez opłat wstępnych” sugerującymi uzyskanie przez konsumentów pożyczki bez ponoszenia tych kosztów, podczas gdy prowizje i opłaty wstępne nie są pobierane tylko na etapie składania wniosku o udzielenie pożyczki oraz oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206)

i stwierdził zaniechanie jej stosowania w styczniu 2013 roku.

III. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, działania (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B., polegające na posługiwaniu się w reklamach nieprawdziwymi informacjami wskazującymi na tzw. przyznawalność pożyczek na poziomie 99 % oraz jednocześnie nieponoszenie przez konsumentów opłat za ich udzielenie, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) i stwierdził zaniechanie jej stosowania w styczniu 2013 roku.

IV. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, działania (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B., polegające na posługiwaniu się w reklamach hasłami o treści: „nie ponosisz opłat za udzielenie pożyczki, masz możliwość wcześniejszej spłaty, zwracamy koszty ubezpieczenia i odsetki”, sugerującymi możliwość odzyskania poniesionych kosztów ubezpieczenia i odsetek w każdych okolicznościach, podczas gdy możliwość taka istnieje tylko w przypadku wcześniejszej spłaty pożyczki, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206)

i stwierdził zaniechanie jej stosowania w styczniu 2013 roku.

V. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, działania (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B., polegające na posługiwaniu się w reklamach logo (...), wskazującego na posiadanie Certyfikatu Rzetelności wydawanego przez (...), nie mając do tego uprawnienia, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 7 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206)

i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 28 lutego 2013 roku.

VI. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, nałożył na (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B.:

1. w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji karę pieniężną w wysokości 26.756 zł, płatną do budżetu państwa;
2. w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji karę pieniężną w wysokości 93.646 zł, płatną do budżetu państwa;
3. w zakresie opisanym w pkt III sentencji niniejszej decyzji karę pieniężną w wysokości 18.730 zł, płatną do budżetu państwa;
4. w zakresie opisanym w pkt IV sentencji niniejszej decyzji karę pieniężną w wysokości 46.823 zł, płatną do budżetu państwa;
5. w zakresie opisanym w pkt V sentencji niniejszej decyzji karę pieniężną w wysokości 93.646 zł, płatną do budżetu państwa.

Od przedmiotowej Decyzji odwołanie wniósł powód (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B., zaskarżając ją w całości i zarzucając jej:

1) naruszenie prawa materialnego, tj. art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym /Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm. - dalej u.p.n.p.r./ w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przyjęcie, że powód dopuścił się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów mających stanowić nieuczciwą praktykę rynkową na skutek działania polegającego na zastosowaniu w reklamach pożyczki haseł o treści „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK”, które miałyby potencjalnie wprowadzać konsumentów w błąd co do zakresu oferty strony powodowej poprzez sugerowanie bezwarunkowego udzielenia pożyczki bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, podczas gdy posługiwanie się tymi hasłami w kampanii reklamowej polegało na prawdzie i nie wprowadzało konsumentów w błąd;

2) błąd w ustaleniach faktycznych przyjętych za podstawę rozstrzygnięcia w zakresie sentencji w punkcie I zaskarżonej decyzji poprzez przyjęcie, iż strona powodowa nie przestrzega standardu przekazywania konsumentowi rzetelnej i jednoznacznej informacji w reklamach swoich produktów;

3) naruszenie prawa materialnego, tj. art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym /Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm. - dalej u.p.n.p.r./ w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przyjęcie, że powód dopuścił się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów mających stanowić nieuczciwą praktykę rynkową poprzez posługiwanie się w reklamach hasłami „bez prowizji/bez opłat wstępnych” lub „bez opłat wstępnych”, które miałyby sugerować, iż konsumenci nie ponoszą w/w opłat za udzielenie pożyczki, podczas gdy posługiwanie się tymi hasłami w kampanii reklamowej polegało na prawdzie i nie wprowadzało konsumentów w błąd;

4) błąd w ustaleniach stanu faktycznego poprzez przyjęcie, że „niepobieranie opłat w sytuacji nieudzielenia pożyczki jest na gruncie obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim powszechnie na rynku”, podczas gdy twierdzenie to nie jest prawdziwe albowiem sam UOKiK wraz z Komisją Nadzoru Finansowego w dniu 27 marca 2013 r. wydał komunikat w którym ostrzegł przed ryzykiem związanym z korzystaniem z usług firm pożyczkowych pobierających opłaty za rozpatrzenie wniosku o pożyczkę przed decyzją o jej przyznaniu;

5) naruszenie prawa materialnego, tj. art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w z w. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. 2007 nr 171 poz. 1206) w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2007 nr 50, poz. 331) poprzez przyjęcie, że powód stosował niedopuszczalną praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów stanowiącą nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą konsumentów w błąd poprzez posługiwanie się w reklamach hasłami „99 % przyznawalności” oraz „nie ponosisz opłat za udzielenie pożyczki”, podczas gdy sformułowanie to oznaczało jedynie wysokie prawdopodobieństwo otrzymania pożyczki w firmie powoda i nie wprowadzało konsumentów w błąd, a nadto Spółka nie ponosiła winy za pojawienie się w reklamach w/w hasła „99 %” ;

6) naruszenie prawa materialnego, tj. art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym /Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm. - dalej u.p.n.p.r./ w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przyjęcie, że powód dopuścił się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów mających stanowić nieuczciwą praktykę rynkową na skutek posługiwania się w reklamach hasłami o treści „nie ponosisz opłat za udzielenie pożyczki, masz możliwość wcześniejszej spłaty, zwracamy koszty ubezpieczenia i odsetek”, które jakoby miałyby sugerować możliwość odzyskania poniesionych kosztów ubezpieczenia i odsetek w każdych okolicznościach;

7) błąd w ustaleniach faktycznych przyjętych za podstawę rozstrzygnięcia a polegający na wadliwym przyjęciu, iż Spółka posługiwała się logo „(...)” w materiałach reklamowych kierowanych do konsumentów, podczas gdy materiały te były adresowane wyłącznie do przedsiębiorców w związku z poszerzeniem oferty Spółki o pożyczki dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą;

8) naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przyjęcie, iż program obejmujący możliwość posługiwania się logo „(...)” dotyczył relacji z konsumentami i w konsekwencji kwestionowane przez Prezesa UOKiK działania Skarżącej mogły stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów;

9) naruszenie prawa materialnego, tj. art. 7 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym / Dz.U. nr 171 poz. 1206 ze zm. -dalej u.p.n.p.r./ w zw. z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przyjęcie, że powód dopuścił się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów mających stanowić nieuczciwą praktykę rynkową na skutek posługiwania się w reklamach logo „(...)” wskazującego na posiadanie Certyfikatu Rzetelność wydawanego przez (...) sp. z o.o. nie mając do tego uprawnienia, podczas gdy posługiwanie się tym logo zostało przyznane Spółce, a jego odebranie nastąpiło bez wiedzy powoda na skutek bezzasadnych działań innej firmy tj. A. K. (1) (...) i w sytuacji kiedy (...) sp. z o.o. nie miała wymagalnego długu względem A. K. (1) (...);

10) naruszenie prawa procesowego, tj. art. 6 k.p.a. oraz 8 k.p.a. w związku z art. 83 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez rażące naruszenie zasady równego traktowania stron przez organ administracyjny i uznanie za bezprawne działań powoda, które w przypadku innych przedsiębiorców, znajdujących się w tej samej sytuacji faktycznej i prawnej, były uznawane przez Prezesa Urzędu za zgodne z przepisami ustawowymi;

a także z ostrożności procesowej:

11) naruszenie prawa materialnego, tj. art. 111 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez nałożenie na powoda kar pieniężnych określonych w punkcie VI w rażącej wysokości, niespełniającej kryteriów proporcjonalności w świetle faktów, iż powód był w usprawiedliwionym błędzie co do prawa oraz co do faktów, zaniechał w większości stosowania wątpliwych dla pozwanego reklam, zaproponował wydanie decyzji zobowiązującej, czy też współdziałał z pozwanym w toku postępowania, a w przypadku kar określonych w zarzucie III i V brak uwzględnienia, iż reklamy te dostały się na rynek bez winy powoda.

W oparciu o powyższe zarzuty powód wniósł o uwzględnienie odwołania oraz:

1) zmianę zaskarżonej Decyzji w całości poprzez umorzenie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;

ewentualnie, w razie nieuwzględnienia ww. wniosku,

2) zmianę zaskarżonej Decyzji w punkcie VI poprzez odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej lub jej obniżenie do poziomu istotnie niższego od kary wymierzonej;

a także:

3) zasądzenie od pozwanego na rzecz strony powodowej zwrotu kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Powód wniósł także o dopuszczenie dowodów wskazanych poniżej i w treści uzasadnienia:

1) z dokumentu obejmującego informację: czy i kiedy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. poinformowało (...) sp. z o.o. o utracie statusu i jej podstawach w zakresie możliwości posługiwania się logo „(...)”, a także czy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. weryfikowały istnienie i wymagalność wierzytelności zgłoszonej przeciwko (...) sp. z o.o. przez A. K. (1) prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą (...), a w tym celu wniósł o zwrócenie się do:

a. Krajowego Rejestru Długów Biuro (...) S.A. we W.;

b. (...) we W.;

2) zeznań świadków:

a. J. K. (1)- pełnomocnika Zarządu Krajowego Rejestru Długów Biuro (...) S.A.

b. M. S. - pracownika Krajowego Rejestru Długów Biuro (...) S.A.

na okoliczność ustalenia czy i kiedy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. poinformowało (...) sp. z o.o. o utracie statusu i jej podstawach w zakresie możliwości posługiwania się logo „(...)”, a także czy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. weryfikowały istnienie i wymagalność wierzytelności zgłoszonej przeciwko (...) sp. z o.o. przez A. K. (1) prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą (...);

c. zeznań świadka W. S. - Prezesa Zarządu (...) Sp. z o.o. na okoliczność ustalenia czy i kiedy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. poinformowało (...) sp. z o.o. o utracie statusu i jej podstawach w zakresie możliwości posługiwania się logo „(...)”, a także czy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. weryfikowały istnienie i wymagalność wierzytelności zgłoszonej przeciwko (...) sp. z o.o. przez A. K. (1) prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą (...);

d. zeznań świadka M. P. - na okoliczność ustalenia zasad współpracy pomiędzy (...) sp. z o.o. a (...) Sp. z o.o. lub Krajowym Rejestrem Długów Biuro (...) S.A. w kontekście nabycia i utraty statusu upoważniającego do posługiwania się logo „(...)” a nadto czy i kiedy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. poinformowało (...) sp. z o.o. o utracie statusu i jej podstawach w zakresie możliwości posługiwania się logo „(...)”, a także czy (...) Sp. z o.o. lub Krajowy Rejestr Długów Biuro (...) S.A. weryfikowały istnienie i wymagalność wierzytelności zgłoszonej przeciwko (...) sp. z o.o. przez A. K. (1) prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą (...);

e. dowodu z zeznań świadka M. W. na okoliczność ustalenia samowolnego i całkowicie niezgodnionego ze stroną powodową posługiwania się reklamą w formie ulotek, na których zamieszczone zostało stwierdzenie „przyznawalność pożyczek na poziomie 99%” ;

f. zeznań świadka J. K. (2) na okoliczność ustalenia braku istnienia wierzytelności A. K. (1) (...) przeciwko (...) sp. z o.o. zgłoszonej do KRD (...) S.A. oraz wysokości wierzytelności (...) sp. z o.o. przysługującej przeciwko A. K. (1) z tytułu współpracy gospodarczej, a nadto celem ustalenia do jakich podmiotów - konsumentów, czy przedsiębiorców - były adresowane materiały reklamowe zawierające logo „(...)”;

3) z przesłuchania stron - strony powodowej, wnosząc o przesłuchanie prokurenta Dyrektora Wykonawczego J. C. - na okoliczność ustalenia braku istnienia wierzytelności A. K. (1) (...) przeciwko (...) sp. z o.o. zgłoszonej do KRD (...) S.A. oraz wysokości wierzytelności (...) sp. z o.o. przysługującej przeciwko A. K. (1) z tytułu współpracy gospodarczej, a nadto celem ustalenia do jakich podmiotów - konsumentów, czy przedsiębiorców - były adresowane materiały reklamowe zawierające logo „(...)”;

4) dowodu z dokumentów załączonych do odwołania, a to:

a. oświadczenia o potrąceniu i wezwania do zapłaty z dnia 21 września 2012 roku i wezwania do zapłaty z dnia 10 października 2012 roku wystosowanego przez (...) sp. z o.o. do A. K. (1) (...);

b. wypowiedzenia umowy z dnia 29 listopada 2012 roku dokonanego przez stronę powodową złożonego Krajowemu Rejestrowi Długów Biuro (...) S.A. we W.;

c. protokołu rozprawy z dnia 19 marca 2013 roku w sprawie VI GC 1349/12 Sądu Rejonowego w B. zawierającej treść ugody pomiędzy A. K. (1) a (...) sp. z o.o. wraz z postanowieniem z dnia 19 marca 2013 roku w przedmiocie umorzenia postępowania ;

d. umowy o współpracy z dnia 27 lutego 2012 roku zawartej z Krajowym Rejestrem Dłużników Biuro (...) S.A.;

- baner zewnętrzny;

2) region W.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...);
- portale internetowe: (...);
- baner zewnętrzny,

3) region O.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...);
- plakat;
- baner;

4) region K.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...), (...);

5) region K.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...);
- portale internetowe: (...);
- rozgłoszenie radiowe: (...);

6) region Ł.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...), (...);
- portale internetowe: (...), (...);

7) region W.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...);
- baner zewnętrzny;
- ulotka;

8) region P.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...);
- portale internetowe: (...)

9) region T.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...);
- billboard;
- baner zewnętrzny;

10) region G.

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...);
- ulotka;

11) region S.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...);
- ulotka;
- baner;

12) region O.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...);
- plakat;
- ulotka;

13) region B.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...), (...);
- ulotka;

14) region K.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...), (...);
- portale internetowe: (...), (...);
- telewizje: (...) (...), (...);
- baner zewnętrzny;
- ulotka;
- plakat;

15) region K.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...);
- baner zewnętrzny

16) region W.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...)
- portale internetowe (...);
- baner zewnętrzny,
- ulotka

17) region L.:

- tytuły wydawnicze: (...);

18) region Z.:

- tytuły wydawnicze: (...), (...);
- baner zewnętrzny;
- plakat;

19) region B.:

- tytuł wydawnicze: (...), (...), (...), (...), (...);
- portale internetowe: (...);

(dowód: załącznik do pisma Spółki z dnia 28.01.2013 r. karty od 11 do 13 akt adm.).

Reklamy ze zwrotem „bez BIK” i „pożyczka bez BIK” stosowane są powszechnie przez Spółkę od dłuższego czasu (dowód: karta nr 151, 177 akt adm.). Z kolei weryfikacja oceny ryzyka kredytowego klienta przeprowadzana przez Spółkę przebiega w następujący sposób: wykorzystanie systemu kart scoringowych (...) S.A., weryfikacja zobowiązań potencjalnego kredytobiorcy w zewnętrznej bazie danych (...) S.A, weryfikacja informacji znajdujących się w wewnętrznej bazie danych (dotyczy klientów korzystających uprzednio z oferowanych przez Spółkę produktów), ocena zdolności kredytowej na podstawie dokumentów i informacji przedłożonych przez potencjalnego kredytobiorcę. (dowód: pismo Spółki z dnia 26.02.2013 r. karty od 108 do 109 akt adm.).

Sformułowania „bez prowizji i bez opłat wstępnych” i „bez opłat wstępnych” wykorzystywane były przez Spółkę w IV kwartale 2012 roku oraz w styczniu 2013 roku. Reklamy z powyższymi zwrotami stosowane były w formie ulotek i ogłoszeń na terenie obejmującym regiony G. oraz W.. (dowód: pismo Spółki z dnia 06.06.2013 r. karta nr 151 akt adm. oraz pismo z dnia 14.06.2013 r. karta nr 163 akt adm., karta 178 akt adm.). Równocześnie we wzorcach umowy pożyczki gotówkowej Spółka stosuje następujące postanowienia: w pkt 1.2. o treści „Pożyczkobiorca zobowiązany jest ponieść koszt opłaty przygotowawczej oraz koszt ubezpieczenia. Opłaty te zostaną potrącone z całkowitej kwoty pożyczki.” oraz w pkt 1.6 „Za udzielenie Pożyczki Pierwotnej Pożyczkobiorca zobowiązuje się zapłacić Pożyczkodawcy wynagrodzenie umowne wynikające z Rocznej Stopy Oprocentowania wynoszącej...” (dowód: wzorce umów pożyczki z załącznikami karty od 16 do 51 akt adm.). Natomiast w pkt 16.4 wzorca umowy Tytuł:B/... (k. 18 akt adm.) i Tytuł:S/... (k. 27 akt adm.) Spółka stosuje następująco brzmiące postanowienie: „W przypadku wcześniejszej spłaty w okresie 12 kolejnych miesięcy kwoty większej niż 13000,00 zł Pożyczkodawca może z należnego się pożyczkobiorcy zwrotu części kosztów potrącić prowizje w wysokości:

- a) 1% wcześniej spłaconej części pożyczki- jeżeli okres między datą spłaty pożyczki, a ustalonym terminem spłaty pożyczki przekracza jeden rok,
- b) 0,5% wcześniej spłaconej części pożyczki – jeżeli okres między datą spłaty pożyczki, a ustalonym terminem spłaty pożyczki nie przekracza jednego roku.”

Reklamy zawierające informacje wskazujące na tzw. przyznawalność pożyczek na poziomie 99 % oraz jednocześnie nieponoszenie przez konsumentów opłat za ich udzielenie stosowane były w rejonie G., w IV kwartale 2012 roku i w styczniu 2013 roku. Ilość materiałów zawierających ww. zwroty wyniosła około 30 tysięcy sztuk Reklamy były rozpowszechniane w formie ulotek. W styczniu 2013 roku wprowadzono w Spółce zakaz stosowania tego zwrotu oraz dokonano utylizacji niewykorzystanych materiałów reklamowych go zawierających. (dowód: pismo Spółki z dnia

26.02.2013 r. karta 111 akt adm., pismo z dnia 06.06.2013 r. karta nr 151 oraz pismo z dnia 14.06.2013 r. karta nr 165 akt adm., karta nr 179 akt adm.).

Używanie przez Spółkę w reklamach haseł o treści: „nie ponosisz opłat za udzielenie pożyczki, masz możliwość wcześniejszej spłaty, zwracamy koszty ubezpieczenia i odsetki”, miało miejsce w IV kwartale 2012 roku i styczniu 2013 r. Reklamy o tej treści w formie ulotek stosowane były na terenie obejmującym rejon G.. (dowód: pismo z dnia 06.06.2013 r. karta nr 151 oraz pismo z dnia 14.06.2013 r. karta nr 163 akt adm., karta nr 180 akt adm.). Przy czym we wzorcach umowy pożyczki gotówkowej Spółka stosuje następujące postanowienie: (w pkt 16.2) o treści „Pożyczkodawca w terminie 14 dni od dnia dokonania spłaty pożyczki w całości dokona rozliczenia i zwrotu kosztów – części wynagrodzenia umownego oraz części kosztów ubezpieczenia – które dotyczą okresów, o który skrócono czas obowiązywania umowy lub okresów wcześniejszej spłaty poszczególnych rat pożyczki” (dowód: wzorce umów pożyczki z załącznikami karty od 16 do 51 akt adm.).

Od marca 2012 r. na podstawie umowy o współpracy zawartej w dniu 27 lutego 2012 roku z Krajowym Rejestrem Długów Biurem (...) S.A. (dowód: karta od 51 do 53 akt sąd.) Spółka posługiwała się godłem promocyjnym (...) w ogłoszeniach reklamowych stosowanych na terenie G. i W., K..

20 listopada 2012 roku (...) Firma Sp. z o.o., jako organizator programu zawiesiła uczestnictwo Spółki (...) Sp. z o.o. w programie w oparciu o Regulamin Programu (...) (karty od 54 do 56 akt sąd.), w związku z faktem, że ta przestała spełniać warunki uczestnictwa (karty od 42 do 45 i 49 akt sąd.).

29 listopada 2012 r. (...) Sp. z o.o wypowiedziała umowę KR D (...) S.A. z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia (dowód: karta nr 48 akt sąd.). Do dnia rozwiązania stosunku uczestnictwa w programie, czyli do 28 lutego 2013 r. Spółka (...) stosowała logo (...).

(dowód: pismo Spółki z 06.06.2013 r. karta 151, karta 130 i 132 akt adm., pismo Spółki z dnia 14 czerwca 2013 r. karty od 165 do 167 akt adm., gazeta (...) w aktach adm., karta 158 akt sąd.).

Spółka (...) Sp. z o.o. na dzień 17 września 2012 r. była dłużnikiem A. K. (1) (...) na kwotę 2.400,00 zł wraz z ustawowymi odsetkami w kwocie 14,53 zł z tytułu umowy zlecenia z dnia 9 sierpnia 2012 r. (k.42-45 akt sąd.).

W związku z powyższym zobowiązaniem pieniężnym Spółka (...) sp. z o.o. na wniosek wierzyciela A. K. (2) została wpisana do Krajowego Rejestru Długów Biuro (...) S.A. (okoliczność bezsporna).

W związku z zawarciem w dniu 19 marca 2013 r. ugody sądowej przed Sądem Rejonowym w B. A. K. (2) zobowiązał się w terminie 7 dni złożyć wniosek o wykreślenie (...) sp. z o.o. z Krajowego Rejestru Długów (...) S.A. (k. 49 ak sąd.).

W 2012 roku Spółka osiągnęła przychód w wysokości (...) zł. (dowód: karty od 138 do 142 akt adm.)

W tym stanie faktycznym Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Zaskarżona Decyzja dotyczy pięciu niedozwolonych praktyk stosowanych, zdaniem Prezesa UOKiK, przez (...) Sp. z o.o. z siedzibą w B.. Wszystkie praktyki zostały zakwalifikowane jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów w myśl art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), ale według Sądu działanie Spółki opisane w pkt I Decyzji takiej praktyki nie stanowi.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 i 2 powołanej ustawy zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w tym między innymi nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów możemy zatem dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia następujących przesłanek:

1) bezprawności działania przedsiębiorcy,

1) godzenia tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Nie budzi wątpliwości w niniejszej sprawie, że powód jest przedsiębiorcą i że podejmuje działania w obrocie z konsumentami. Rozstrzygnięcia wymaga więc kwestia, czy działania opisane w stanie faktycznym sprawy są bezprawne i czy naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

O bezprawności w rozumieniu powołanego przepisu możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy - czyli jego działanie, jak również zaniechanie - jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc jest niezależna od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody.

W przypadku wszystkich praktyk opisanych w Decyzji ich bezprawność miałyby wynikać z naruszenia powszechnie obowiązującej normy prawnej wyrażonej w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) - zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, które to praktyki zostały wymienione wprost w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik jako bezprawne praktyki. Wykazanie, że przedsiębiorca dopuścił się nieuczciwej praktyki rynkowej, po jednoczesnym ustaleniu, że doszło do naruszenia zbiorowego interesu konsumenta, przesądzać będzie zatem o uznaniu praktyki przedsiębiorcy za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy okik.

Według przepisu art. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma szerokie znaczenie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 ustawy). Niewątpliwie więc działania Spółki polegające na reklamowaniu usług finansowych mieszczą się w przedstawionym pojęciu praktyki rynkowej.

Zgodnie z 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 zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl natomiast art. 4 ust. 2 tej ustawy 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, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1.

Pierwsze cztery nieuczciwe praktyki rynkowe przypisane powodowi w pkt I, II, III i IV Decyzji uznane zostały przez Prezesa UOKiK za praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Stosownie do treści art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, 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. Przy czym w myśl art. 5 ust. 2 powołanej ustawy wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, a takim właśnie sposobem posługiwał się zdaniem Prezesa UOKiK Przedsiębiorca w przypadku w. wym. praktyk.

Ocena każdej praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę, w tym praktyki polegającej na wprowadzaniu w błąd musi się odnosić do przeciętnego konsumenta, za którego uznaje się konsumenta dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Natomiast zakwestionowane przekazy informacyjne stosowane przez (...) Sp. z o.o. w reklamach kierowane były do wszystkich konsumentów, zwłaszcza potrzebujących finansowania, co do których nie można uznać, aby posiadali bogatą wiedzę specjalistyczną w zakresie funkcjonowania rynku usług finansowych, bądź warunków udzielania pożyczek. Niemniej jednak, jak wynika z badań, na których opierał się Prezes UOKiK, z usług pozabankowych instytucji finansowych częściej skłonne są korzystać osoby z zawodowym wykształceniem, których dochody mieszczą się w przedziale 1501-2500 zł. Poza tym zwrócenia uwagi wymaga, że Spółka prowadziła kampanię, przedstawiając możliwość udzielenia przez nią pożyczki, w różnych regionach kraju, w związku z czym starała się dotrzeć do szerokiego grona konsumentów, którzy nie posiadają jednak żadnych specyficznych cech.

Dokonując subsumcji ustalonego stanu faktycznego pod normy powyżej przywołanych przepisów Sąd stwierdził, że nie jest uzasadnione uznanie działań powoda polegających na : zastosowaniu w reklamach pożyczki haseł: „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK” za praktykę wprowadzającą konsumentów w błąd co do zakresu oferty przedsiębiorcy poprzez sugerowanie bezwarunkowego udzielenia pożyczki - bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, stąd też w opinii Sądu zachowanie to nie stanowi nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Sąd zważył przede wszystkim, że uznanie, iż hasło „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK” sugeruje bezwarunkowe udzielenie pożyczki jest wnioskiem zbyt daleko idącym. W przekonaniu Sądu racjonalny konsument na podstawie powyższej informacji może co najwyżej domniemywać, że nie będzie sprawdzany w bazie danych, czy jest niesolidnym dłużnikiem, w żadnym razie nie powinien jednak przypuszczać, że jego możliwość zaciągnięcia pożyczki nie będzie w jakikolwiek sposób weryfikowana. Powszechnie bowiem wiadomym jest, że banki, instytucje ustawowo upoważnione do udzielania kredytów, ale także inni kredytodawcy udzielają kredytów, pożyczek w przypadku spełniania przez kredytobiorców szeregu warunków, zmierzając do wyeliminowania z grona potencjalnych kredytobiorców podmiotów, które nie będą w stanie spłacić kredytu. Oczywistym jest bowiem, że działalność takich instytucji jest nastawiona na zysk osiągany dzięki wykonywaniu zobowiązań przez osoby, które zaciągnęły kredyt, czy otrzymały pożyczkę. Dlatego banki badają zdolność kredytową kredytobiorcy, co uregulowano w art. 70 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. Prawo bankowe (Dz.U. z 2012 r. poz. 1376 j.t. ze zm.), zgodnie z którym bank uzależnia przyznanie kredytu od zdolności kredytowej kredytobiorcy, przez którą rozumie się zdolność do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami w terminach określonych w umowie. Kredytobiorca jest obowiązany przedłożyć na żądanie banku dokumenty i informacje niezbędne do dokonania oceny tej zdolności. Natomiast kredytodawca definiowany w ustawie z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zm.) jako przedsiębiorca w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny, który w zakresie swojej działalności gospodarczej lub zawodowej, udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu, na podstawie art. 9 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki jest zobowiązany do dokonania oceny ryzyka kredytowego konsumenta, czyli w myśl art. 5 pkt 16 powołanej ustawy oceny zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki. Przy czym, stosownie do art. 9 ust. 2 ustawy ocena ryzyka kredytowego dokonywana jest na podstawie informacji uzyskanych od konsumenta lub na podstawie informacji zawartych w bazie danych lub zbiorze danych kredytodawcy, a na zasadzie art. 9 ust. 3 konsument jest zobowiązany do przedstawienia, na żądanie kredytodawcy, dokumentów i informacji niezbędnych do dokonania oceny ryzyka kredytowego. Jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego, Przedsiębiorca dokonywał analizy przedmiotowego ryzyka udzielenia pożyczki między innymi w oparciu o dokumenty przedstawione przez konsumenta, informacje o konsumencie zaczerpnięte z wewnętrznej bazy danych, ale także zasięgał wiadomości o konsumencie w Biurze (...). Przedsiębiorca nie był bowiem uprawniony do korzystania z zasobów Biura Informacji Kredytowej, ponieważ na mocy art. 105 ust. 4 ustawy Prawo bankowe BIK może udostępniać informacje tylko bankom, innym instytucjom ustawowo upoważnionym do udzielania kredytów oraz instytucjom kredytowym w rozumieniu art. 4 ust. 1 pkt 17 ustawy Prawo bankowe, do których powód nie należy. Hasło stosowane przez powoda „bez BIK”, „pożyczka bez BIK” odzwierciedlało zatem niemożność sprawdzenia konsumenta przez Przedsiębiorcę w bazie BIK, wynikającą z samej ustawy, a nie było dodatkową korzyścią przyznaną przez Przedsiębiorcę w ramach oferty pożyczki dla konsumenta. Informacja ta kierowana do konsumenta była więc informacją prawdziwą, gdyż (...) Sp. z o.o. nie może zaciągać informacji w BIK o zobowiązaniach kredytowych

osób ubiegających się powoda o pożyczkę. Tymczasem, jak wyżej podniesiono, Prezes UOKiK zarzucił Przedsiębiorcy stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a więc w myśl ust. 2 pkt. 1 wymienionego przepisu polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Taka okoliczność nie miała miejsca w stanie faktycznym niniejszej sprawy. W ocenie Sądu, uprawnionym jest zatem stwierdzenie, iż działanie powoda określone przez Prezesa UOKiK w pkt. I Decyzji nie wyczerpuje przesłanek określonych w art. 5 ust. 2 pkt. 1 powołanej ustawy, ponieważ stosowane przez Przedsiębiorcę w reklamach hasło „ bez BIK”, oraz „pożyczka bez BIK” nie było informacją nieprawdziwą.

Ponadto, samo użycie haseł „ bez BIK”, oraz „ pożyczka bez BIK” nie świadczy o tym, że powód nie stosuje żadnych procedur oceny ryzyka kredytowego, a przeczy temu, jak już wyżej podniesiono, materiał dowodowy sprawy. Nie sposób przyjąć zatem za pozwanym, że posługiwanie się przez Przedsiębiorcę w reklamach wymienionymi hasłami jest praktyką wprowadzającą konsumentów w błąd co do zakresu oferty Przedsiębiorcy, jako sugerującą bezwarunkowe udzielenie pożyczki. W ocenie Sądu, przekaz ten nie może w tym zakresie wprowadzać w błąd, gdyż nie tworzy wyobrażenia o automatycznym udzieleniu pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Przeciętny konsument orientujący się jedynie w ogólnych zasadach przyznawania finansowania zdaje sobie bowiem sprawę, iż firmy działające na rynku udzielają pożyczek wyłącznie w razie uprawdopodobnienia jej spłaty, a analizy tej dokonuje się w oparciu o różne kryteria, w szczególności na podstawie danych o sytuacji finansowej ubiegającego się o finansowanie itp. Stąd też nie można zgodzić się z pozwanym, że stosowanie hasła „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK” wprowadza konsumenta w błąd poprzez stworzenie domniemania bezwzględnego uzyskania pożyczki. Natomiast wobec tego, że działanie to nie stwarza mylnego wyobrażenia u konsumenta należy uznać, że nie powoduje też lub nie może powodować podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Skoro bowiem, w ocenie Sądu, konsument nie powinien przypuszczać, że hasło „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK” świadczy o bezwzględnym uzyskaniu pożyczki, to konsekwencją tego jest przyjęcie, iż stosowanie tego hasła nie wpłynie na decyzję konsumenta, aby zawrzeć z Przedsiębiorcą umowę z racji bezwarunkowości pożyczki. Brak było zatem podstaw, aby z faktu posługiwania się w reklamach pożyczki oferowanej przez (...) Sp. z o.o. hasłami „bez BIK” oraz „pożyczka bez BIK” można przypisać powodowi stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, ponieważ działanie powoda nie było bezprawne, wobec czego nie stanowiło nieuczciwej praktyki rynkowej.

Wobec powyższego, zaskarżona Decyzja Prezesa UOKiK w pkt. I podlegała uchyleniu, gdyż w ocenie Sądu nie znajdowała oparcia w powołanych w niej przepisach prawa materialnego. Konsekwencją uchylenia Decyzji w pkt. I jest jej uchylenie w pkt. VI ppkt 1 nakładającym karę pieniężną w związku z zarzuceniem powodowi stosowania praktyki opisanej w pkt. I Decyzji.

Pozostałe praktyki zakwestionowane przez Prezesa UOKiK stanowią natomiast nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Analizując zarzucaną powodowi przez pozwanego praktykę oznaczoną w pkt II Decyzji Sąd stwierdził, że działanie Przedsiębiorcy polegające na posługiwaniu się w reklamach hasłami „Bez prowizji i bez opłat wstępnych” lub „bez opłat wstępnych” powodowało wprowadzenie konsumenta w błąd wobec rozpowszechniania ww. informacji, które w rzeczywistości nie są zgodne z prawdą. Przede wszystkim należy zauważyć, że hasła te sugerują, że Przedsiębiorca nie stosuje prowizji i opłat wstępnych w ogóle. Przedsiębiorca nie uściślił bowiem, że niepobieranie przez niego wskazanych opłat jest ograniczone do jakiegoś etapu ubiegania się przez konsumenta o finansowanie. Ogólny przekaz prowadzi zatem do mylnego wyobrażenia konsumenta, iż w (...) Sp. z o.o. uzyska pożyczkę bez ponoszenia kosztów prowizji i wszelkich opłat wstępnych, podczas gdy prowizje i opłaty wstępne nie są pobierane tylko na etapie składania wniosku o udzielenie pożyczki oraz oceny ryzyka kredytowego. Jak wynika bowiem z treści przedłożonych przez powoda wzorców umów pożyczki, a konkretnie pkt 1.2 i 1.6 części C (k. 16, 25, 34, 43 akt adm.) konsument musi ponieść koszty opłaty przygotowawczej, ale też wynagrodzenia umownego w razie przyznania pożyczki. Natomiast w myśl pkt 16.4 wzorca umowy Tytuł:B/... (k. 18 akt adm.) i Tytuł:S/... (k. 27 akt adm.) w razie wcześniejszej spłaty

pożyczki w przypadku określonym w tym punkcie pożyczkodawca może potrącić prowizję w oznaczonej wysokości. Konsument nie jest jednak zobligowany, aby zasięgać szczegółowych informacji u Przedsiębiorcy, względnie studiować stosowane przez niego wzorce umowne, aby weryfikować informację przekazaną przez Przedsiębiorcę w reklamie. Konsument ma prawo do rzetelnej, prawdziwej informacji o produkcie już w reklamie tego produktu, jaką posługuje się Przedsiębiorca na rynku, a ta nie polegała na prawdzie. Samo przekazanie konsumentowi nieprawdziwej informacji miało zainteresować konsumentów ofertą powodowej Spółki i wywołać wrażenie, że jest to najlepsza oferta spośród wszystkich przedsiębiorców oferujących pożyczki. Słusznie zatem Prezes UOKiK przyjął, iż nieprawdziwa informacja ma istotne znaczenie z punktu widzenia przeciętnego konsumenta i może wpływać na jego decyzje rynkowe. Nie ma przy znaczenia dla wydźwięku zakwestionowanych haseł okoliczność, czy niepobieranie opłat w sytuacji nieudzielenia pożyczki jest powszechne na rynku, czy też nie, ponieważ ogólne twierdzenie o niepobieraniu opłat i prowizji nie oznacza ich niewymagania wyłącznie w przypadku nieudzielenia pożyczki. Wykorzystywanie przez Przedsiębiorcę haseł „Bez prowizji i bez opłat wstępnych” oraz „bez opłat wstępnych” stanowi zatem naruszenie obowiązujących przepisów prawa powołanych przez Prezesa UOKiK w pkt. II zaskarżonej Decyzji.

Kolejna zarzucana powodowi przez Prezesa UOKiK praktyka opisana w pkt III Decyzji również polegała na posługiwaniu się przez Przedsiębiorcę nieprawdziwymi informacjami, tym razem wskazującymi na przyznawalność pożyczek na poziomie 99% przy jednoczesnym stwierdzeniu o nieponoszeniu przez konsumentów opłat za ich udzielenie. Powód sam przyznał, że sformułowanie „99% przyznawalności” jest błędne, dlatego Spółka wycofała z obiegu wszystkie materiały reklamowe zawierające ten zwrot (k. 111 akt adm.). Spółka nie odnotowała zatem przyznawalności pożyczek konsumentom na takim poziomie, natomiast procent udzielanych pożyczek w stosunku do liczby ubiegających się o pożyczkę wskazywał, że praktycznie wszyscy konsumenci otrzymują w (...) sp. z o.o. pożyczki, bo Spółka udziela je niemalże każdemu o nią wnioskującemu. Dodatkowo przy równoczesnym stwierdzeniu, że konsument nie ponosi opłat za udzielenie pożyczki (k. 180 akt adm.), co jak wskazywano wyżej nie było zgodne z prawdą, ponieważ konsument koszty tego rodzaju ponosił, oferta Przedsiębiorcy wydawała się wyjątkowo korzystna, bardziej korzystna niż była w rzeczywistości. W szczególności pożyczka nie charakteryzowała się 99% przyznawalnością, dlatego reklama o tej treści wprowadzała w błąd. Dla odpowiedzialności Przedsiębiorcy za to działanie nie ma wpływu fakt wprowadzenia tej reklamy przez konkretnego pracownika, gdyż Spółka odpowiada za działania swoich pracowników na zasadzie art. 474 kc. Bez znaczenia jest wobec tego także brak ewentualnej zgody Spółki na zamieszczenie w reklamie zakwestionowanej treści, albowiem jak wynika z twierdzeń samego powoda zgoda taka nie była wymagana, ponieważ działania marketingowe jako zdecentralizowane spoczywały na biurach regionalnych, mimo, że prowadzone były w ramach wytycznych Spółki (k. 8 akt adm.). Bezcelowe stało się zatem dopuszczenie dowodu z zeznań świadka na okoliczność ustalenia samowolnego i niezgodnionego ze Spółką posługiwania się reklamą wskazującą na 99% przyznawalność pożyczek przez firmę.

Praktyka określona w pkt IV Decyzji polegała z kolei na posługiwaniu się w reklamach hasłami o treści: „nie ponosisz opłat za udzielenie pożyczki, masz możliwość wcześniejszej spłaty, zwracamy koszty ubezpieczenia i odsetki”, które sugerowały możliwość odzyskania poniesionych kosztów ubezpieczenia i odsetek w każdych okolicznościach, podczas gdy możliwość taka istniała tylko w przypadku wcześniejszej spłaty pożyczki. Przyjęcie przez Prezesa UOKiK przedmiotowej praktyki jako nieuczciwej w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest prawidłowe z tego względu, że faktycznie zapis, w którym każda z zalet oferty wymienianych przez Przedsiębiorcę jest wskazywana oddzielnie jak w formule:

- nie ponosisz opłat za udzielenie pożyczki
- masz możliwość wcześniejszej spłaty
- zwracamy koszty ubezpieczenia i odsetki

może być zrozumiany przez przeciętnego konsumenta tak, że wskazuje na odrębne niezwiązane bezpośrednio ze sobą korzyści. Tak więc na podstawie takiej formy zapisu konsument ma prawo sądzić, że odzyska zwłaszcza poniesione koszty ubezpieczenia, ale także odsetki w każdych okolicznościach. Z powyższego sformułowania wynika bowiem,

że możliwość wcześniejszej spłaty jest odrębną dogodnością dla konsumenta, dlatego zwrot kosztów ubezpieczenia i odsetek nie musi być łączony z wcześniejszą spłatą pożyczki przez konsumenta. Jak wynika natomiast z treści wzorców umownych – umów pożyczki zawieranej przez Spółkę z konsumentem, w tym z pkt 16.2, Spółka zwraca część wynagrodzenia umownego oraz część kosztów ubezpieczenia, które dotyczą okresów, o który skrócono czas obowiązywania umowy lub okresów wcześniejszej spłaty poszczególnych rat pożyczki (np. k. 18 akt adm.). Tym samym to w przypadku wcześniejszej spłaty pożyczki Spółka zwraca koszty „niewykorzystanego” ubezpieczenia i wynagrodzenia umownego, co nie wynika z zapisu reklamowego. Konsument sądząc więc, że (...) Sp. z o.o. zawsze zwraca koszty ubezpieczenia i odsetki postrzegać będzie ofertę Przedsiębiorcy jako daleko bardziej atrakcyjną od podobnych ofert pożyczek na rynku. Wykreowany przez Przedsiębiorcę nieprawdziwy obraz warunków oferty pożyczkowej przesądza zatem o nieuczciwości danej praktyki.

Analizując ostatnią zarzucaną powodowi przez pozwanego praktykę z pkt V Decyzji Sąd oparł się na przepisie art. 7 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w świetle którego nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach jest praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd polegająca na posługiwaniu się certyfikatem, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem, nie mając do tego uprawnienia. Natomiast powód posługiwał się w reklamach logo (...), wskazującym na posiadanie Certyfikatu Rzetelności wydawanego przez (...), nie mając do tego uprawnienia od momentu zawieszenia uczestnictwa (...) Sp. z o.o. w programie (...), czyli od 20 listopada 2012 r. Przy czym nie jest prawdą, że logo (...) było kierowane tylko do Przedsiębiorców, choćby z uwagi na zgromadzony dowód w postaci miejskiego tygodnika bezpłatnego (...), gdzie w reklamie Spółki zastosowała ona to logo i absolutnie nie wynika z niej, aby dotyczyła jedynie Przedsiębiorców, a ponadto gazeta jest skierowana do wszystkich czytelników (gazeta w aktach adm.). Nie było zatem celowe przeprowadzanie dowodów na okoliczność: do kogo były adresowane materiały reklamowe z logo (...).

W ocenie Sądu nie jest prawdziwe twierdzenie powoda, że ewentualność wygaśnięcia możliwości posługiwania się logo (...) nie była Spółce w ogóle wiadoma.

Trzeba wskazać, że powód na podstawie umowy o współpracy z KRD (...) S.A. z dnia 27 lutego 2012 r. przystąpił do programu (...) promującego rzetelność płatniczą i transparentność obrotu gospodarczego i zaakceptował tym samym treść Regulaminu Programu (§ 3 ust. 9 Umowy o współpracy k. 51- 53 akt sąd.). Natomiast zgodnie z § 4 ust. 1 Regulaminu Programu (...), (...) Firma Sp. z o.o. jako wykonawca stwarzający możliwość weryfikacji autentyczności certyfikatów, jakimi posługują się uczestnicy programu (§ 5 ust. 6 Regulaminu) zastrzegła możliwość wykluczenia z programu lub zawieszenia uczestnictwa w programie tych uczestników, którzy nie spełniają wymogów określonych w § 3 ust. 1 Regulaminu, czyli m.in. tych, na temat których widnieją w rejestrze KRD negatywne informacje gospodarcze, tj. informacje o zobowiązaniu albo zobowiązaniach tego podmiotu, które zostały przekazane do KRD przez jego wierzyciela na zasadach określonych w ustawie (§ 3 ust. 1 pkt 3 Regulaminu). Skoro więc, jak wynika z protokołu rozprawy z dnia 19 marca 2013 r. w sprawie o sygn. VI GC 1349/12 toczącej się przed Sądem Rejonowym w B. (k. 49 akt sąd.) powód został wpisany do Krajowego Rejestru Dłużników w związku z zadłużeniem wobec A. K. (1), wpis ten musiał mieć podstawę zgodną z ustawą. Nie było zatem potrzebne dowodzenie w zakresie, czy (...) Firma Sp. z o.o. lub KRD (...) S.A. weryfikowały istnienie i wymagalność wierzytelności zgłoszonej przeciwko (...) Sp. z o.o. Sam powód w piśmie z dnia 21 września 2009 r. (k. 42 akt sąd.) przyznał, że na dzień 17 września 2012 r. (...) Sp. z o.o. jest dłużnikiem A. K. (1) (...) na kwotę 2.400 zł plus odsetki ustawowe, zatem powinien zdawać sobie sprawę, że może zostać wpisany do Krajowego Rejestru Dłużników i o tym fakcie winien poinformować Spółkę (...) Firma Sp. z o.o. Nieprzydatne było zatem przeprowadzenie dowodów na okoliczność ustalenia braku istnienia wierzytelności A. K. (1). Powód znał treść zaaprobowanego wcześniej Regulaminu opublikowanego na stronie internetowej www(...), oraz treść zawartej umowy o współpracy z Krajowym Rejestrem Długów Biurem (...) S.A., w oparciu o postanowienia której zobowiązał się przestrzegać ustawy z dnia 9 kwietnia 2010 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych i Regulaminu i przyjął pełną i wyłączną odpowiedzialność za działania niezgodne z Regulaminem i ustawą (§ 1 umowy o współpracy z KRD (...) S.A. - k. 51 akt sąd.). Wobec tego, powód wiedząc również, że Certyfikat Rzetelności, o którym mowa w § 1 ust. 5 Regulaminu Programu, wydawany przez KRD uczestnikom programu, potwierdza, że dany uczestnik nie figuruje w rejestrze KRD, jako dłużnik powinien dołożyć należytej staranności w celu

zapewnienia Spółki (...) Firma Sp. z o.o. o możliwości posługiwania się certyfikatem, albo nie używać certyfikatu w sytuacji, gdy istniała chociażby potencjalna możliwość zgłoszenia do KR D zadłużenia (...) w stosunku do A. K. (1). Tym bardziej, że (...) Firma Sp. z o.o. i KR D (...) S.A. nie były zobligowane Umową lub Regulaminem do powiadamiania Spółki (...) o utracie statusu i możliwości posługiwania się logo (...). Z uwagi na to, iż jak wynika z pisma (...) Firmy Sp. z o.o. z dnia 15 marca 2013 r. (k. 132 akt adm.) (...) Sp. z o.o. nie została wprost poinformowana o niemożliwości używania przedmiotowego logo, w ocenie Sądu bezzasadne było przeprowadzanie dalszych dowodów na okoliczność, czy i kiedy doszło do poinformowania o tym Spółki, zatem wnioski w tym zakresie zgłoszone przez powoda Sąd oddalił. Jak oświadczyła (...) Firma Sp. z o.o. w ramach wizytówki uczestnika programu istnieje m.in. możliwość sprawdzenia, czy uczestnik może posługiwać się Certyfikatem Rzetelności. Sąd wziął zatem pod uwagę, że za pomocą wizytówki, czyli podstrony internetowej utworzonej i utrzymywanej na rzecz uczestnika programu powód mógł w każdej chwili dowiedzieć się, czy spełnia warunki uczestnictwa w programie i czy może posługiwać się Certyfikatem Rzetelności (k. 132 akt adm., § 5 ust. 7 Regulaminu, k. 158 akt sąd.), zwłaszcza w sytuacji, gdy wobec niego były wysuwane roszczenia przez kontrahenta spółki A. K. (1), toteż obciąża go zaniechanie podjęcia działań w tym zakresie. Z racji natomiast zawieszenia uczestnictwa w programie (...) sp. z o.o. dokonany przez (...) w dniu 20 listopada 2012 r. powodowa Spółka na podstawie § 4 ust. 3 Regulaminu straciła prawo do posługiwania się Certyfikatem, elementami graficznymi, które mogą kojarzyć się bezpośrednio lub pośrednio z programem, co jest uzasadnione tym, że konsumenci nie mogą być wprowadzani w błąd informacją o przyznaniu Przedsiębiorcy swego rodzaju znaku jakości odnośnie jego rzetelności płatniczej, w sytuacji, gdy istnieją wątpliwości co do rzetelności tego Przedsiębiorcy jako dłużnika. Pomimo tego, powód po zawieszeniu jego uczestnictwa w programie (...) w dalszym ciągu posługiwał się logo (...) do 28 lutego 2013 r., kiedy to ostatecznie został rozwiązany stosunek uczestnictwa Przedsiębiorcy w programie. Tym samym przedmiotową praktykę należy uznać za praktykę wprowadzającą w błąd, a jednocześnie nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 7 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W dokonaniu przedmiotowej oceny okazały się pomocne wyłącznie dowody w postaci : Regulaminu programu (...), Umowy o współpracy z Krajowym Rejestrem Długów Biurem (...) S.A, wypowiedzenia umowy o współpracy zawartej z Krajowego Rejestru Długów z 29 listopada 2012 r., oświadczenia o potrąceniu i wezwania do zapłaty, protokołu Sądu Rejonowego w B. z dnia 19 marca 2013 r. oraz dowód z dokumentu obejmującego informację udzieloną przez (...) Firmę Sp. z o.o. czy i kiedy poinformowała (...) Sp. z o.o. o zawieszeniu uczestnictwa spółki (...) z o.o. w programie (...), o czym pisała w piśmie skierowanym do Dyrektora Delegatury UOKiK w P. z dnia 15.03.2013 r. wobec czego, przeprowadzenie dowodów z zeznań świadków i z przesłuchania strony na okoliczności wskazane w odwołaniu wnioskowanych przez stronę powodową nie było celowe.

Sąd zważył, iż skutkiem wyżej opisanych zachowań powoda, o których mowa w pkt II, III, IV i V Decyzji mogło być podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji, której inaczej by nie podjął. Działanie Przedsiębiorcy zniekształcało zachowania rynkowe przeciętnych konsumentów, którzy interesowali się produktem, ponieważ pozostawali w błędnym przekonaniu co do warunków i atrakcyjności oferty pożyczkowej powoda, a także jego wizerunku. Ich wybory mogły być podyktowane wykreowanym obrazem produktu. Zachowanie Przedsiębiorcy godziło zatem w swobodę decyzyjną konsumentów. Dzięki stworzeniu mylnego wyobrażenia u konsumenta co do produktu Przedsiębiorca zyskał zdolność wpływania na decyzje konsumentów.

Ponadto wyżej wymienione praktyki naruszają dobre obyczaje, w tym pojmowane jako rzetelne traktowanie konsumenta w relacjach z profesjonalnym przedsiębiorcą objawiające się w udzielaniu mu jasnych, precyzyjnych i zgodnych z prawdą informacji nie wprowadzających w błąd, w tym zwłaszcza co do cech oferowanego produktu.

Niewątpliwie opisane praktyki naruszały też zbiorowe interesy konsumentów, albowiem nakierowane były na nieograniczony krąg konsumentów będących potencjalnymi klientami Przedsiębiorcy. Praktyki były zatem wymierzone we wszystkich konsumentów, którzy mogli zapoznać się z ofertą prezentowaną przez Przedsiębiorcę, ponieważ nie była ona skierowana do indywidualnie oznaczonych, konkretnych osób lecz do ogółu konsumentów.

W tym stanie rzeczy praktyki wyliczone w pkt II, III, IV i V Decyzji stanowią niedozwolone praktyki z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przeciwieństwie do praktyki oznaczonej w pkt I Decyzji. Jednocześnie Prezes UOKiK stwierdził ich zaniechanie wobec zakończenia ich stosowania.

Powyższe ustalenia wskazywały na możliwość nałożenia na Przedsiębiorcę kar pieniężnych wyłącznie za działania opisane w pkt II, III, IV i V Decyzji. W myśl bowiem art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy.

Mimo, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny, zdaniem Sądu Prezes UOKiK podjął trafną decyzję o wymierzeniu kar Przedsiębiorcy, zwłaszcza z uwagi na segment rynku na jakim doszło do naruszenia, wagę naruszonych interesów konsumentów, ale także z uwagi na potrzebę prewencyjnego oddziaływania na Przedsiębiorcę, który nie może pozostawać w przeświadczeniu o braku konsekwencji finansowych w razie dokonania czynów opisanych w ww. punktach Decyzji.

Jak wynika z treści art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes UOKiK przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ustawy, powinien uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Kara nie może jednak przekroczyć 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, czyli w roku 2012.

Wobec powyższego zostało wzięte pod uwagę, że niedozwolone praktyki miały miejsce na etapie przedkontraktowym, a ich celem było skłonienie konsumentów do zawarcia umowy pożyczki, której warunki nie były zgodne z deklaracjami Przedsiębiorcy zawartymi w reklamie. Przedsiębiorca starał się również przyciągnąć konsumentów gwarancją niemalże pewności uzyskania pożyczki, której nie było oraz obrazem solidnej i wiarygodnej firmy na podstawie certyfikatu, którego nie miał prawa wykorzystywać. Natomiast postępowanie Przedsiębiorcy udzielającego pożyczek powinno być uczciwe i przyzwoite, ponieważ zagrożony jest interes konsumenta, który może dokonać wyboru pożyczkodawcy na podstawie mylnych przesłanek. Przedstawianie mylącej informacji jest zatem tym bardziej naganne z uwagi na rodzaj finansowego zobowiązania pożyczkobiorcy. Przedsiębiorca mimo tego nie zachował należytej staranności zawodowej, podczas gdy jako profesjonalista ma obowiązek jej dochowania przy formułowaniu przekazu reklamowego oraz ocenie tego przekazu pod kątem jego zgodności z obowiązującymi przepisami prawa. Przedsiębiorca powinien uwzględnić potrzebę ochrony interesów konsumentów rozumianych jako prawo do niewprowadzającej w błąd informacji. Toteż nie można przyjąć jakby chciał powód, że pozostawał w usprawiedliwionym błędzie co do faktów i prawa. Natomiast wykorzystane przez Przedsiębiorcę w zakwestionowanych reklamach hasła mogły mieć istotny wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wszystkie praktyki stosowane były niedługo, około kilku miesięcy na ograniczonym terenie, co wskazał Prezes UOKiK w stanie faktycznym sprawy. Okolicznością łagodzącą jest natomiast jedynie fakt zaniechania praktyk jeszcze przed wszczęciem postępowania administracyjnego, a podnoszony przez powoda brak winy we wprowadzeniu na rynek reklamy odnośnie 99% przyznawalności pożyczki został zakwestionowany, toteż nie może przemawiać za obniżeniem kary. Przedsiębiorca zaprzestał zatem dobrowolnie dalszego naruszania interesów konsumentów, co doprowadziło do obniżenia kar pierwotnie rozpatrywanych przez Prezesa UOKiK o 30%, zatem kary te trudno uznać za nieproporcjonalnie wysokie. Przy wymiarze kar zostały uwzględnione wszystkie okoliczności wymienione w art. 111 ustawy o.k.i.k., toteż należy uznać, że miarkowanie przyczyniło się do ustalenia kar w odpowiedniej proporcji.

Powyższe okoliczności, przemawiały za ustaleniem kar na poziomie określonym w Decyzji za II praktykę- 93.646 zł, za III praktykę- 18.730 zł, za IV- 46.823 zł, za V- 93.646, przy przychodzie powoda za 2012 r. w wysokości (...) zł. Kary te nie są rażąco wygórowane, Przedsiębiorca może uiścić bez uszczerbku dla prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności. Jednocześnie przedmiotowe kary pełnić będą funkcję prewencyjną. Natomiast nienałożenie na

Przedsiębiorcę kar bądź ich zmniejszenie, w ocenie Sądu, stałoby w sprzeczności z celami prewencyjnymi sankcji za niezastosowanie się powoda do obowiązujących wymagań prawa, zmierzającymi do wymuszenia na ukaranym przestrzegania reguł prawnych w przyszłości.

Odnosząc się natomiast do zarzutów powoda dotyczących procedury administracyjnej Sąd stwierdził, iż nie mogą być one skuteczne w postępowaniu przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Sąd uznał, że nawet gdyby przyjąć, że w postępowaniu administracyjnym doszło do uchybień proceduralnych to nie mogą one być przedmiotem postępowania sądowego mającego na celu merytoryczne rozstrzygnięcie sporu, bowiem Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zobowiązany jest do wszechstronnego zbadania wszystkich istotnych okoliczności sprawy, przy uwzględnieniu zasad rozkładu ciężaru dowodu i obowiązku stron w postępowaniu dowodowym (vide Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 23 lutego 2007 roku, sygn. akt VI ACa 952/06). Podkreślenia wymaga, że postępowanie przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie stanowi kolejnej instancji postępowania administracyjnego, a wniesienie przez stronę odwołanie otwiera drogę postępowania cywilnego o kontradyktoryjnym charakterze, w którym sąd zobowiązany jest osądzić sprawę od nowa (vide Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 24 października 2006 roku, sygn. akt VI ACa 1026/05).

Z tych względów Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, podzielając zarzuty powoda tylko co do niestosowania praktyki z pkt I Decyzji i wynikającego z tego braku podstaw do wymierzenia za nią kary, zmienił zaskarżoną Decyzję, w ten sposób, że uchylił pkt I i VI.1 Decyzji na mocy art. 479^{31a} § 3 k.p.c., a na podstawie art. 479^{31a} § 1 kpc oddalił odwołanie w pozostałej części.

O kosztach procesu orzeczono na podstawie art. 100 k.p.c. Sąd wyłożył na stronę powodową obowiązek zwrotu wszystkich kosztów wobec faktu, iż odwołanie zostało uwzględnione w nieznaczej części.

SSO Maria Witkowska