

Sygn. akt *XVII AmA 7/15*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 7 grudnia 2017 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
w składzie:

Przewodniczący –	<i>SSO Małgorzata Perdion-Kalicka</i>
Protokolant –	starszy sekretarz sądowy Jadwiga Skrzyńska

po rozpoznaniu 23 listopada 2017 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z odwołania (...) **Bank S.A. z siedzibą w W.**

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania (...) Bank S.A. w W. od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 15 października 2014r. Nr (...)

1. zmienia zaskarżoną decyzję:

- w punkcie I w ten sposób, że stwierdza zaniechanie stosowania praktyki z dniem 30 września 2013r;
- w punkcie III w ten sposób, że obniża nałożoną karę do kwoty 1 500 000 zł (jeden milion pięćset tysięcy złotych);

2. oddala odwołanie w pozostałej części;

3. znosi wzajemnie między stronami koszty postępowania.

SSO Małgorzata Perdion-Kalicka

Sygn. akt *XVII AmA 7/15*

UZASADNIENIE

Decyzją z 15 października 2014 r., o nr (...), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: uokik), uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie (...) Bank SA w W. polegające na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowego produktu, poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja

może nic przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej: upnpr), a w związku z tym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 uokik i nakazał zaniechanie jej stosowania;

II. na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 26 ust. 1 uokik, określił (...) Bank SA z siedzibą w W. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci publikacji punktu I sentencji decyzji na stronie internetowej przedsiębiorcy (...) w ten sposób, że odnośnik do treści pkt I sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej (...) oraz być utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) roku;

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik nałożył na (...) Bank SA z siedzibą w W. karę pieniężną płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu w zakresie opisanym w punkcie I sentencji decyzji w wysokości 4.172.571 zł;

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 w zw. z art. 80 uokik oraz na podstawie art. 263 § 1 oraz art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 uokik obciążył (...) Bank SA z siedzibą w W., kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązał tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 30 złotych, w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

(decyzja, k. 4-28).

W odwołaniu od powyższej decyzji Bank (...) S.A. zaskarżył tę decyzję w całości i wniósł o:

1) uchylenie decyzji w całości,

ewentualnie na wypadek nieuwzględnienia wniosku zawartego w pkt 1)

2) zmianę decyzji w całości poprzez: (i) uznanie praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzenie zaniechania jej stosowania z dniem 1 marca 2013 roku (bądź w innej dacie ustalonej przez Sąd), (ii) obniżenie wymiaru kary pieniężnej nałożonej na powoda w pkt III decyzji oraz (iii) uchylenie lub skrócenie czasu trwania obowiązku określonego w pkt II decyzji

lub

3) zmianę decyzji w pkt III poprzez obniżenie wymiaru kary pieniężnej nałożonej na powoda oraz zmianę decyzji w pkt II poprzez uchylenie lub skrócenie czasu trwania obowiązku określonego w pkt II decyzji,

4) w każdym zaś wypadku o zasądzenie od pozwanego na rzecz powoda kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego, według norm przepisanych.

Zaskarżonej decyzji zarzucono:

I. naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w zw. z 5 ust. 3 pkt 2 w zw. z 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w zw. z art. 1 u.o.k.k. poprzez błędne uznanie, iż w niniejszej sprawie Powód dopuścił się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;

II. naruszenie art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w zw. z art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. poprzez błędne ustalenie definicji przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie;

III. naruszenie przepisów postępowania, które miało istotny wpływ na wynik sprawy, tj. art. 7 i 77 k.p.a. i art. 233 § 1 i 2 k.p.c. poprzez fragmentaryczne i dowolne ograniczenie przedmiotowo, podmiotowo i czasowo, zebrania i rozważenia materiału dowodowego w sprawie, czego efektem było:

i. błędne ustalenie zakresu informacji przekazywanych przez Powoda przedstawicielom handlowym oraz przez przedstawicieli Powoda w trakcie prezentowania produktów konsumentom;

ii. błędne ustalenie zakresu zainteresowania produktowego konsumentów zwracających się do Banku w celu zainwestowania posiadanych środków, polegające w szczególności na błędnym przyjęciu zakresu jego potrzeb, a także na błędnym ustaleniu profilu tych konsumentów;

IV. naruszenie przepisów postępowania, które miało istotny wpływ na wynik sprawy, tj. art. 7 i 77 k.p.a. i art. 233 § 1 i 2 k.p.c. poprzez błędne przyjęcie, że działanie stanowiące podstawę przypisania Bankowi praktyki trwały po 1 marca 2013 roku;

V. Naruszenia art. 32 Konstytucji RP oraz art. 8 k.p.a. w zw. z art. 106 ust. 1 i w zw. z art. 111 u.o.k.k. poprzez ustalenie wysokości kary z pominięciem zasady równości traktowania;

VI. Naruszenie art. 106 ust. 1 w zw. z art. 111 u.o.k.k. poprzez nałożenie na powoda rażąco wygórowanej i nieproporcjonalnej kary, w szczególności poprzez:

i. błędne ustalenie wagi naruszenia skutkujące rażąco wysokim ustaleniem tzw. „kwoty bazowej”;

ii. podwyższenie wymiaru kary ze względu na fakt, iż rzekome naruszenie interesów konsumenta miało znaczny zasięg bowiem dotyczyło wszystkich konsumentów, którzy skorzystali z usług Powoda oraz wynikało z masowego charakteru usług świadczonych przez Powoda;

(...). nadzwyczajne podwyższenie kary ze względu na rzekome naruszenie interesów konsumenta w stopniu znacznym, powszechność stosowania praktyki a także konieczność podkreślenia represyjnej i prewencyjnej funkcji kary;

iv. nieuwzględnienie zaprzestania stosowania zarzucanej praktyki przez powoda;

v. nieuwzględnienie pozytywnej reakcji na wszczęcie postępowania poprzez podjęcie działań mających na celu zaprzestanie praktyki;

vi. nieuwzględnienie faktu polubownego załatwiania spraw z osobami zgłaszającymi reklamacje w związku z oferowaniem przez powoda przystąpieniem do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym;

(odwołanie, k. 32-45).

W odpowiedzi na odwołanie Prezes UOKiK wniósł o oddalenie odwołania w całości oraz zasądzenie od powoda na rzecz pozwanego kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

(odpowiedź na odwołanie, k. 102-107).

Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny:

(...) Bank S.A. z siedzibą w W. jest bankiem, którego oferta obejmowała możliwość przystąpienia przez klientów do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Produkt ten oferowany był w oddziałach Banku przez jego pracowników zwanych doradcami od 1 lipca 2011 r.

dowód: okoliczności bezsporne, pismo (...) Banku z 30.04.2013 r., k. 2011 akt admin.

W przypadku wymienionych ubezpieczeń Bank występował jako ubezpieczający, natomiast ubezpieczycielem są towarzystwa ubezpieczeń. Produkty te miały formę prawną grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, stanowiąc produkty inwestycyjne dotyczące środków pieniężnych wpłacanych przez konsumentów. Wartość rachunku udziałów konsumenta w funduszu wynika z wartości udziałów jednostkowych, zaewidencjonowanych na rachunku udziałów. Jej wartość zależy od liczby udziałów jednostkowych danego funduszu oraz wartości udziałów jednostkowych. Wskazane produkty cechowały się brakiem gwarancji uzyskania zysku, przy gwarantowanym zwrocie jedynie określonej wartości na koniec okresu odpowiedzialności z zastrzeżeniem ryzyk.

dowód: twierdzenia Prezesa UOKiK zwarte w uzasadnieniu zaskarżonej decyzji, niekwestionowane przez powoda i w oparciu o art. 230 k.p.c., uznane za przyznane przez stronę powodową.

Produkty powiązane z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi wiązały się z możliwością występowania następujących ryzyk:

1) ryzykiem związanym ze spadkiem wartości instrumentów finansowych, w które inwestuje Fundusz ((...)). W Okresie ubezpieczenia Wartość Rachunku, na którym ewidencjonowane są Jednostki Funduszy nabyte za Składkę Jednorazową, Składkę Regularną, Bieżącą oraz Składki Dodatkowe może ulegać znacznym wahaniom ze względu na zmiany wyceny instrumentów finansowych wchodzących w skład Funduszu ((...)), w szczególności może być znacząco niższa niż wartość wpłaconych Składek Regularnych i Składek Dodatkowych,

2) ryzykiem kredytowym, które obejmuje ryzyko niewypłacalności emitentów instrumentów finansowych, w których lokowane są aktywa Funduszu ((...)) oraz ryzyka kontrahenta od którego Towarzystwo (...) nabywa instrumenty finansowe wchodzące w skład aktywów Funduszu ((...)), przez które należy rozumieć:

a) sytuację finansową emitenta mogącą mieć negatywny wpływ na cenę wyemitowanych instrumentów finansowych bądź możliwość otrzymania przychodów i zysków z lokat Funduszu ((...)) lub otrzymania całej kwoty z tytułu wykupu instrumentów, w które lokowane są środki Funduszu ((...));

b) wystąpienia po stronie kontrahenta Towarzystwa (...) trwałej lub czasowej niezdolności do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym (umów depozytów terminowych, jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych, wyemitowanych obligacji, instrumentów pochodnych),

3) ryzykiem utraty części środków zgromadzonych w ramach Ubezpieczenia, w przypadku rezygnacji z Ubezpieczenia przed końcem Okresu Ubezpieczenia,

4) ryzykiem ograniczonej płynności, które jest związane z dokonywaniem wypłaty Świadczenia Wykupu w trakcie trwania Okresu Ubezpieczenia lub realizacji przeniesień środków pomiędzy Funduszami ((...)) w sytuacji, gdy fundusze inwestycyjne lub instytucje - wspólnego inwestowania, w które lokowane są aktywa Funduszu ((...)) zawieszają nabywanie tytułów lub jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych lub instytucji wspólnego inwestowania.

dowód: „Oświadczenie ubezpieczonego/ubezpieczającego”, „Oświadczenie ubezpieczającego”, k. 2527-2543 akt admin.

Bank oferował ubezpieczenia grupowe na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w różnych wariantach, pod następującymi nazwami:

a. (...),

b. (...),

c. (...),

d. (...),
e. (...),
f. (...),
g. (...),
h. (...),
i. (...),
j. (...),
k. (...),
l. (...),
m. (...),
n. (...),
o. (...),
p. (...),
q. (...),
r. (...),
s. (...),
t. (...),
u. (...),
v. (...),
w. (...),
x. (...),
y. (...),
z. (...),
aa. (...),
bb. (...),
cc. (...),
dd. (...),
ee. (...),
ff. (...),

gg. (...),

hh. (...),

ii. (...),

jj. (...),

kk. (...),

ll. (...),

mm. (...),

nn. (...),

oo. (...),

pp. (...),

rr. (...),

ss. (...),

tt. (...),

uu. (...).

dowód: Zestawienie produktów oferowanych przez (...) Bank S.A., k. 2155 akt admin.; pismo (...) Banku z 2.04.2014 r., k. 2391 akt admin.

Bank stwarzał zachęty dla konsumentów do nabycia ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym w postaci oferowania, tym z nich, którzy zdecydowali się na nabycie ubezpieczenia z (...), niższego oprocentowania kredytów lub wyższego oprocentowania lokat.

dowód: zeznania świadków M. J. i M. K. (1)

Pracownicy (...) Bank, zajmujący się sprzedażą opisywanego produktu przechodzili szkolenia dotyczące poszczególnych produktów. Były one zasadniczo organizowane i prowadzone przez ubezpieczycieli, których dotyczyła oferta, ale też czasem prowadzili je pracownicy departamentu Banku zajmującego się szkoleniami. Celem tych szkoleń było przekazanie osobom zaangażowanym w proces sprzedaży wiedzy dotyczącej produktu, w tym jego konstrukcji i związanych z nim czynników ryzyka, po to, by umożliwić im prezentowanie oferty produktowej Banku. Każdy ze współpracowników Banku zobowiązany był do zapoznania się i przestrzegania procedur obowiązujących w Banku.

Początkowo (...) Bank jednak nie zajmował się weryfikacją wiedzy doradców na temat oferowanych produktów, z czasem były organizowane testy dla doradców.

dowód: pismo (...) Banku z 22.01.2014 r., k. 2329 akt admin., zeznania świadka M. J. k.149, zeznania świadka M. K. (1) k.203

(...) Bank dostarczał swoim pracownikom materiały szkoleniowe, przygotowywane również najczęściej przez ubezpieczycieli, określane jako prezentacje, które przyjmowały formę wydruków slajdów. Prezentacja obejmowała, w zależności od konkretnego produktu, trzy bloki tematyczne (blok I – informacje produktowe/informacje o produkcie: parametry, blok II – produkt w otoczeniu inwestycyjnym/informacje o produkcie: część inwestycyjna, blok III – korzyści dla inwestora/dodatkové informacje: rejestrator), cztery bloki (blok I – open life – kilka słów o firmie,

blok II – najważniejsze informacje o produkcie, blok III – produkt w otoczeniu strategii inwestycyjnej, blok IV – produkt a korzyści dla klienta) lub pięć bloków (blok I – open life – kilka słów o firmie/najważniejsze informacje o produkcie, blok II – najważniejsze informacje o produkcie/rynek obligacji korporacyjnych, blok III – produkt w otoczeniu strategii inwestycyjnej/konstrukcja funduszu, blok IV – produkt a korzyści dla klienta, blok V – dodatkowe informacje/rejestrator). Wskazane materiały zawierały informacje o cechach produktów w postaci potencjalnie możliwych do osiągnięcia korzyści, symulacje wyników historycznych w postaci danych liczbowych, wykresów, tabel. W końcowej części prezentacji umieszczone zostały informacje dotyczące sposobu interpretowania pojęcia „z gwarantowanym zyskiem”, użytego w nazwie produktu – „(...)” lub pojęcia „(...)”, czy zwrotu „(...)” (część prezentacji określona jako „Zastrzeżenia prawne” lub „Objaśnienia”), a także informacje o czynnikach ryzyka związanych z produktem. Informacje o ryzykach oraz „Zastrzeżenia prawne”/”Objaśnienia” zajmują mniejszą część prezentacji niż informacje o ewentualnych korzyściach związanych z produktem.

dowód: prezentacja - wydruki slajdów, k. 442-457, 471-486, 500-515, 546-568, 584-607, 622-648, 664-693, 707-730, 745-775, 791- 810, 826-845, 861-880, 895-915, 929-956, 970-986, 998-1016, 1028-1048, 1059-1079, 1091- 1113, 1124-1147, 1158-1181, 1195-1214, 1227-1246, 1269-1285, 1310-1328, 1350-1369, 1387-1402, 1414-1429, 1441-1471 akt admin.

Pracownicy Banku, oferujący do sprzedaży grupowe ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, otrzymywali na wewnętrzną pocztę elektroniczną informacje o danym produkcie, w tym dane o jego cechach. Waga poszczególnych fragmentów tych informacji została podkreślona poprzez użycie następujących sformułowań: „Co wyróżnia ... od pozostałych ...”, „Najważniejsze korzyści”, „Do najważniejszych zalet produktów ... należą”, „Najważniejsze argumenty dla klienta”. Pracownicy otrzymywali także wykresy, zawierające zestawienia przyjmowanych wartości funduszy z indeksem WIG20. Wskazane dokumenty nie zawierają informacji dotyczących ryzyk i zagrożeń, jakie mogą się wiązać dla klienta z nabyciem danego produktu.

W niektórych przypadkach sprzedawcom wręcz zalecano prezentowanie oferty oparte o „język korzyści”

dowód: wykaz maili wysłanych do pracowników (...) Banku w związku z oferowaniem produktów (...) S.A., k. 34 akt admin.; wydruki korespondencji mailowej, k. 35-114 akt admin.; Proces sprzedaży w (...) (prezentacja) k.1016 akt admin.;

Bank nie udostępniał swoim klientom materiałów z otrzymywanych przez pracowników prezentacji dotyczących produktów (k.2012)

Pomimo przeprowadzanych wśród doradców szkoleń dotyczących produktów ubezpieczeniowych oferowanych przez (...) Bank, konsumenci w trakcie prezentacji produktu nie otrzymywali dostatecznych informacji o cechach produktów. W szczególności doradcy eksponowali korzyści związane z inwestycją kosztem informacji dotyczących ryzyk i kosztów jakie wiązały się z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania.

Konsumenci składali w związku z powyższym do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów liczne skargi na działalność (...) Banku w zakresie dotyczącym oferowania możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Konsumenci, których skargi zostały zaliczone w poczet dowodów w postępowaniu prowadzonym w niniejszej sprawie przez Prezesa UOKiK, wyrazili zgodę na wykorzystanie i przetwarzanie ich danych osobowych oraz skargi i pozostałych dokumentów przekazanych Prezesowi UOKiK.

Ze skargami tego rodzaju konsumenci występowało również do Banku. W latach 2011-2013 Bank otrzymał następującą liczbę skarg w sprawie przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi: w roku 2011 – **brak skarg**, w roku 2012 – **10 skarg**, w roku 2013 – **413 skarg**. W roku 2014 do 16 lipca Bank odnotował 171 reklamacji dotyczących grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z (...). Część reklamacji złożona była do Rzeczników Konsumentów, którzy przekazywali Bankowi skargi.

dowód: skargi konsumentów wraz z załącznikami, k. 2156-2324, 2585-2789, 2800-3104.; postanowienie nr 3 z 4.09.2014 r., k. 2798 akt admin.; pismo (...) Bank z 12.12.2013 r., k. 2025-2026 akt admin., pismo (...) Bank z 16 lipca 2014 k.2584 akt admin.

Skarg dotyczących umów zawartych w 2011r było 17, w 2012r - 371, w 2013 odpowiednio 35, przy czym liczba przystąpień do umów ubezpieczenia z (...) w poszczególnych latach wynosiła odpowiednio 1.174 w 2011r, 12.074 w 2012r i 5.326 w 2013r. Największa liczba skarg odnosiła się do umów zawartych w 2012 roku, natomiast liczba skarg dotyczących umów zawartych po marcu 2013r była śladowa (wykres sporządzony przez (...) Bank k. 38)

Ze 426 skarg, które wpłynęły do banku do końca 2013r (...) Bank uwzględnił 195 z nich, zwracając konsumentom w całości zainwestowane i wpłacone środki.

Ofertę Banku konsumentom prezentowało w sumie 200-300 doradców, natomiast skargi konsumentów odnosiły się głównie do około 10 z nich (zeznania świadka M. K. (1) 203).

W swoich skargach konsumenci zamieszczali następujące informacje:

„Poinformowano mnie, że mogę to opłacać lub po roku wycofać. Pan ...powiedział, że bez strat mogę wycofać po roku.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2156 akt admin.

„Ja mówiłem, że mam 70 lat i jestem ubezpieczony w (...) i jest bez sensu, ale tłumaczył że po trzech latach wycofamy i to będzie bardzo korzystne i się zgodziłem nie znając konsekwencji uwiaryzyłem doradcę”

dowód: skarga konsumenta, k. 2163 akt admin.

„(...) zaoferowaliście Państwo mojemu Mocodawcy produkt o skomplikowanej konstrukcji, pomimo że jego wiedza na temat zasad funkcjonowania rynków finansowych jest znikoma; zaoferowaliście Państwo (...) produkt o wysokim stopniu ryzyka inwestycyjnego, w powiązaniu z produktem o fikcyjnym charakterze ubezpieczeniowym (gwarancyjnym), pomimo braku skłonności mojego Mocodawcy do ponoszenia takiego ryzyka i jego przekonaniu o ubezpieczeniowym i gwarancyjnym charakterze ww. produktu. Nie wyjaśniono mojemu Mocodawcy czym jest produkt strukturyzowany i jak działa. Nie poinformowano mojego Mocodawcy o wszystkich rodzajach ryzyka związanego z produktem wraz z określeniem ich poziomu. Nie poinformowano go o mechanizmie wyznaczania zysku, o wszystkich czynnikach mających wpływ na ten zysk, o minimalnym gwarantowanym poziomie zysku ani o możliwości poniesienia straty i jej wysokości. Z drugiej strony poinformowano mojego Mocodawcę o 100%-owej ochronie kapitału, co jest niezgodne z prawdą. Mój Mocodawca nie otrzymał żadnej informacji ani o sposobie udostępnienia wyników inwestycji, ani o przejrzystym mechanizmie wyceny inwestycji, ani o faktycznej wysokości gwarantowanych środków bądź przejrzystych mechanizmów wyznaczania kwoty środków objętych gwarancją określoną kwotowo”

dowód: skarga konsumenta, k. 2166-2167 akt admin.

„Podkreślam, że nie było mowy o dodatkowych opłatach”

dowód: skarga konsumenta, k. 2175 akt admin.

„ W pliku podpisywanych różnych dokumentów, podpisałam również według zapewnień i ustaleń z pracownikiem w Banku przystąpienie do produktu (...) na zasadach, o których w rozmowie z pracownikiem (...) Banku na pewno nie byłam informowana, choć kontaktów było więcej niż jedna wizyta w Placówce Banku”

dowód: skarga konsumenta, k. 2176 akt admin.

„Okres inwestycji miał trwać 6 miesięcy, a nie 10 lat”

dowód: skarga konsumenta, k. 2183 akt admin.

„(...) przy okazji wizyty w sprawach rachunku bankowego prowadzonego przez Państwa doradca zatrudniony w ww. oddziale zaproponował mi „atrakcyjny produkt emerytalny”, w ramach którego miałem mieć możliwość bezpiecznego oszczędzania na emeryturę oraz ubezpieczenie na życie w kwocie ... zł. Zgodnie z zapewnieniami Państwa pracowników otwierany przez mnie rachunek emerytalny (konto emerytalne) miał gwarantować pełną ochronę wpłaconego kapitału przy jednoczesnej możliwości korzyści podatkowych (brak „(...)”, odpisy od podatku wpłacanych na emeryturę kwot). Zachęcony możliwością takiego oszczędzania złożyłem wnioski o przystąpienie do promocji „Promocja świąteczna”. (...) ostateczna kwota wypłaty będzie nie mniejsza niż wysokość składki zainwestowanej, która w moim wypadku wynosi (zgodnie z informacją z listu) 50.000,00 zł. (...) doradca w oddziale Banku zapewniał mnie, że ochroną objęty jest cały wpłacony przeze mnie kapitał (składki do zainwestowania). Z prostego rachunku wynika, że kwota objęta ochroną powinna wynieść 70,619,79 zł (120 x 500,99 zł + 10 599 zł), a nie 50.000,00 zł”(...) Prosiłem m.in. o wyjaśnienie dlaczego (...) na rachunku widoczna jest tylko kwota 3.265,23 zł, w sytuacji gdy dokonałem wpłaty ponad czterokrotności tej kwoty.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2186-2187 akt admin.

„zgłosiłam się do placówki Banku mieszczącej się przy ul. ... w celu przedłużenia lokat (...). Pan (...) zaproponował mi, jako alternatywę dla lokat produkt ubezpieczeniowy. Po przedstawieniu oferty nie zdecydowałam się na zawarcie umowy. Prosiłam o ulokowanie środków na kolejne 12 miesięcy na lokacie bankowej. (...) gdy zgłosiłam się do placówki Banku z myślą o wypłacie środków, zostałam poinformowana, że moje środki zostały zainwestowane w produkt ubezpieczeniowy (a nie w lokatę!) i nie mam możliwości ich wypłacić.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2190-2191 akt admin.

„Zdecydowałem się na podpisanie umowy, po trwającej około 90 min. rozmowie z panem (...), ponieważ opisywany produkt finansowy wydawał mi się atrakcyjny, przedstawione mi ulotki i informacje o średniorocznej stopie zwrotu za lata 2007 – luty 2012 prezentowały się bardzo obiecująco. Dużym plusem oferty była dla mnie możliwość bezkosztowej rezygnacji z ubezpieczenia po 6 miesiącach polisowych. Według wyjaśnień pana ... ewentualna rezygnacja z ubezpieczenia po 6 miesiącach gwarantowała zwrot 100% zaangażowanego kapitału (...) Sytuacja zmieniła się jednak diametralnie, gdy niedawno, w trakcie wizyty moich znajomych i pogawędce o różnych sprawach okazało się, że korzystali oni z podobnej oferty i po złożeniu rezygnacji z ubezpieczenia zamiast spodziewanego zwrotu kapitału otrzymali zaledwie jakąś śmiesznie małą część. Wzbudziło to mój niepokój i postanowiłem sprawdzić jak sprawy wyglądają w moim wypadku. W rozmowie telefonicznej z Oddziałem w (...) poradzono mi skontaktowanie się z aktualnym doradcą. (...) doradca niestety potwierdziła moje najgorsze obawy, że w razie rezygnacji z ubezpieczenia, mimo upływu 10 miesięcy nie otrzymam zwrotu 100% kapitału, a jedynie znacznie „okrojona” jego część.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2195-2196 akt admin.

„Gdyby Pan (...) powiedział mi, że nie jest to typowa lokata i że już na początku oszczędzania muszę najpierw zapłacić koszty za cztery lata w wysokości 12%, a przy tym nie mam gwarancji uzyskania nawet zadeklarowanej kwoty, nie podpisałbym takiej umowy. Natomiast w trakcie rozmowy Pan (...) przedstawił tę lokatę jako najlepszy sposób oszczędzania. Nic nie wspominał, ani o kosztach przystąpienia do (...), ani o ryzyku nie otrzymania zadeklarowanej kwoty na koniec okresu oszczędzania. Wręcz przeciwnie, zapewniał mnie, że w każdej chwili będę mogła zrezygnować z lokaty i, że w najgorszym razie otrzymam zwrot 100% wartości tzn. (...)” Podpisując deklarację byłam przekonana, że podpisuję normalną lokatę, w której mam gwarancję ochrony swoich oszczędności.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2200 akt admin.

„W dniu (...) zgłosiłam się do (...) Banku przy ulicy (...) w celu przedłużenia lokaty terminowej. W w/w Banku miałam lokatę terminową na (...) złotych. Przedstawiciel Banku (...) zaproponował mi rozbić w/w kwoty na dwie mówiąc, że to będzie bardziej korzystne, ale nie wspominał nawet o żadnym funduszu. W dniu (...) zgłosiłam się do Banku z prośbą

w wypłatę moich pieniędzy. Wyplacono tylko (...) złotych, gdyż okazało się, że (...) złotych zostało zainwestowane w fundusz o który ja nie prosiłam i w ten sposób zostałam oszukana.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2214 akt admin.

„Oprócz sposobu podpisania umowy o świadczenie ww usług, który kwalifikuje się jako wyłudzenie, obsługa ww produktów nie spełnia warunków umowy. Chodzi min. o kontakt z opiekunem, doradcą – nie ma takiego. Nasze maile i telefony pozostają bez odpowiedzi. (...) Bezsilni po miesiącach bezskutecznych kontaktów z Państwem jesteśmy zmuszeni przekazać sprawę do UOKiK i Komisji Nadzoru Bankowego. W przypadku negatywnej lub braku odpowiedzi z Państwa strony do (...) zgłosimy tę sprawę również na policję w związku z popełnionym przestępstwem.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2220 akt admin.

„Odwołując się do praktyk przejrzystej sprzedaży produktów oraz dyrektyw (...) zaznaczam, iż nie poinformowano mnie o konsekwencjach rozwiązania umowy przed jej zakończeniem, minimalnym, gwarantowanym zysku (gdyż do tej pory korzystałem jedynie ze standardowych lokat terminowych), mechanizmie wyliczenia zysku, sposobie udostępniania wyników inwestycji. Nadto sprzedawca nie wyjaśnił mi czym jest ten produkt i jak działa. Nie poinformowano mnie przede wszystkim o innych możliwych sposobach pomnażania kapitału, tylko od razu zaoferowano ten jako najlepszy instrument, co wydaje się dosyć wątpliwe. Nie poinformowano mnie też o ryzyku związanym ze spadkiem wartości indeksów, ryzyku utraty części składki jednorazowej, ryzyku wynikającym z ograniczonej płynności produktu. Nadto poinformowano mnie o 100%-owej ochronie kapitału, co jest niezgodne z prawdą, od tej zasady istnieją istotne wyjątki. Nie poinformowano mnie o ryzyku inwestycyjnym oraz o tym, że wartość funduszy może zostać dobrowolnie określona przez agenta kalkulacyjnego. A także o tym, że wartość udziału jednostkowego może ulegać istotnym zmianom w trakcie trwania okresu ubezpieczenia.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2227 akt admin.

„Na moje, wielokrotne ponawiane w czasie spotkania pytania o dodatkowe opłaty i obciążenia na korzyść obu banków w najbliższym czasie, w tym o stosowaną tabelę tych opłat – odpowiedź jednoznacznie brzmiała: „nie będzie żadnych dodatkowych opłat, wszystko zostanie pokryte w ramach dokonanych wpłat, proszę się o nic nie martwić” – słowem nie wspomniał o konieczności wpłaty o tej samej wysokości do banku (...) jak na starcie polisy (... zł), co rok, przez następne 10 lat – to dopiero wyszło na jaw o wiele później.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2229 akt admin.

„ W dniu (...) w oddziale (...) Banku (...) spotkałam się z bankierem (...) Banku Panem (...) w celu założenia 3-mies. lokaty bankowej (...) w kwocie ... zł. (...) Powiedział również, że w każdym przypadku Idea Bank gwarantuje 100% zwrot kapitału. Wierząc, że nadrzędną zasadą pracowników zatrudnionych w banku jest uczciwe i rzetelne informowanie klientów o proponowanych produktach finansowych, związanym z nimi ryzyku, opłatach i kosztach podpisałem deklarację przystąpienia do (...) (...) i przelałem na wskazane konto bankowe (...) zł. Dnia (...) podczas spotkania w w/w oddziale (...) Banku z innym bankierem, Panem (...), w celu uzyskania informacji na temat warunków umorzenia polisy (...) (...) oraz likwidacji Rachunku dowiedziałam się, że zostałam wprowadzona w błąd przez Pana (...) (na dzień dzisiejszy zamiast zysku 4.13% netto na 3 mies. lokacie straciłam ok. 3000 zł). Pan (...) świadomie nie poinformował mnie o wszystkich szczegółach związanych z proponowanym produktem oraz kosztach związanych z rezygnacją po upływie 3-4 miesięcy na które chciałam ulokować swój kapitał.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2241 akt admin.

(...) odbyłem spotkanie z doradcą z banku Panią (...), która doradziła mi podpisanie produktu oszczędnościowo-ubezpieczeniowego (...), zapewniając, że jest to najlepsze rozwiązanie na rynku finansowym, charakteryzujące się wysoką elastycznością wpłat. (...) „Doradca bankowy gwarantował, że jest to produkt w pełni elastyczny, że po roku obniżymy składki i, że dobrze ulokowałem swoje środki. Po dostarczeniu mi pakietu powitalnego i polisy we wrześniu

2012, Pani (...) dalej podtrzymywała, że mogę obniżyć składkę. Mój niepokój wzbudziła informacja udzielona mi przez infolinię firmy (...), gdzie pracownik w sposób jasny, powiedział mi, że obniżenie składki z 12.000 PLN rocznie do 3.600 PLN nie jest możliwe w tym produkcie, a jeśli nie zapłacę składki polisa zostanie rozwiązana z mojej winy i stracę prawie wszystkie zgromadzone środki! (...) Wiedząc o tym że mój produkt jest produktem dziesięcioletnim oraz, że ulokowane środki, dofinansowujące w przyszłości moją emeryturę będą ulokowane bezpiecznie, jak i również, że w każdej chwili będzie możliwość obniżenia składki z poziomu 12.000 zł rocznie na 3.600 rocznie zdecydowałem się na wyżej wspomniany produkt. Jednak w momencie gdy okazało się, że takie obniżenie składki wiąże się z zerwaniem umowy i utratą wszystkich zgromadzonych środków nigdy bym się nie zgodził na takie rozwiązanie! Człowiek nie znający prawa bankowego czy ubezpieczeniowego, korzystający z usług doradcy w Banku jest święcie przekonany, że osoba która doradza – robi to tak, aby klient przede wszystkim odniósł korzyść, jak i był poinformowany o wszystkich warunkach, aspektach ubezpieczenia, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2248-2249 akt admin.

„Dnia ... złożyłem wizytę w Banku (...) w (...) w celu założenia lokaty 3-6 miesięczną”

dowód: skarga konsumenta, k. 2260 akt admin.

„Najbardziej rażącym faktem na nierzetelne przedstawienie inwestycji było okłamanie mnie w sprawie ewentualnego wycofania się z inwestycji w pierwszych miesiącach trwania programu. Przez cały czas naszego spotkania podkreślałem, iż stoję przed wyraźną perspektywą zainwestowania moich oszczędności w nieruchomości i że możliwym była nagle potrzeba spieniężenia wszystkich moich oszczędności na wspomniany cel. Początkowo zainteresowany byłem jedynie krótkoterminową lokatą z atrakcyjnym oprocentowaniem, ale p. (...) wyjątkowe zręcznie zmanipulował mnie do zakupu programu inwestycyjnego. Byłem świadom wyjścia z programu w pierwszym roku i ciężką koniecznością potrącenia 80% od Wartości Rachunku. Jednak pan (...) przedstawił mi termin „Wartość Rachunku” jako kwotę już zlewarowaną, czyli pięciokrotność wpłaconych przeze mnie środków!”

Konsument w skardze poinformował, że po spotkaniu w sprawie przystąpienia do ubezpieczenia drogą poczty elektronicznej otrzymał pismo potwierdzające korzyści, jakie może osiągnąć z produktów o następującej treści: „Bardzo dziękuję za spotkanie i czas jaki mi Pan poświęcił. Wychodząc naprzeciw Pana oczekiwaniom pragnę podsumować nasze spotkanie. Rozmawialiśmy o rozwiązaniach bezpiecznych, a jednocześnie umożliwiających uzyskanie stopy zwrotu przewyższającej oprocentowanie dostępnych na rynku lokat bankowych. Kwota (...) zł zostanie ulokowana na lokatę 2 miesięczną oprocentowaną na poziomie ...%. Pozostała suma (...) zł będzie zainwestowana w bardzo bezpieczny i przewidywalny strategicznie sposób, mianowicie w program obligacyjny. Spodziewamy tu się stopy zwrotu w okolicach (...) %. Umowę niniejszego rozwiązania mieliśmy przyjemność podpisać dziś popołudniu. Podsumowując, rozwiązanie jest bezpieczne, nieograniczające Pana płynności finansowej, dające Panu gwarancję zysku i ochronę kapitału.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2267 akt admin. oraz korespondencja mailowa między konsumentem a przedstawicielem Banku (...), k. 2269 akt admin.

„W dniu (...) na spotkaniu z Państwa doradcą p. (...) w obecności (...) rozmawialiśmy o 12 miesięcznej lokacie (...) jak i powiązanej z lokatą ubezpieczeniem, obowiązującym na taki sam okres. Na dowód tego załączam symulację lokaty wraz z ubezpieczeniem którą otrzymałem od Państwa pracownika w dniu spotkania, i z której jasno wynika że uzgadnialiśmy 12 miesięczny okres jej obowiązywania (lokata + ubezpieczenie. Byłem przekonany, że uzgodnienia te znajdą odzwierciedlenie w umowie ubezpieczenia i dlatego też ufając Państwa pracownikowi nie przyszło mi nawet do głowy żeby sprawdzać jej wszystkie szczegóły przed podpisaniem.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2272 akt admin.

„ W dniu (...) w (...) Bank przy zakładaniu lokaty na kwotę (...) na 1 rok, aby uzyskać wyższe oprocentowanie powiedziano mi, że trzeba zawrzeć umowę z (...) Towarzystwem (...) S.A. Byłam przekonana, że lokata założona na 1 rok

będzie przez to ubezpieczenie działało również 1 rok, czyli okres lokaty. Niestety później okazało się, że to ubezpieczenie działa dużo dłużej, o czym bankowiec dokładnie mnie nie poinformował (...). W moim wieku nigdy nie rozważałam na tak długi i odległy okres założeń finansowych.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2276 akt admin.

„W czerwcu (...)r. - jako „wyjątkowy klient banku” – otrzymałam telefon z (...) Banku, że mogę wyjątkowo atrakcyjnie ulokować posiadane środki, ale szczegóły dostępne są tylko na spotkaniu z doradcą w oddziale banku (...) Na wstępie rozmowy z przemiłym (i jakże „skromnym”) doradcą, od razu zaznaczyłam, że środki mogę ulokować maksymalnie do pół roku i tylko w bezpieczne instrumenty finansowe tzn. lokatę ponieważ nie mogę ryzykować (i nigdy tego nie robiłam) gdyż (...). Doradca zaproponował mi produkt, jego zdaniem świetny i cytuję jego słowa: „tylko szybko decydować się bo właściwie to on już się skończył no ale on - czyli doradca - ma jeszcze możliwość mi to załatwić”. Chodziło o podział środków pół na pół tzn. połowa z nich idzie na wysoko oprocentowaną lokatę na trzy miesiące a druga na lokatę sześciomiesięczną ale już z niższym oprocentowaniem i przez pół roku jest „nie do ruszenia” a po upływie tego terminu można bezkosztowo z tego wyjść (...) Opowiedział jeszcze, że jeśli jednak będę mogła dłużej wpłacone środki utrzymać na tej lokacie to co kwartał będę dostawała przelew wypracowanych przez nie zysków na mój wskazany w tym celu rachunek bankowy – do dnia dzisiejszego czyli (...) żadnej wpłaty nie było.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2278-2279 akt admin.

„Gdybym została poinformowana o opłatach, o których nie byłam informowana i które nie zostały mi przedstawione – nigdy bym nie zdecydowała się na taką „inwestycję” jak ubezpieczenie!!! (...) Człowiek nie znający prawa bankowego korzystający z usług doradcy jest święcie przekonany, że osoba, która doradza robi to w sposób rzetelny i z należytą starannością tak, aby klient wiedział, do czego przystępuje i był poinformowany o wszystkich warunkach i możliwych aspektach ubezpieczenia, bądź lokaty, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone!!! (...) Doradca ani słowem nie wspomniał o pobieranych opłatach za zarządzanie przez pierwsze sześć miesięcy co miesiąc – o żadnych opłatach nie wspomniał nawet! – do tej nie otrzymałam żadnej tabeli prowizji i opłat (...). Logując się w październiku - po otrzymaniu certyfikatu – do tego systemu ujrzałam jak stopniały moje życiowe oszczędności!!!”

dowód: skarga konsumenta, k. 2280-2283 akt admin.

„Przez pracownika Waszego banku (...) zostałem ustnie zapewniony, iż wpłacony przeze mnie kapitał jest w 100% zabezpieczony i może być wypłacony w pełnej wysokości po upływie 6 m-cy bez żadnych opłat. Zresztą byłem przez cały czas zapewniany, że produkt (...) polega głównie na ochronie kapitału w całości. (...) Obecnie po stwierdzeniu jak ogromne opłaty są ode mnie pobierane i jak duże koszty będę musiał ponieść w związku z rezygnacją z tego produktu stwierdzam, że ewidentnie zostałem wprowadzony w błąd przez pracownika banku zapewniającego mnie o możliwości zwrotu kapitału w całości i to po upływie 6 m-cy tym bardziej, iż dopiero z doręczonej mi w dniu (...) tabeli opłat i limitów dowiedziałem się, że okres ubezpieczenia wynosi 10 lat. Jestem osobą w podeszłym wieku, gdyż mam 67 lat i nigdy nie podjąłbym decyzji o zamrożeniu środków na lat 10, gdyby nie zapewniono mnie o możliwości wcześniejszej rezygnacji bez ponoszenia kosztów.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2286-2287 akt admin.

„Na rachunku co miesiąc pobierana jest kwota około 5 tysięcy złotych i w związku z tym stan konta jest znacznie mniejszy.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2290 akt admin.

„ Za sugestią p. (...) zdecydowałem się na 10-letni produkt depozytowo-ubezpieczeniowy (...) Bank i (...) o nazwie (...), który wg oferującego miał dawać roczne zyski na poziomie ok. 8%. Zdecydowałem się w to zainwestować (...) zł. W między czasie do rozmowy włączył się p. (...), który stwierdził, że może zaoferować długookresową lokatę o rocznych zyskach przekraczających 10% (w rozmowie padały uwagi o możliwości uzyskania zysku z przedziału nawet

15-20% rocznie). Swoje przekonanie o tak wysokich zyskach p. (...) opierał na swoich wieloletnich obserwacjach wahań giełdowych i wykorzystaniu unikalnego programu komputerowego (który zademonstrował), który wg niego pozwalał na wyprzedzające transfery składników portfela inwestycyjnego w cyklach „(...)” na giełdzie. (...) za kilka dni spotkaliśmy się z p. (...) i za jego sugestią zdecydowaliśmy się na produkt (...) Bank i (...) o nazwie (...) Przy prognozowanym i obiecwanym zysku na lokacie 10-letniej na poziomie powyżej 10% średniorocznie (była mowa nawet o 20%) ...”

dowód: skarga konsumenta, k. 2302 akt admin.

„(...) w rozmowie z doradcą (...) Bank panem (...) zaproponowałem że mam do zainwestowania (...) pln na okres jednego roku. Wasz doradca (...) zapewnił mnie że ma produkt w miarę bezpieczny i na okres jednego roku. (...) okazało się że zostałem wprowadzony w błąd przez pana (...). Produkt do którego przystąpiłem obowiązuje nie na rok, ale na lat dziesięć. W moim wieku a mam lat 70 nie przystępuje się do inwestycji na lat 10 bo nie wiadomo czy się tego dożyje. Gdyby wasz doradca pan (...) przedstawił mi warunki umowy nigdy bym do tego produktu nie przystąpił.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2313 akt admin.

„w dniu (...) na spotkaniu z bankierem (...) Bank S.A. (...) założyłam 2 lokaty, które miały być krótkoterminowe dostępne w każdej chwili bez utraty odsetek (cel – zakup mieszkania o czym poinformowałam bankiera). W momencie potrzeby wycofania lokat zadzwoniłam na infolinię (...) Bank, informując o rezygnacji z lokat w dniach (...), gdzie dowiedziałam się, że lokata jest tylko jedna, a takiej drugiej nie ma (...).”

dowód: skarga konsumenta, k. 2588-2589 akt admin.

„Cały czas podczas naszego dwukrotnego spotkania pan (...) wykrętnie odpowiadał na moje pytania i wątpliwości wykorzystując moją niewiedzę nt. rynków finansowych (...) Przez cały czas naszego spotkania podkreślałem, iż stoję przed wyraźną perspektywą zainwestowania moich oszczędności w nieruchomości i że możliwym była nagła potrzeba spieniężenia wszystkich moich oszczędności na wspomniany cel.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2600 akt admin.

„W momencie podpisywania Umowy Kredytowej w (...) Bank, doradca Banku wprowadził nas w błąd, informując, że w/w ubezpieczenie w firmie (...) jest bezpośrednio związane z ubezpieczeniem Kredytu i jest to opłata obowiązkowa do w/w Kredytu”.

dowód: skarga konsumenta, k. 2633 akt admin.

„(...) prosiłam o przedstawienie produktów, które pozwolą mi w dłuższym okresie inwestowania zwiększyć swój kapitał bez ponoszenia jakiegokolwiek ryzyka straty. W rozmowach z Panią (...) kilkakrotnie podkreślałam fakt, iż nie interesują mnie produkty, które nie gwarantują co najmniej zwrotu zainwestowanych pieniędzy. (...) Mimo ciągłych dociekań na temat możliwego ryzyka straty, minusów, czy też dodatkowych informacji, o których powinnam wiedzieć wybierając dany produkt, Pani (...) odpowiadała, że żadnego ryzyka nie ma i dany produkt przyniesie same korzyści.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2678 akt admin.

„W dn. (...) niespodziewanie na mój telefon domowy konsultant z (...) BANK SA w W. złożył mi ofertę reklamową na założenie lokaty korzystnej 10% i po moim potwierdzeniu mojego zainteresowania tą ofertą umówił mnie na spotkanie z pracownikiem (...) Bank SA (...) Pokazała symulację finansową zysków w okresie 5 lat i dalej manipulowała tabelkami i wykresami z bardzo korzystnym zyskiem. Zapewniała, że w razie pilnej potrzeby będzie można zrezygnować z tego ubezpieczenia i moją stratą będzie utrata odsetek z tytułu zainwestowanego ubezpieczenia.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2851 akt admin.

„Doradca na spotkaniu (...) przedstawił mi propozycję inwestycyjną polegającą na ulokowaniu środków w „lokataę strukturyzowaną ze 100 % ochroną kapitału”, której sposób działania opisał jako „lokataę ubraną w ubezpieczenie tylko celem zaoferowania większych zysków dla klienta” – korzyścią w stosunku do standardowej lokaty miało być „ominięcie podatku od zysków kapitałowych. Doradca na moje wyraźne pytania o istnienie jakichkolwiek opłat kłamał zapewniając mnie że „żadne opłaty nie zostaną ode mnie pobrane”, wielokrotnie wskazywał na możliwość wycofania pieniędzy z zyskiem dla mnie już po upływie pierwszych 6 miesięcy.”

dowód: skarga konsumenta, k. 2880 akt admin.

W 2013 r. (...) Bank, po licznych już skargach klientów, podjął działania mające na celu poprawę jakości sprzedaży oferowanych produktów ubezpieczeniowo-inwestycyjnych.

W pierwszej kolejności Bank w marcu 2013r utworzył Departament Jakości Obsługi Klienta, który początkowo telefonicznie weryfikował wśród klientów jakość spotkania z doradcą, potem także wprowadzono telefoniczne ankiety dla wszystkich klientów, którzy zawarli z Bankiem umowy ubezpieczenia z (...), w których weryfikowano także informacje jakie klient uzyskał od doradcy na temat produktu, w szczególności dotyczące ryzyk z nim związanych. Ankiety jak i inne czynności banku podejmowane po licznych reklamacjach (np. zgłoszenia reklamacyjne i ich rozpatrywanie, w tym obieg informacji dotyczących reklamacji) zostały wystandaryzowane i miały na celu wyeliminowanie tak produktów zagrożonych „misilingiem”, czyli takich które mogły generować ryzyko wprowadzania klientów w błąd przez doradców podczas procesu ich sprzedaży, jak i poprawę jakości obsługi klientów oraz wyeliminowanie nierzetelnych sprzedawców. Skutkiem reklamacji pracownicy zajmujący się sprzedażą musieli przechodzić testy weryfikujące znajomość poszczególnych produktów, były wyciągane konsekwencje wobec tych z nich na których skargi się powtarzały (zeznania świadka A. K. k.146-148). Niektóre produkty wycofywano z oferty banku ze względu na dużą liczbę reklamacji ich dotyczących (zeznania M. J. k 150)

Na skutek licznych skarg, ale też rekomendacji i zaleceń ze strony (...), (...) Banków (...) przyjął też następujące regulacje prawne, dotyczące reguł sprzedaży produktów ubezpieczeniowych z elementem inwestycyjnym:

1) ***Uchwały Nr (...) (...) Banku S.A. z dnia 25 lutego 2013 r. w sprawie zatwierdzenia kwestionariusza o nazwie: „(...)”*** (dalej: (...)).

Dokument (...) Finansów (...) został wprowadzony jako kwestionariusz wymagany do wykorzystania w przypadku sprzedaży każdego produktu ubezpieczeniowego z elementem inwestycyjnym, dostępnego w ofercie Banku, dla wszystkich towarzystw ubezpieczeń, z którymi Bank współpracuje. Dokument miał być wypełniany na początku spotkania z klientem i miał formę wydruku komputerowego podpisanego przez klienta, sporządzanego w dwóch egzemplarzach z czego jeden egzemplarz był archiwizowany w Oddziale Doradcy, a drugi należało przesłać do Departamentu Inwestycji. Na życzenie klienta należało wykonać kopię także dla niego. Zasadniczo (...) miał badać adekwatność danego produktu dla klienta (zeznania M. K. k 203).

Formularz (...) zawiera następujące dane: dane identyfikujące konsumenta, analizę sytuacji finansowej i rodzinnej klienta, analizę profilu inwestycyjnego klienta, profil inwestora – opis profilu; sformułowany na podstawie udzielonych przez klienta odpowiedzi na pytania oraz na podstawie uzyskanego profilu inwestycyjnego wnioski o adekwatnych dla danego klienta kategoriach produktów ubezpieczeniowych w ramach określonego profilu inwestora; decyzja klienta o zgodzie w przedmiocie wyniku analizy i wyborze produktu spośród sugerowanych jest odznaczana przez wybór opcji „tak” lub „nie”; wskazanie produktu wybranego przez klienta; podpis klienta oraz następujące oświadczenia: (1) „Oświadczam, że zostałem/am poinformowany/a, że na podstawie informacji zawartych w niniejszej ankiecie podmiot dokonał oceny adekwatności produktu ubezpieczeniowego z elementem inwestycyjnym / produktu inwestycyjnego do moich potrzeb, wiedzy i skłonności do podejmowania ryzyka oraz że w wyniku tej oceny stwierdzono, że produkt ubezpieczeniowy, który został wybrany przeze mnie i o którego zakup się ubiegam, nie jest dla mnie odpowiedni (adekwatny), o czym zostałem poinformowany.”, (2) „Oświadczam, że jestem świadomy podjętej decyzji i przysługującego mi prawa wyboru innego niż rekomendowany sposobu inwestowania i że ponoszę

odpowiedzialność za skutki wyboru produktu ubezpieczeniowego na podstawie udzielonych przeze mnie odpowiedzi, poza odpowiedzialnością wynikającą z zawartych umów ubezpieczeń.”, (3) „Oświadczam, że powyższe dane są zgodne z prawdą. Zostałem poinformowany, że udzielenie powyższych informacji jest dobrowolne i odmowa ich udzielenia nie może spowodować odmowy zawarcia np. umowy ubezpieczenia, oraz, że ponoszę w całości ryzyko inwestycyjne związane z podjętą decyzją. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, iż jakiegokolwiek informacje zawarte w tym dokumencie nie mogą być traktowane jako doradztwo inwestycyjne. Oświadczam, iż zostałem poinformowany, że nie udzielenie wystarczających informacji do dokonania oceny, skutkuje brakiem określenia profilu inwestycyjnego i jednocześnie brakiem możliwości wskazania produktu/ów odpowiedniego/ich dla moich potrzeb”.

dowód: Uchwała Nr (...) z załącznikiem, k. 2336-2337 akt admin.; korespondencja mailowa do pracowników dotycząca stosowania (...), k. 2456-2460 akt admin.; wypełniony formularz (...), k. 2411 akt admin.; „Procedura sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowych”, k. 2471-2478 akt admin.

2) Uchwały nr (...) Zarządu Banku (...) S.A. z dnia 31 lipca 2013 r. w sprawie zatwierdzenia „Polityki sprzedaży produktów (...)”.

Dokument ten określał zasady postępowania oraz standardy w zakresie wdrażania i oferowania produktów ubezpieczeniowo-inwestycyjnych. Dokument precyzował zarówno warunki, jakie spełniać ma produkt ubezpieczeniowo-inwestycyjny, aby mógł on się znaleźć w ofercie Banku, jak i wskazywał w jaki sposób ma on zostać zaoferowany klientom Banku. Rozdział III dokumentu wskazywał, że Bank oczekuje od osób oferujących i dystrybuujących jego produkty przekazywania klientom pełnej informacji ustnej, materiałów informacyjnych oraz dokumentacji przed przystąpieniem klienta do produktu. Podmioty oferujące produkty Banku zobowiązane były do weryfikacji przed zaoferowaniem produktu klientowi, czy proponowany produkt trafia w potrzeby klienta, przy uwzględnieniu posiadanej przez niego wiedzy i doświadczenia.

dowód: Uchwała Nr (...) z załącznikiem, k. 2343 oraz 2463-2469 akt admin.; pismo (...) Bank z 22.01.2014 r., k. 2333-2334 akt admin.

3) Uchwały nr (...) (...) Bank S.A. z dnia 1 października 2013 r. w sprawie zatwierdzenia wyników przeglądu oferowanych produktów ubezpieczeniowych o charakterze inwestycyjnym pod kątem rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego oraz zaleceń Rady Nadzorczej.

W ramach wskazanego przeglądu, dokonanego między innymi po analizie najczęstszych reklamacji, przyjęto do realizacji następujące założenia:

1. wprowadzenie ograniczenia wysokości pobieranych opłat likwidacyjnych w produktach regularnego inwestowania do maksymalnie 50% wartości rachunku w pierwszym roku ubezpieczenia;
2. wprowadzenie ograniczenia wieku klientów, którym może być zaoferowany produkt o charakterze inwestycyjnym do 70 r.ż. w przypadku produktów strukturyzowanych oraz 57 r.ż. w przypadku produktów regularnego inwestowania;
3. analizy produktów pod względem ochrony kapitału.

W wyniku podjętych rozmów z towarzystwami ubezpieczeń dokonano obniżenia opłat likwidacyjnych oraz obniżenia maksymalnego wieku przystąpienia klienta do ubezpieczenia w poniższych produktach wprowadzonych we współpracy z Towarzystwem (...): (...)/(...)/ (...)/ (...)/ (...)/ (...), zatwierdzonych uchwałą Zarządu nr (...) z 25 czerwca 2013 r. Obniżono również opłaty likwidacyjne w nowo wprowadzonym produkcie Towarzystwa (...) S.A. (...) zatwierdzonego Uchwałą Zarządu nr (...) z dnia 25.06.2013 r., produktach wprowadzonych we współpracy z Towarzystwem (...): (...) (zatwierdzony Uchwałą Zarządu nr (...) z dnia 27.03.2013 r.) oraz (...) (zatwierdzony Uchwałą Zarządu nr (...) z dnia 28.05.2013 r.), produkcie wprowadzonym we współpracy z (...) SA: (...) oraz (...) (oferowany w (...)). Natomiast w związku z brakiem możliwości wprowadzenia planowanych zmian dotyczących wieku przystąpienia do ubezpieczenia we wszystkich oferowanych produktach o charakterze inwestycyjnym, wprowadzono obostrzenie

w sprzedaży przedmiotowych produktów. Doradcy otrzymali komunikat informujący, iż produkty ubezpieczeniowe z elementem inwestycyjnym mogą być oferowane Klientom którzy nie ukończyli 57 roku życia, natomiast w przypadku odstępstwa Doradca zobowiązany jest uzyskać zgodę Dyrektora Departamentu Sprzedaży.

W wyniku dokonanych analiz Bank wycofał z oferty produkt (...) (...) z (...), którego sprzedaż generowała wysokie ryzyko misselingu.

dowód: Uchwała Nr (...) wraz z załącznikiem, k. 2351 i 2470 akt admin.;

4) Zarządzenia Nr (...) z dnia 29 listopada 2013 r. Członka Zarządu nadzorującego Departament Produktów wprowadzającego „Procedurę sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowych”.

W dokumencie tym określono zasady sprzedaży produktów inwestycyjnych i o charakterze ubezpieczeniowo-inwestycyjnym oraz opisano obowiązki doradcy w ramach procesu sprzedaży. Czynności opisane w procedurze dotyczą następujących obszarów: organizacja i przygotowanie do spotkania z klientem, analiza potrzeb i oczekiwań klienta, oferowanie i sprzedaż produktów, rejestracja sprzedaży oraz przekazywanie dokumentów, weryfikacja procesu sprzedaży, pozostałe obowiązki doradcy dotyczące obsługi klienta, zasady wynagradzania doradców.

dowód: „Procedura sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowych”, k. 2471-2478 akt admin.

5) Zarządzenia Nr (...) Członka Zarządu (...) Bank SA z dnia 23 grudnia 2013r. w sprawie zatwierdzenia (...) Banku.

Dokument ten adresowany jest do pracowników i współpracowników (...) Banku, a jego zadaniem jest przybliżenie tym osobom oczekiwań w zakresie obsługi jego klientów. Treść dokumentu obejmuje kwestie związane z wizerunkiem przedstawiciela Banku (modelowy pracownik, dress code, po godzinach) oraz z procesem obsługi klienta (nawyki pracownika, standardy obsługi klienta, przygotowanie się do spotkania, schemat rozmowy z klientem, kontakt z klientem, dobre praktyki obsługi osób z niepełnosprawnością, back office, kontakt telefoniczny z klientem, kontakt e-mailowy z klientem, korespondencja pocztowa, przebywanie w recepcji, lista kontrolna, reklamacje). W „Księdze” przygotowane zostały tematy i propozycje krótkich pytań, które mogą być wykorzystane przez pracowników w trakcie spotkania z klientem w celu dokonania analizy jego sytuacji finansowej. Zawarto w niej także następujące porady dla sprzedawców, mianowicie, sugerowano, by przed prezentacją korzyści, najpierw poznać potrzeby klienta, zalecono wykorzystanie wszystkich narzędzi sprzedażowych, czyli wizualizacji, rysunków, przykładów oraz korzystanie z materiałów promocyjnych przygotowanych przez Departament Marketingu. W dokumencie zastrzeżono także konieczność dokładnego omówienia z klientami zasad funkcjonowania produktów oraz zwrócono uwagę, by mówić prawdę, nie wprowadzać klientów w błąd oraz by posługiwać się prostym, zrozumiałym językiem.

dowód: Zarządzenie Nr (...) wraz z załącznikiem, k. 2479-2496 akt admin.

(...) Bank S.A. zawarł również z ubezpieczycielami dodatkowe porozumienia w sprawie określenia standardów obsługi klienta, których przedmiotem jest podjęcie wspólnych działań mających na celu udoskonalenie zasad obsługi klienta w oparciu o zalecenia „III Rekomendacji dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym”. Pierwsze z tych porozumień zostało zawarte 30 stycznia 2013r. W oparciu o przedmiotowe porozumienia strony postanowiły w szczególności:

- podjąć działania zmierzające do określenia możliwości stosowania ankiety, umożliwiającej dokonanie analizy profilu klienta na etapie wyrażenia przez klienta zainteresowania produktami oraz zasad stosowania takiej ankiety,
- przekazywać klientowi rzetelną i zgodną z prawdą informację na temat konstrukcji produktu na etapie poprzedzającym podjęcie przez klienta decyzji o wyrażeniu zgody na objęcia ochroną ubezpieczeniową,

- dołożyć starań, by dokumentacja dostarczana klientowi sporządzona była w formie i formie umożliwiającej zapoznanie się z jej treścią przez klienta, by była napisana w sposób rzetelny, nie budzący wątpliwości i nie wprowadzający w błąd oraz by została doręczona klientowi przed podjęciem przez niego decyzji o i złożeniem oświadczenia woli, w czasie umożliwiającym mu zapoznanie się z informacjami,
- rozważyć przygotowanie materiałów obrazujących działanie poszczególnych produktów, ze szczególnym uwzględnieniem możliwych zasad działania produktu w różnych scenariuszach występujących na rynku finansowym,
- podjąć działania mające na celu zapewnienie, by wszystkie osoby współpracujące przy obsłudze klienta były należycie przygotowane do wykonywania swoich funkcji, w szczególności, by posiadały niezbędną wiedzę z zakresu oferowanych ubezpieczeń oraz by informacje przez nie przekazywane były prawdziwe i adekwatne do stanu wiedzy klienta; w tym zakresie strony mają dążyć do zacieśnienia współpracy w zakresie przygotowywania prezentacji i materiałów szkoleniowych dla poszczególnych produktów oraz zapewnienia wszystkim pracownikom, mającym bezpośredni kontakt z klientem szkoleń, a także dostępu do help desku i możliwości uzyskania dodatkowych informacji i wsparcia w procesie obsługi klienta a każdym etapie zawarcia i wykonania umowy ubezpieczenia,
- podjąć starania, by udzielanie odpowiedzi na zapytania i reklamacje, obsługa rezygnacji, informowanie o zgłaszaniu roszczeń oraz inne kontakty z klientami, bez względu na formę komunikacji, wykonywane były terminowo oraz zawierały rzetelne, kompletne i zrozumiałe dla klienta informacje,
- rozważyć działania mające na celu określenie zasad monitoringu jakości procesu obsługi klienta.

dowód: pismo (...) Bank z 22.01.2014 r., k. 2331 akt admin.; porozumienia zawarte z ubezpieczycielami, k. 2503 – 2527 akt admin.

Jak z powyższego wynika, po serii reklamacji konsumentów na doradców, w ramach przystąpienia konsumentów do ubezpieczeń zaczęto stosować różnego rodzaju dodatkowe dokumenty, w zależności od indywidualnych cech poszczególnych produktów, czy towarzystwa ubezpieczeniowego, którego one dotyczą. Były stosowane następujące dokumenty: „deklaracja przystąpienia” lub „deklaracja zgody” wraz z załącznikami, na których klienci własnoręcznym podpisem potwierdzają np. zgodę na objęcie ich ochroną ubezpieczeniową, otrzymanie i zapoznanie się z warunkami ubezpieczenia grupowego na życie i dożycie z (...), regulaminem, tabelą opłat i limitów składek; zgodę na przetwarzanie danych osobowych; poinformowanie o braku gwarancji osiągnięcia celu inwestycyjnego, jakim jest powiększenie wartości aktywów ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego; poinformowanie o okresie ubezpieczenia, wysokości sumy ubezpieczenia i wartości wykupu, a także o wartości rachunku udziałów w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia, celu funduszu, ryzyk inwestycyjnych, czy o tym, że ubezpieczenie nie jest lokatą bankową, a ryzyko inwestycyjne związane z inwestowaniem w fundusz ponosi ubezpieczony.

Załącznikami do deklaracji zgody, podpisywanymi przez klientów, były także „Ilustracja zasad określania Wartości rachunku udziałów oraz Udziału w zysku Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych” oraz „Ilustracja Wartości wykupu, opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych”.

Pierwszy z wymienionych załączników zawiera następujące informacje:

„Przykład: Wartość Składki Jednorazowej: 10 000,00 zł, z czego 9 990,00 zł podlega alokacji do Funduszu, a 10,00 zł stanowi Składkę za ryzyko. Poniższy wykres został sporządzony w oparciu o: 1) cztery przykładowe wartości udziału w zysku w wysokości 0%, 8,1%, 16,2% oraz 24,3% Składki Jednorazowej 2) przykładowe oprocentowanie środków Funduszu równe iloczynowi stawki (...) w wysokości 3,75% i liczby 0,025, i założeniu, że żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie Funduszu nie wystąpiło”.

Na wykresie przedstawiono zasadę działania produktu w różnych scenariuszach występujących na rynku finansowym w następujący sposób: określono wartość środków pieniężnych, które wpłaca konsument w ramach składki

jednorazowej oraz wartość udziału w zysku. Pierwszy ze słupków wykresu obrazuje wartość Składki jednorazowej, następny obrazuje przedstawia rozdysponowania tej składki na składkę za ryzyko oraz składkę jednorazową podlegającą alokacji. Kolejne słupki prezentują wielkości „Wypłata na koniec Okresu ubezpieczenia – Przykładowe wysokości udziałów zysków wynoszących 0%, 8,1%, 16,2% oraz 24,3% Składki Jednorazowej.” Przy każdym wykresie podane są konkretne wartości wypłat oraz wartości zysku.

Poniżej wykresu zamieszczono wyjaśnienia: „Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu jedynie zilustrowanie zasad rozliczenia Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie Funduszu ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Jednorazowej podlegającej alokacji w Funduszu. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe wartości Udziału w zysku oraz o przykładowe oprocentowanie, (... - nazwa towarzystwa ubezpieczeń – przyp. Sądu) nie gwarantuje osiągnięcia podobnego oprocentowania w przyszłości.

Zapoznałem/am się z niniejszą Ilustracją zasad rozliczenia Wartości rachunków udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych” (podpis Ubezpieczonego).

Drugi ze wskazanych załączników zawierał następujące informacje:

„Przykład: Wartość Składki Jednorazowej: 10 000,00 zł, z czego 9 990 zł podlega alokacji do Funduszu, a 10,00 zł stanowi Składkę za ryzyko. Poniższy wykres został sporządzony w oparciu o przykładowe oprocentowanie środków Funduszu równe iloczynowi stawki (...) w wysokości 3,75% i liczby: 0,025 i założeniu, że żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie Funduszu nie wystąpiło”.

Przedstawiony w załączniku wykres prezentuje wartości, jakie w kolejnych miesiącach polisowych przyjmuje wartość rachunku udziałów oraz wartość wykupu. Natomiast pod wykresem zawarto następujące uwagi: „Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu zilustrowanie Wartości wykupu względem opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie Funduszu ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Jednorazowej podlegającej alokacji do Funduszu. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe oprocentowanie, (... - nazwa towarzystwa ubezpieczeń – przyp. Sądu) nie gwarantuje osiągnięcia podobnych wyników w przyszłości.

Zapoznałem/am się z niniejszą Ilustracją Wartości wykupu, opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych”. (podpis Ubezpieczonego).

dowód: deklaracja zgody wraz z załącznikami, k. 2403-2409 akt admin.; deklaracja przystąpienia wraz z załącznikami, k. 2544-2554, k. 2812-2814, k. 2828, k. 2831, k. 2905 verte-2906, k. 2927-2928 akt admin.

Po fali reklamacji bank zaczął także wyciągać konsekwencje wobec doradców, którzy sprzedawali produkt w sposób nieprawidłowy i nie przekazywali wszystkich informacji klientom (zeznania M. K. (1) k.203).

Produkty ubezpieczeniowe z (...) były oferowane konsumentom do 30 września 2013r (data ostatniego przystąpienia konsumenta do rozpatrywanego rodzaju ubezpieczenia – k. 2391 tom 13). Wprawdzie 7 marca 2014r Bank ponownie rozpoczął oferowanie grupowego ubezpieczenia z (...) będącego w ofercie (...) S.A. (k. 2391), w ramach promocji (...) (uchwały Zarządu z 4 marca 2014 r. wprowadzającej to ubezpieczenie do oferty Banku k. 2393, k. 2498-2499, tom 13),

jednak była to wyraźnie oferta skierowana do przedsiębiorców a nie do konsumentów (§ 2. lit.b regulaminu, wskazuje, że oferta jest skierowana do klientów prowadzących działalność gospodarczą, k. 72; też materiały dotyczące oferty wskazują, że jest to rozwiązanie dla przedsiębiorców k.74; natomiast z OWU dotyczących oferty (...) wynika, że jest ona skierowana do klientów, którzy przystąpili do (...) (...) a więc właśnie do przedsiębiorców k. 76).

Data zaprzestania oferowania konsumentom ubezpieczeń z (...) tj 30 września 2013 r. stanowi więc datę zaniechania praktyki zarzuconej powodowi w decyzji Prezesa UOKiK.

Postanowieniem z 31 grudnia 2013 r. wszczęto z urzędu postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem stosowania przez (...) Bank SA w W. działań polegających na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowego produktu, poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej także uopnpr, co mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 uokik.

dowód: Postanowienie Nr(...), k. 2-3 akt admin.

W roku 2013 (...) Bank S.A. osiągnął przychód w wysokości (...) zł.

dowód: rachunek zysków i strat (...) Bank za rok 2013 r. k. 2795 akt admin.; wartość przychodu osiągniętego w 2013 r. przez (...) Bank, k. 2796 akt admin.

Pismem z 4 września 2014 r. zawiadomiono (...) Bank o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w sprawie oraz pouczono o możliwości zapoznania się z tym materiałem przez stronę lub jej pełnomocników.

dowód: Zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, k. 3105 akt admin.

W dniu 15 października 2014 r. Prezes UOKiK wydał decyzję, która została zaskarżona w niniejszym postępowaniu sądowym.

Powyższy stan faktyczny Sądu ustalił w oparciu o dowody zgromadzone w toku postępowania administracyjnego oraz sądowego powołane wyżej, oraz dowody z zeznań świadków zgłoszonych przez powoda. Świadkowie w osobach: A. K., M. J. i M. K. (1) potwierdzili fakt, że zaistniał problem przy sprzedaży produktów z (...), w szczególności, że niektórzy sprzedawcy tych produktów - doradcy klientów, pracownicy (...) Banku nie zawsze właściwie informowali klientów o produkcie. Jak zeznał świadek M. K. problem ten dotyczył głównie 10 pracowników, z którymi bank ostatecznie się rozstał polubownie. Natomiast świadek A. K. i M. J. wskazywali na podjęcie przez (...) Bank szeregu czynności poprawiających zakres jakości usług w związku ze sprzedażą produktów (...), w związku z reklamacjami i też działaniami organów nadzoru. Zeznania te zdaniem Sądu były wiarygodne, gdyż były ze sobą zbieżne i wzajemnie się uzupełniały, tworząc logiczny obraz czynności banku jakie zostały podjęte na skutek licznych reklamacji oraz jednoznacznie wskazywały na winę co najmniej części doradców w niewłaściwym przekazywaniu informacji klientom na temat oferowanych im produktów, w szczególności ryzyka inwestycyjnego jak i konsekwencji wcześniejszego odstąpienia od umowy oraz niedostosowania produktu do potrzeb klienta. Ponadto zeznania świadków zasadniczo pozostawały także w zgodzie z pozostałymi dowodami zgromadzonymi w sprawie, w tym także reklamacjami klientów.

Odnosząc się do zarzutu powoda, że organ ustalając zakres informacji przekazywanych podczas rozmów z konsumentami, oparł się na niewielkiej liczbie skarg konsumentów, a nie przeprowadził dowodów bezpośrednich, zwłaszcza nie przesłuchał świadków - innych klientów Banku, należy w pierwszej kolejności stwierdzić, że skargi

niewątpliwie stanowią wiarygodny dowód w sprawie, gdyż zostały one zasadniczo poparte zeznaniami świadków powoda przesłuchanych przed Sądem, którzy potwierdzili fakt występowania nieprawidłowości przy oferowaniu produktów z (...), czego konsekwencją było raz zwolnienie pewnej grupy doradców, dwa rezygnacja z oferowania niektórych produktów, szczególnie zagrożonych misillingiem i wreszcie wprowadzenie szczególnych procedur sprzedaży zmierzających do wyeliminowania występujących nieprawidłowości.

W kontekście podniesionego przez powoda zarzutu należy także zaznaczyć, że nieprzeprowadzenia przez organ dowodów w postępowaniu administracyjnym nie wyłącza możliwości przeprowadzenia ich przed sądem. W tym celu strona, która z tych dowodów chce skorzystać i wywieść z nich korzystne dla siebie skutki prawne musi zgłosić stosowane wnioski dowodowe. Powód, skorzystał z tego prawa i sformułował wnioski dowodowe, jednak nie wskazał na potrzebę przesłuchania klientów, dlatego trudno uznać zarzuty powoda za zasadne. Ponadto logiczne wnioskowanie pozwala przyjąć, że skoro były skargi od konsumentów, kierowane zarówno do powoda jak i innych organów, i też pracownicy powoda zeznali, że występowały w banku problemy z jakością informacji przekazywanych przez niektórych doradców a bank uwzględnił znaczną część reklamacji – to oczywistym jest, że zarzuty zawarte w reklamacjach były rzeczywiste i można im przypisać walor wiarygodności.

Warto w tym kontekście także dodać, że stosowany odpowiednio art. 231 k.p.c. przesądza, że zarówno organ jak i Sąd może uznać za ustalone fakty mające istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy, jeżeli wniosek taki można wyprowadzić z innych ustalonych faktów. Ocena zgromadzonych dowodów w postaci skarg konsumentów i materiałów wewnętrznych Banku oraz zeznań pracowników banku wyłoniła obraz praktyki stosowanej przez Bank. Prezes Urzędu dysponując dowodami z dokumentów nie musiał przeprowadzać dowodu z osobowych źródeł, gdy analiza dokumentów wystarczała do uznania, że organ sprostał ciężarowi dowodu a wniosek o dopuszczenie dowodu z zeznań świadków mających dowieść faktu przeciwnego nigdy nie został złożony.

Co do zarzutu (...) Banku, że prezentacje o produkcie przygotowane dla pracowników Banku (a nie dla konsumentów) nie mogą mieć decydującego znaczenia dla oceny przebiegu spotkań – to zdaniem Sądu Prezes UOKiK nie przypisał im takiego znaczenia; ich treść stanowi jeden z wielu przykładów na istnienie zarzuconej praktyki, które w powiązaniu z innymi dowodami stwarzają obraz całości zachowań doradców wobec konsumentów, w szczególności jakie treści i z jakim natężeniem były im prezentowane a które przemilczane bądź bagatelizowane, czy nawet zakłamywane. Niewątpliwie w materiałach tych zawarto swoiste wytyczne dla sprzedawców, wskazano, jakie informacje powinni akcentować w przekazie o produkcie kierowanym do klientów (tj. informacje o korzyściach, a nie o ryzyku).

Co się zaś tyczy argumentów powoda, że w banku istniały mechanizmy weryfikacji sprzedaży i wymagano stosowania najwyższych standardów (przeprowadzano weryfikację telefoniczną, a dopuszczenie się uchybień przez sprzedawcę miało wpływ na wysokość jego wynagrodzenia) – to należy stwierdzić, że istnienie tych mechanizmów nie wyklucza tego, że może dojść (i dochodziło) do nieprawidłowości, a wręcz to potwierdza (skoro są przewidziane dla sprzedawców sankcje za dopuszczenie się ich).

Sąd zważył, co następuje:

Odwołanie powoda jest niezasadne w części, w jakiej kwestionuje prawidłową ocenę Prezesa UOKiK działań Banku wobec konsumentów przy oferowaniu im inwestowania w produkty inwestycyjne z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Zdaniem Sądu w tym zakresie organ dokonał prawidłowej subsumcji opisanego wyżej stanu faktycznego i wyciągnął prawidłowy wniosek, co do możliwości przypisania powodowi działania wypełniającego dyspozycję art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z tym przepisem zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przy czym przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Generalny zakaz stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych zawarty został także w artykule 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wdrażającej dyrektywę 2005/29/WE

Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. (dalej jako Dyrektywa). Pojęcie nieuczciwych praktyk rynkowych zostało zdefiniowane w art. 4 ust. 1 powołanej ustawy stosownie do którego, 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.

Definicja samej praktyki rynkowej zawarta w art. 2 pkt 4 unpr określa ją jako działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Wyjaśnienie pojęcia praktyki rynkowej stanowi w zasadzie dosłowne powielenie definicji zawartej w Dyrektywie (art. 2 pkt d dyrektywy).

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2 unpr). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5 unpr) albo zaniechaniu (art. 6 unpr) wprowadzającym w błąd.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 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.

W myśl art. 5 ust 3 pkt 2 powołanej ustawy wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzonych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem.

Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy zatem stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd „przeciętnego konsumenta”, do którego jest skierowana lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe (patrz wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 lutego 2011r. VI ACa 694/10 - Lex nr 1220720).

Dla prawidłowej oceny praktyki rynkowej stosowanej przez powoda, a w szczególności jej wpływu na zachowania rynkowe konsumenta, konieczne jest uwzględnienie cech adresatów ocenianych praktyk, których ustawa określa przeciętnym konsumentem.

Co do zasady **przeciętny konsument**, którego definicję zawiera art. 2 pkt 8 unpr to osoba należycie poinformowana, uważna, ostrożna i rozsądnie krytyczna. Jak wskazuje jednak orzecznictwo, wzorzec ten nie może być jednak definiowany w oderwaniu od konkretnych warunków ustalonych w sprawie oraz od realiów środowiskowych. Oceny zakresu informacji oraz poziomu uwagi i ostrożności 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.

W dyrektywie dotyczącej nieuczciwych praktyk rynkowych, której implementację stanowi ustawa o zwalczaniu nieuczciwych praktyk rynkowych zawarte zostało postanowienie (pkt 18 preambuły), że test przeciętnego konsumenta nie jest testem statystycznym, a w celu ustalenia typowej reakcji przeciętnego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy i organy administracyjne będą musiały polegać na własnej umiejętności oceny, z uwzględnieniem orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości.

Zasadniczo należy uznać, że konsument będący adresatem praktyk powoda nie był osobą bardziej niż przeciętnie zorientowaną w rynku usług finansowych, gdyż z racji tego, że oferty były prezentowane przez doradców w placówkach banku mieli do nich dostęp przeciętni nabywcy typowych usług bankowych takich jak prowadzenie rachunku rozliczeniowego, lokat terminowych czy kredytów konsumenckich. Z tych zaś podstawowych usług w obecnej dobie powszechnie korzystają wszystkie grupy społeczne (zatrudnieni pracownicy, ale też emeryci i renciści, młodzi i starzy, bardzo dobrze ale też i słabo wykształceni itd.).

Przy definiowaniu modelu przeciętnego konsumenta będącego adresatem praktyki powoda nie sposób pominąć co było przedmiotem oferty powoda. Jest to istotne z tej racji, że jak słusznie zauważa profesor E. Ł. (1), to czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości (E. Łętowska, Europejskie prawo umów konsumenckich, CH. Beck, Warszawa 2004).

Należy się przy tym odwołać do podwalin ochrony konsumenta na gruncie prawa europejskiego, w którym konsument jest chroniony ponieważ z natury rzeczy jest poinformowany gorzej niż jego profesjonalny partner na rynku. Ochrona konsumenta przez rozbudowę obowiązku informacji, umocnienie czynników wpływających na transparentę transakcji opiera się na założeniu, że rzetelnie poinformowany konsument ma szansę stać się rzeczywiście pełnoprawnym uczestnikiem rynku. Lepsza, rzetelniejsza, użyteczna, a nie rozumiana czysto formalnie informacja jest więc techniką kompensacji położenia konsumenta, upośledzonego względem jego partnera profesjonalisty (tak E. Łętowska w głosie do wyroku NSA z 21.02.2000, II SA 1707/99)

W sprawie niniejszej przekaz informacyjny kierowany przez powoda do konsumenta dotyczył swoistego produktu ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (dalej jako (...)). Pod tą nazwą kryje się grupa produktów, które choć formalnie nie są instrumentem finansowym w rozumieniu art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dz. U. Nr 183, poz. 153 z późn. zmianami), to jednak w literaturze przedmiotu przyjmuje się, że stanowią jednak swoisty produkt inwestycyjny – w sensie ekonomicznym równoważny inwestycjom w jednostki uczestnictwa funduszy inwestycyjnych (tak prof. Aleksander Chłopecki w: Ubezpieczenie z funduszem inwestycyjnym a opłaty likwidacyjne, Wydawnictwo Polskiej Izby Ubezpieczeń). Nie są one także ani typowym produktem ubezpieczeniowym ani też nie stanowią lokaty bankowej.

W tym kontekście warto zwrócić uwagę, że powołana wyżej Dyrektywa w pkt 9 preambuły wskazywała na konieczność ustanowienie szerszej, niż uregulowania zawarte w tejże Dyrektywie, ochrony konsumentów w zakresie usług finansowych i nałożenia w związku z tym pozytywnych obowiązków na przedsiębiorców – z uwagi na złożoność tej dziedziny i związane z nim poważne ryzyko. Przy czym oczywistym jest, że o ile dla konsumenta ryzyko w razie nieudanej transakcji jest olbrzymie, gdyż często może zrujnować dorobek całego jego życia, o tyle dla instytucji finansowej niepowodzenie tej samej transakcji stanowi nieznaczającą i nieodczuwalną stratę.

Należy także podkreślić, że europejski regulator dostrzegł powagę ochrony inwestora indywidualnego w odniesieniu do typowych produktów inwestycyjnych ustanawiając w 2004r Dyrektywę zwaną (...) ((...)) w sprawie rynków instrumentów finansowych, która bardzo precyzyjnie określiła zakres informacji, jakie powinny zostać przekazane potencjalnemu nabywcy instrumentu finansowego. Zgodnie z tymi regulacjami istnieje po stronie przedsiębiorcy oferującego tego typu produkty obowiązek dokonania oceny czy potencjalny klient/inwestor posiada odpowiednią wiedzę i doświadczenie na rynku instrumentów finansowych oraz tzw. tolerancję na ryzyko adekwatne do profilu ryzyka danego instrumentu finansowego. W szczególności Dyrektywa (...) stanowi także, że klient powinien znać wszystkie koszty, ograniczenia i ryzyka związane z instrumentem, który pragnie nabyć. Dzięki temu ma możliwość porównania między sobą kilku różnych produktów.

Polski organ nadzoru finansowego jakim jest Komisja Nadzoru Finansowego w wielu dokumentach rekomendowała przedsiębiorcom w jaki sposób mają reklamować i produkty czy to ubezpieczeniowe czy finansowe. Wyłania się z nich podstawowa zasada, że informacje przekazywane konsumentom mają cechować się dbałością o interes konsumentów, rzetelnością a przekaz reklamowy ma nie wprowadzać w błąd i nie sugerować, że reklamowana

usługa jest korzystniejsza niż ma to miejsce w rzeczywistości (np. Zasady reklamowania usług ubezpieczeniowych i bankowych – załącznik do uchwały (...) z 2.10.2008r, stanowisko w sprawie świadczenia przez firmy inwestycyjne usług doradztwa inwestycyjnego z 27.03.2012r, dostępne na stronie internetowej (...))

Przedstawione wyżej aspekty związane z zakresem obowiązków informacyjnych wobec konsumenta, w szczególności jeśli dotyczy to usług finansowych, w ocenie Sądu przemawiają za przyjęciem tezy, że chociaż ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym nie są objęte zasadami ochrony inwestorów przewidzianymi przez (...), to fakt, że są obciążone takim samym ryzykiem co produkty MIFiDowe uzasadnia przyjęcie, że na przedsiębiorcy oferującym tego typu produkty inwestycyjne ciąży daleko szerszy obowiązek informacyjny niż w odniesieniu do innych typowych produktów bankowych, które co do zasady nie są obciążone ryzykiem inwestycyjnym. Tym bardziej jest to uzasadnione, że zasadniczo usługi finansowe tego typu są bardzo skomplikowanymi produktami a po stronie konsumenta zazwyczaj występuje deficyt wiedzy i jak zauważa Profesor E. Ł. występujący nie tylko na etapie przed transakcyjnym ale również w czasie, a nawet po „skonsumowaniu” usługi.

Warto w tym miejscu odnotować, że także w sprawozdaniach Rzecznika Ubezpieczonych jak i (...) ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym traktowane są jako skomplikowane produkty.

Dowód: Raport Rzecznika Ubezpieczonych z dnia 7 grudnia 2012 r. Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym

Z kolei zdaniem Rzecznika Finansowego wyrażonym w raporcie Rzecznika Finansowego z 2016r "Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym – część II". „ umowy ubezpieczeń inwestycyjnych w obecnym kształcie nie powinny być adresowane do masowego odbiorcy. Taka opinia wynika ze znacznej skomplikowania tych umów i dużą skalę generowanych przez nie problemów”. Produkty te powinny być kierowane co najwyżej do osób dysponujących "wiedzą z zakresu finansów, ekonomii, a także inwestycji".

dowód: raport dostępny pod adresem [www:\(...\)](#)

Powołany raport Rzecznika (...) przytacza także dane z innych krajów, w których mocą krajowych regulacji prawnych ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym zostały potraktowane jak instrumenty finansowe, a więc stosuje się do nich standardy dyrektywy (...). Też przywołane tam orzecznictwo sądowe poszczególnych państw europejskich, ze względu na skomplikowany charakter tego typu ubezpieczeń, zdecydowanie potwierdza konieczność szczególnej ochrony konsumentów nabywających tego typu produkty i obowiązek profesjonalnych przedsiębiorców będących pośrednikami lub ubezpieczycielami zweryfikowania możliwości finansowych konsumenta tak, aby rekomendowany produkt był na miarę możliwości i oczekiwań danego klienta.

Także w Polsce po fali krytyki wobec form sprzedaży konsumentom ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym pojawiły się liczne rekomendacje dotyczące dobrych praktyk przy ich sprzedaży. Między innymi zatwierdzona przez Zarząd (...) Banków (...) w dniu 10 lipca 2012 r (...) (obowiązywać zaczęła dopiero 1 stycznia 2013 r.), czy III Rekomendacja (...) i (...) dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym.

Istotne dla ustalenia modelu przeciętnego konsumenta jest także odniesienie oferty powoda ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym do znanego przeciętnemu konsumentowi, typowego produktu bankowego -- lokaty bankowej, w którym przed pojawieniem się ubezpieczenia z funduszem kapitałowym lokował oszczędności, co jasno wynikało ze składanych masowo reklamacji. Do pojawienia się w bankach produktów inwestycyjnych był to jedyny produkt znajdujący się w ofercie banków, znany konsumentom z dotychczasowych doświadczeń, w którym lokowali oszczędności. Co istotne produkt ten był postrzegany jako bardzo bezpieczny, gdyż gwarantował zachowanie kapitału i osiągnięcie zysku z odsetek. Ważkie w tej kwestii jest to, że ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym pojawiły się w ofercie działających na terenie Polski instytucji dopiero w pierwszej dekadzie XXI w, zaś wysyp ofert tego typu przypada na początek 2 dekady XXI w. Nie były więc one

powszechnie znanymi produktami na rynku krajowym, tym bardziej nie były znane konsumentom korzystającym dotychczas z usług banków. Utarte w świadomości konsumentów wyobrażenia o zakresie działalności banków mogły więc i faktycznie powodowały postrzeganie przez nich każdego nowego produktu jako modyfikację znanych już produktów, a nie jako zupełnie nową usługę, o innych cechach. Na takim pierwotnym etapie wdrażania zupełnie nieznanego w powszechnym odbiorze produktu, konsumenci mogą mieć obiektywnie uzasadnione przeświadczenie, że banki oferują im możliwość zakładania lokat terminowych o znanych im cechach a nie innych usług o znacznie wyższym ryzyku, które w istocie są produktem inwestycyjnymi.

Podobnie odwołanie się do powszechnie znanego typu umów ubezpieczeń na życie, do których nazwą nawiązywały produkty oferowane przez bank, nie pozwala na przyjęcie, że produkty oferowane przez powoda stanowiły typowe i znane konsumentom produkty ubezpieczeniowe. Zdaniem Sądu konsumenci są bowiem przyzwyczajeni do tradycyjnej umowy ubezpieczenia na życie, w ramach której otrzymują zagwarantowane świadczenie pieniężne i dodatkowo świadczenia z zysku wypracowanego przez ubezpieczyciela. Przeważa w nich oczywiście czynnik demograficzny, gdy tymczasem w oferowanych przez powoda produktach czynnik ten ma marginalne znaczenie, natomiast istotny jest czynnik finansowy, na którym oparta jest rentowność produktu.

Można więc śmiało przyjąć, za Rzecznikiem Finansowym, że ubezpieczenie w formule inwestycyjnej jest ubezpieczeniem tylko z nazwy, w praktyce bowiem pełni funkcję nośnika instrumentu finansowego, w którym ryzyko inwestycji w całości bądź znacznej części spoczywa na ubezpieczającym, ochrona zaś ubezpieczeniowa zdaje się być elementem zbędnym.

Zatem moment, w którym powód oferował konsumentom produkt tj od lipca 2011 do września 2013r, uzasadniał tezę, że konsumenci, powszechnie korzystający z oferty banku nie mogli mieć jeszcze ani wyrobionego zdania o produkcie ani nawet ogólnej wiedzy o nim skoro był to stosunkowo nowy produkt na rynku usług bankowych. Z samych reklamacji wynika, że konsumenci po raz pierwszy spotykali się z taką formą inwestowania środków.

Istotne jest w tym kontekście także i to, że polscy konsumenci w zakresie szeroko pojętych instrumentów finansowych, rozumianych jako inwestycji finansowych w inne niż typowe lokaty bankowe, nie mieli wielu doświadczeń, z tej racji, że w Polsce komercyjne instytucje finansowe, po okresie dominacji publicznych banków w ustroju socjalistycznym, zaczęły się pojawiać na przestrzeni ostatnich 25 lat. O stanie wiedzy polskiego społeczeństwa o inwestowaniu świadczą powszechnie znane zdarzenia sprzed kilku zaledwie lat, gdy np. spółka (...) wyłudziła od tysięcy Polaków miliony złotych pod pozorem lokowania ich w złocie. Ważne przy tym jest, że w tej bardzo licznej grupie oszukanych osób znaleźli się bardzo różni ludzie: zarówno młodzi jak i starzy, bardzo dobrze wykształceni jak i niewykształceni. Podobnie, odnośnie do przekroju społecznego, rzecz się miała zarówno z nabywcami polis lokat, czy opcji walutowych jak też z zaciągającymi kredyty w walucie obcej (głównie we frankach szwajcarskich), którzy, co jest powszechnie wiadome z przekazów medialnych, nie mieli dostatecznego rozeznania co do możliwych ewentualnych negatywnych skutków podejmowanych decyzji dotyczących zmiennych kursów walutowych. Świadczy to zdaniem Sądu o tym, że bez względu na status społeczny czy intelektualny Polacy generalnie nie posiadają często nawet dostatecznej wiedzy w zakresie ekonomii i inwestowania.

Na takie zachowania rynkowe konsumenta może mieć wpływ jeszcze jedno historyczne uwarunkowanie związane z okolicznościami rynkowymi odnoszącymi się do usług bankowych w okresie przed 1989r. Do pewnego momentu usługi finansowe w Polsce były świadczone jedyne przez banki kontrolowane w pełni przez państwo. Zaufanie do tych instytucji było duże z tej racji, że państwo niejako gwarantowało zachowanie kapitału lokowanego w bankach (co obecnie nadal jest kontynuowane, z tym, że gwarancje zapewnia Bankowy Fundusz Gwarancyjny). Stąd zresztą banki w krajowym porządku prawnym były postrzegane jako instytucje zaufania publicznego. Zatem nie bez znaczenia dla ustalenia wzorca przeciętnego konsumenta i oceny poziomu jego uważności i ostrożności pozostaje fakt, że analizowana oferta przedstawiana przez powoda konsumentom pochodziła od banku, a więc podmiotu darzonego dużym zaufaniem publicznym.

Powyższa ogólna charakterystyka nabywcy usług finansowych oferowanych przez bank każe przyjąć, że obowiązki informacyjne tych instytucji wobec konsumentów są znacznie szersze niż w odniesieniu do innych dóbr oferowanych na rynku, szczególnie jeśli odnosi się to do stosunkowo mało znanego na rynku produktu lub produktu, który stanowi istotną modyfikację znanego produktu. Przy czym obowiązek ten rozciąga się nie tylko na etap zawierania umowy, ale także na ten czas przed zawarciem kontraktu, kiedy bank jedynie zachęca do zainteresowania się jego ofertą. Już na tym etapie spoczywa na banku obowiązek przedstawienia maksymalnie czytelnych ofert konsumentom, w szczególności w równym stopniu przedstawiających zarówno zalety produktu jak i stopień ryzyka, czy inne istotne z punktu nabywcy informacje wpływające na stan jego finansów, takie jak na przykład wysokość opłat za odstąpienie itp.

Konstruując więc model przeciętnego konsumenta, do którego skierowana była informacja o produkcie prezentowana przez doradców (...) Banku, należy wziąć pod uwagę właśnie te szczególne warunki obrotu oraz realia życia gospodarczego związane z odbiorcą produktu, ale przede wszystkim także skomplikowany charakter produktu, co przekłada się na zwiększone obowiązki informacyjne podmiotu, takiego jak powód.

Zatem należy przyjąć, że adresat praktyk powoda to konsument rozważny, przeciętnie zorientowany, jednak nie posiadający wiedzy na temat produktów finansowych o znacznym stopniu ich skomplikowania, takich jak ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Jak słusznie zauważył Prezes UOKiK ten deficyt wiedzy powinien zostać zrównoważony przez informacje przekazywane przez sprzedawcę. Taki konsument miał więc prawo oczekiwać od profesjonalnego doradcy w banku pełnej i rzetelnej informacji na temat oferowanego mu produktu – wskazującej nie tylko na korzyści, ale przede wszystkim na ryzyka związane z inwestowaniem, ale też innych informacji istotnych dla umowy o charakterze długoterminowym, takich jak konsekwencji wcześniejszego zakończenia umowy i związanych z tym opłatach likwidacyjnych -- i na niej opierać ostateczną decyzję o zakupie.

Zatem oczywistym jest, że w informacjach przekazywanych przez doradców winny się znaleźć informacje, nie dość że prawdziwe, to także takie, które w sposób maksymalnie precyzyjny prezentują produkt i to w takiej formie, która pozwala przeciętnemu konsumentowi na powzięcie nie budzącej wątpliwości informacji, co do charakteru produktu i związanego z nim ryzyka, jeśli oferowany produkt niesie ze sobą ryzyko finansowe. Inaczej mówiąc informacja o produktach finansowych kierowana do konsumentów powinna przedstawiać w równoważny sposób zarówno zalety jak i ryzyko jakie wiąże się z nabywaniem oferowanych produktów. Taki sposób informowania jaki przyjął powód, w którym przedstawia się produkt językiem korzyści, a więc uwypukla się hipotetyczne zyski a pomniejsza lub pomija się informacje o ryzyku i istotnych informacjach związanych z wcześniejszym zakończeniem umowy w tym w szczególności o bardzo wysokich opłatach likwidacyjnych czynią oferowany produkt w odbiorze konsumenta bardziej atrakcyjnym przez co mogą wzbudzić u przeciętnego konsumenta chęć nabycia oferowanego produktu, niezależnie od innego czynnika motywacyjnego jakim się może kierować.

W odwołaniu Bank zarzucił organowi błędną wykładnię pojęcia „przeciętnego konsumenta”, powołał się przy tym na Raport Prezesa UOKiK z 2009 r., z którego wynika, że – wbrew twierdzeniom pozwanego – banki nie są traktowane przez konsumentów jako instytucje cieszące się szczególnym zaufaniem.

Nie sposób jednak zgodzić się z powodem, że przeciętny konsument to konsument usług typu bancassurance, tj. należycie poinformowany, przezorny i ostrożny, posiadający większą wiedzę na temat produktów bankowych i ubezpieczeniowych niż przeciętny konsument usług bankowych. Ze skarg konsumentów wprost bowiem wynika, że po pierwsze - pokładali oni zaufanie w sprzedawcach – doradcach reprezentujących Bank, a po drugie – część konsumentów, którzy wnieśli skargi, wskazywała, że udawali się do banku w celu założenia lub przedłużenia zwykłej lokaty bankowej i dopiero wówczas proponowano im ubezpieczenia grupowe, zatem nie mieli „na wejściu” żadnej wiedzy na temat tego produktu i nie przychodzili do banku przygotowani do zakupu innego produktu. Skądinąd wiedza na temat ubezpieczeń z (...) nie jest powszechna także wśród pracowników Banku, skoro organizowano dla nich szkolenia i przedkładano im materiały szkoleniowe dotyczące każdego z tego typu produktu. Stąd nieuprawnione jest twierdzenie, że przeciętny konsument, któremu była przedstawiona przez doradców oferta ubezpieczeń z (...)

jest należycie poinformowany i „posiada większą wiedzę na temat produktów bankowych i ubezpieczeniowych niż przeciętny konsument usług bankowych”.

Natomiast co do takich cech konsumenta jak przezorność i ostrożność, to zgodzić się należy z Prezesem UOKiK, że klient wykazuje te cechy już poprzez to, że pragnie ulokować swoje oszczędności w banku, a więc instytucji znajdującej się pod nadzorem właściwych organów, której zadaniem jest lokowanie powierzonych jej środków w sposób bezpieczny i gwarantujący osiągnięcie określonego zysku. Natomiast odnosząc się do powołanego przez powoda raportu Prezesa UOKiK, to należy zauważyć, że raport opiera się na badaniach przeprowadzonych w 2009 r. i nie może być miarodajny do formułowania ocen na gruncie niniejszej sprawy. W 2009 r. grupowe ubezpieczenia na życie i dożycie z (...) nie były produktem oferowanym na rynku na szerszą skalę. Trzeba też mieć na uwadze, że oferta produktowa banków i towarzystw ubezpieczeniowych zmienia się bardzo dynamicznie, wprowadzane są coraz bardziej skomplikowane instrumenty i produkty, a więc i wiedza konsumentów na ich temat nie jest taka sama jak kilka lat wcześniej.

Zatem należało przyjąć, że w przypadku nabywców produktów z (...) mamy do czynienia z konsumentem rozważnym, ostrożnym i przeciętnie zorientowanym w zakresie standardowych, „codziennie zawieranych” umów bankowych, ale nie przygotowanym merytorycznie do zwarcia umowy o przystąpienie do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Ten deficyt wiedzy powinien zostać usunięty przez informacje przekazane konsumentowi przez bank.

Powyższe rozważania w kontekście ustaleń dotyczących zakresu niepełnego informowania konsumentów przez doradców zatrudnionych w (...) Banku o oferowanym im produkcie, w szczególności przedstawianie im oferty językiem korzyści i bagatelizowania bądź pomniejszania ryzyka inwestycyjnego i pomijanie istotnych uwarunkowań związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, pozwalają na przyjęcie, że sposób przekazywania informacji przez (...) Bank mógł wprowadzać w błąd w zakresie ryzyka związanego z powierzeniem środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym o jakim mowa w art. 5 ust 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i mógł powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej oferty, której inaczej by nie podjął.

Dokonując szczegółowej analizy skarg należało bowiem przyjąć, że doradcy, rekomendowali konsumentom, którzy oczekiwali ulokowania oszczędności na krótki czas, produkt inwestycyjny o długookresowym charakterze, zdecydowanie nierentowny przy wcześniejszym rozwiązaniu umowy, nie informując przy tym o wysokich opłatach likwidacyjnych. Podobnie produkty te były niejednokrotnie niedostosowane do profilu konsumentów, którzy np. nie byli skłonni do ryzyka inwestycyjnego, bądź z racji wieku nie planowali wieloletnich inwestycji związanych z regularnym inwestowaniem.

Oczywiste w świetle zgromadzonych skarg konsumentów było prezentowanie oferowanych produktów jako niezwykle korzystnych pod względem finansowym, w porównaniu do znanych dotychczas konsumentom produktów takich jak lokaty terminowe. Porównanie zaś korzyści w stosunku do korzyści uzyskiwanych z lokat terminowych, pozwala na przyjęcie, jak to uczynił Prezes UOKiK, że przeciętny konsument mógł zakładać, że oferowany produkt jest produktem o podobnych cechach tylko o większych korzyściach. Rekomendowany przez doradcę w ten sposób produkt, jako najlepsza lokata posiadanych środków, oddziaływał na decyzję konsumenta, właśnie przez wyeksponowanie głównie korzyści finansowych.

Kolejną korzyścią na jaką wskazywali konsumentom doradcy, było zapewnianie przez doradców o możliwości wycofania wpłaconych środków przed upływem okresu na jaki umowa była zawierana oraz zachowanie w tej sytuacji prawa do odsetek. Korzyść ta była niepomiaralnie większa niż w lokacie terminowej, w której wcześniejsze wycofanie środków skutkuje utratą odsetek.

Korzyści z inwestowania w (...) prezentowane były przez doradców przy użyciu wykresów i tabel w których prognozowane były potencjalne zyski, bez uwzględnienia ryzyka. Ten zakres informacji nie został zmieniony nawet

po zmianie polityki banku dotyczącej rzetelniejszego informowania konsumentów oraz po wprowadzeniu nowych standardów w tym (...).

O ile można więc przyjąć, że podjęte przez Bank działania naprawcze z całą pewnością zmierzały do dopasowania produktu do wiedzy konsumenta i skłonności do ponoszenia przez niego ryzyka, to już z zaprezentowanej polityki sprzedaży nie wynika, aby sprzedawcy mieli szczególnie uwrażliwiać klientów na ryzyka związane z inwestycją.

W tym zakresie doradcy zatrudnieni w banku od samego początku oferowania ubezpieczeń pomijali w prezentowaniu oferty konsumentom ryzyka, jakie wiążą się z inwestowaniem w ten produkt ubezpieczeniowo inwestycyjny. O tym, że ulokowanie oszczędności w oferowanym produkcie wiąże się z licznymi ryzykami bank miał oczywiście świadomość i umieszczał jej nawet w dokumentach przekazywanych konsumentom przy podpisaniu umowy. Jednak doradcy w ustnych, przekazywanych konsumentom informacjach o ryzykach nie informowali, dostosowując się do zaleceń z prezentacji, przedstawiania oferty językiem korzyści. Warto jest też podkreślenia, na co również zwrócił uwagę Prezes UOKiK, że nawet prezentacje przygotowane na potrzeby doradców przez ubezpieczycieli w celu zapoznania ich z produktem znacznie więcej miejsca i w pierwszej kolejności poświęcały potencjalnym korzyściom jakie może przynieść nabycie produktów z (...), niż ryzykom jakie się z nimi wiążą.

Z reklamacji znajdujących się w aktach administracyjnych jednoznacznie wynika, że konsumenci nie mieli wiedzy o możliwości utraty wszystkich lub części środków w sytuacji odstąpienia od umowy przed upływem terminu na jaki umowa została zawarta. Wręcz odwrotnie informacje pozyskane od doradcy pozostawiały ich w przekonaniu, że uzyskają w takiej sytuacji zwrot całości ulokowanej kwoty a nawet odsetki. Jak wynika ze skarg konsumentów także nie otrzymywali oni nierzadko informacji o ryzyku nieosiągnięcia obiecanego zysku i wystąpienia straty, ale także o opłatach jakie bank pobiera. Nieotrzymywanie informacji o kosztach jakie wiążą się z odstąpieniem od umowy, w szczególności opłatach likwidacyjnych, skłaniało konsumentów do zawierania umów ubezpieczenia, gdyż w zasadzie nie ponosi przy takiej prezentacji produktu żadnego ryzyka związanego z możliwością utraty ulokowanych środków w przypadku wcześniejszego odstąpienia od umowy.

Powyzsze skargi jakie kierowali konsumenci zarówno do UOKiK jak i bezpośrednio do (...) Bank wskazują, że nie byli oni w sposób rzetelny, pełny i prawdziwy informowani o warunkach oferowanych im produktów oraz, że gdyby mieli świadomość o ryzykach związanych nabyciem produktu, to nie podjęliby decyzji o zakupie.

Reasumując należy stwierdzić, że niespełnienie obowiązków informacyjnych przez doradców na etapie zawierania umowy ubezpieczenia, doprowadziło konsumentów do podjęcia decyzji, których by nie podjęli, gdyby dysponowali pełną informacją o najistotniejszych cechach produktu, w szczególności ryzykach związanych z odstąpieniem od umowy.

Warto w tym miejscu odnotować, że informacje o ryzykach, czy opłatach i kosztach związanych z wcześniejszym zakończeniem umowy były zawarte w dokumentach przekazywanych konsumentom, aczkolwiek należy zaznaczyć, że sformułowane są przy użyciu hermetycznego, specjalistycznego słownictwa typowego dla rynku usług inwestycyjnych i ubezpieczeniowych i ich zrozumienie przez osobę o przeciętnej wiedzy ekonomicznej nie jest do końca możliwe. Dlatego tak ważnym elementem sprzedaży produktów było powzięcie pełnej i rzetelnej informacji od doradców zatrudnionych w banku właśnie dla prezentowania oferty, a konsument przy podejmowaniu decyzji miał prawo wierzyć informacjom i zapewnieniom pochodzącym od doradców.

Można więc poczynić konkluzję, że nie okoliczność złożenia przez konsumenta oświadczeń o otrzymaniu wzorców umownych przed podpisaniem wniosku o zawarcie umowy (deklaracji przystąpienia), tudzież wszelkich innych oświadczeń potwierdzających znajomość istoty zawieranej umowy i związanego z nią ryzyka, a rzeczywisty przebieg procedury związanej z prezentacją cech umowy powinien stanowić podstawę do poczynienia ustaleń faktycznych mających znaczenie dla oceny, czy doszło do wprowadzenia konsumenta w błąd.

Dysonans pomiędzy informacjami pochodzącymi od doradców a tymi zawartymi w umowach obciąża (...) Bank i pozwala na przyjęcie, że na etapie przedkontraktowym wprowadzał konsumentów w błąd w zakresie ryzyka

związanego z inwestowaniem w produkty ubezpieczeniowe z (...), poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania.

Powyższe rozważania skłoniły Sąd do uznania za niezasadne zarzutów powoda odnoszących się do przekazywania w trakcie prezentowania oferty dokumentów uzupełniających informacje prezentowane przez doradców, które zdaniem (...) Bank winny być łącznie oceniane jako etap przedkontraktowy i że nie powinno się oddzielać działań obejmujących informowanie ustne oraz polegających na przekazaniu dokumentów.

Warto w tym miejscu odnotować, że jeśli nawet przyjąć sugerowane przez powoda założenie, to nie powinno być absolutnie żadnego rozdźwięku między przekazem informacji o produkcie podawanym konsumentowi w formie ustnej a przekazem zawartym w udostępnianych konsumentowi dokumentach. Taki rozdźwięk tym bardziej może wprowadzać konsumenta w błąd. Przekazanie wymaganych danych w dokumentach nie może usprawiedliwiać oraz wyłączać bezprawności praktyki wprowadzania konsumentów w błąd w ustnym przekazywaniu informacji o produkcie przez przedstawicieli Banku. Trafnie wskazał pozwany, że rozmawiając ze specjalistą (pracownikiem Banku) konsument ma pełne prawo oczekiwać jasnego i niewprowadzającego w błąd przekazu informacji, istotnego z punktu widzenia podjęcia decyzji o nabyciu danego produktu. Tym bardziej, że grupowe ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, nie są produktami „codziennego użytku” i mają o wiele bardziej zróżnicowaną/skomplikowaną strukturę niż np. bankowy (...) czy lokata terminowa, o czym mowa wyżej. Z tego też względu nietrafny jest zarzut powoda, że niewłaściwe jest stwierdzenie Prezesa, że klient miał prawo skupić się wyłącznie na przekazie ustnym sprzedawcy. Należy bowiem mieć na uwadze z jednej strony złożoną strukturę omawianego produktu, a z drugiej strony obraz przeciętnego konsumenta, nie dysponującego fachową i pełną wiedzą na temat tego produktu, a także – co wydaje się oczywiste - stosowanie przez sprzedawców różnego rodzaju technik sprzedażowych, mających na celu skłonić klienta do podjęcia decyzji o nabyciu produktu. Na marginesie należy zwrócić uwagę, że doradcy mieli osobisty interes ekonomiczny, nierzadko bardzo znaczny, w skłonieniu konsumenta do zawarcia umowy, gdyż otrzymywali wysokie prowizje za każdego pozyskanego do ubezpieczenia klienta. Mogło to ich szczególnie skłaniać do nieetycznych zachowań wobec klientów, w szczególności do wprowadzania ich w błąd, dla uzyskania własnych korzyści (tzw. misseling). Stan faktyczny ustalony w sprawie w znakomity sposób potwierdził, że w (...) Banku dochodziło do takich sytuacji ze strony niektórych doradców (około 10), wobec których bank wyciągnął ostatecznie konsekwencje, ale też z uchwał banku wynika, że niektóre produkty oferowane konsumentom generowały ryzyko missilingu, co z kolei skłoniło ostatecznie bank do wycofania ich z oferty.

Co do argumentu powoda, że reklamacje klientów odnośnie danego produktu nie były masowe, powszechne (dotyczyły 2,35 % zawartych umów), to jest to okoliczność nieistotna, ponieważ do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wystarcza samo ustalenie wystąpienia hipotetycznego zagrożenia tych interesów, nie musi dojść do ich faktycznego naruszenia. Ponadto nie można wykluczyć, że konsumenci, którzy reklamacji nie zgłoszyli nie byli także wprowadzeni w błąd, gdyż zasadniczo konsumenci pozyskiwali wiedzę o wprowadzeniu w błąd dopiero na etapie zgłoszenia chęci wycofania zainwestowanych środków. Tak więc ci z konsumentów, którzy do czasu pozyskania przez Prezesa UOKiK informacji o liczbie i zakresie składanych skarg nie podjęli decyzji o odstąpieniu od umowy, mogli nadal być w przeświadczeniu o korzyściach o jakich zapewniali ich doradcy i braku ryzyk, o których z kolei nie zostali poinformowani.

Natomiast co do twierdzenia powoda, że przedsięwziął odpowiednie środki mające na celu przeciwdziałanie naruszeniom (wdrożył odpowiednie procedury, wydano odpowiednie dokumenty, szkolono przedstawicieli), a gdy do takich jednak doszło, to uznawał reklamacje klientów i rekompensował im poniesione straty, to nie kwestionując podjęcia przez Bank wymienionych działań należy stwierdzić, że nie ma to znaczenia dla stwierdzenia dopuszczenia się przez powoda stosowania zarzuconej praktyki, skoro – jak zeznawali świadkowie powoda – ostatecznie naruszenia miały miejsce. Ponadto fakt, że Bank wprowadził określone procedury sprzedaży nie wyklucza niezastosowania się do tych zasad przez niektórych sprzedawców, a za to odpowiedzialność względem klienta ponosi Bank.

Odnośnie zarzutów dotyczących nałożonej kary, to częściowo okazały się ona uzasadnione.

Zasadniczo zachowanie powoda dawało zdaniem Sądu podstawę do zastosowania wobec niego konsekwencji finansowych, o jakich mowa w art. 106 uokik i jakie zostały nałożone na niego zaskarżoną decyzją, aczkolwiek zarzuty powoda co do wymierzenia rażąco wygórowanej i nieproporcjonalnej kary okazały się częściowo uzasadnione.

W myśl art. 106 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji 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 uokik.

Wymierzając powodowi karę Prezes wziął pod uwagę szereg okoliczności.

W ocenie Sądu wymienione w uzasadnieniu decyzji okoliczności, które wpłynęły na wymiar kary wskazują, że Prezes UOKiK wziął pod uwagę długi okres stosowania praktyki, błędnie przyjmując, że powód nie zaprzestał stosowania praktyki, ale także dokonał nadzwyczajnego podwyższenia kary ze względu na naruszenie interesu konsumentów w stopniu znacznym. Odwoływał się przy tym organ do dużej liczby skarg wpływających do urzędu świadczących o powszechności stosowania praktyki.

W kontekście wymiaru kary, zdaniem Sądu można przyjąć, tak jak to uwzględnił organ, że uzasadnione było ustalenie kwoty bazowej dla wymierzenia kary na poziomie (...) przychodu z uwagi na naturę naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, poprzez nieumyślnie wprowadzanie konsumentów w błąd na etapie przedkontraktowym. Natomiast brak było podstaw dla jej podwyższenia.

W szczególności zasięg praktyki geograficznie obejmuje obszar całego kraju, ale już stosunkowo niewielka liczba placówek (...) Banku na terenie Polski wskazuje, że powszechność ocenianej praktyki była stosunkowo niewielka, jeśli weźmie się pod uwagę inne banki oferujące podobne produkty i liczbę ich placówek.

Zdaniem Sądu nie było także uzasadnione nadzwyczajne podwyższenie kary aż o 90%, z uwagi na to, że wymierzona kara na niższym poziomie nie spełniałaby swojej funkcji w zakresie prewencji ogólnej oraz nie odstraszałaby (...) Banku przed popełnieniem podobnych naruszeń w przyszłości.

Nie sposób zgodzić się z Prezesem UOKiK w powyższej kwestii. Po pierwsze należy stwierdzić, że powód podjął szereg czynności zmierzających do wyeliminowania praktyki wprowadzania w błąd konsumentów i to jeszcze przed wszczęciem postępowania. Wprowadził badanie poziomu ich wiedzy o inwestowaniu (...) i zaczął sprawdzać zakres informacji przedstawionych konsumentom przez doradców, ale także sprawdzał wiedzę doradców o oferowanych konsumentom produktach. Trudno więc przyjąć, że tylko nadzwyczajne podwyższenie kary może przynieść oczekiwany rezultat jeśli idzie o prewencję indywidualną. Podobnie rzecz się ma w stosunku do prewencji ogólnej, skoro kara w podstawowej wymierzonej stawce nie jest bagatelna, nawet jak na instytucję bankową.

Wydaje się, że organ podwyższając karę oczekiwał wyeliminowania z obrotu produktów ubezpieczeniowych z (...), w których wartość opłat likwidacyjnych jest nadmiernie wygórowana, na co wskazuje piętnowanie skutku w postaci znacznych strat ekonomicznych po stronie konsumentów, poprzez utratę nawet całości wpłaconych środków. Należy jednak nadmienić, że praktyką objętą decyzją, której dopuścił się powód nie było wprowadzanie do obrotu określonego typu produktów, w którym wcześniejsze zakończenie umowy skutkowało utratą wszystkich lub znacznej części zainwestowanych środków, ale wprowadzanie konsumentów w błąd przez doradców właśnie co przedterminowego zakończenia umowy i nie informowanie ich o takim ryzyku. Podwyższeniem kary organ nie może więc wyręczać ustawodawcy, w wyeliminowaniu zasadniczo szkodliwych dla konsumentów produktów z bardzo wysoką opłatą likwidacyjną, szczególnie gdy postawiony przedsiębiorcy zarzut nie dotyczył takiego zakresu naruszenia interesu konsumenta.

Odnosząc się do zarzutu powoda, że przy wymiarze kary organ dopuścił się naruszenia konstytucyjnej zasady równości traktowania, odwołując się w tym zakresie do kary wymierzonej Bankowi (...) decyzją z 31 grudnia 2013 r, należy w pierwszej kolejności stwierdzić, że przy wymierzaniu kar obowiązuje zasada indywidualizacji kary, co nakazuje ocenić konkretne okoliczności dotyczące danego, konkretnego sprawcy. Jednak polityka karania kreowana przez organ, zmierzająca do eliminacji szczególnie szkodliwych dla konkurencji lub konsumentów praktyk może sprowadzać się do zaostrzania kar za pewnego rodzaju naruszenia, jeśli jest to w interesie publicznym, ale wówczas polityka taka musi być realizowana w sposób symetryczny i równy wobec wszystkich, którzy dopuścili się podobnych praktyk, w zbliżonym okresie czasu. W tym sensie istotnie, konieczne jest odwołanie się do zasady równego traktowania.

Nie bez znaczenia dla wymiaru kary powodowi jest więc srogość karania za podobne naruszenia innych przedsiębiorców w tym samym okresie.

Powód przedstawił dla wykazania nierównego traktowania decyzję Prezesa UOKiK z 31 grudnia 2013 r, dotyczącą bardzo podobnej praktyki, także odnoszącej się do prezentowania informacji o ubezpieczeniu z (...), w sposób mogący wprowadzić konsumenta w błąd co korzyści ryzyka i kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania.

Kara za to naruszenie, pomimo tego, że praktyka trwała dłużej bo aż 41 miesięcy i w tym czasie liczba sprzedanych produktów była nieporównywalnie większa – była niepomrotnie mniejsza. W szczególności niższy był wyjściowy poziom kary, ale także co istotne dla niniejszej sprawy nie zastosowano podwyższenia kary ze względu na znaczny zasięg naruszenia ani też nie zastosowano nadzwyczajnego podwyższenia kary. Wskazuje to, że powód został potraktowany w sposób bardziej surowy, pomimo zaistnienia sytuacji, w której zaprzestał stosowania praktyki i to nie tylko przed wszczęciem wobec niego postępowania ale też przed wydaniem decyzji w sprawie (...). Zdaniem Sądu możliwe byłoby podwyższenie kary dla kolejnego podmiotu naruszającego zbiorowe interesy konsumentów, gdyby okazało się że kara nałożona na inny podmiot nie zadziałała w sposób odstraszający, czyli konieczne byłoby podwyższenie kary dla kolejnych podmiotów właśnie ze względów prewencji ogólnej. W sprawie niniejszej nie mamy jednak do czynienia z podobną sytuacją. W dacie nakładania kary na (...) Bank powód już nie stosował praktyki, trudno mu więc zarzucić, że ignorował sygnały z rynku o naganności zachowania, skoro nie trwał już w tym zachowaniu.

Mając powyższe na względzie Sąd nie znalazł w uzasadnieniu decyzji racjonalnych argumentów, które przemawiałyby za nadzwyczajnym podwyższeniem kary powodowi, w szczególności, że innym podmiotom w przypadku podobnych naruszeń Prezes UOKiK kar nadzwyczajnie nie podwyższał.

Natomiast zdaniem Sądu w związku z zaprzestaniem przez powoda praktyki z dniem 30 września 2013r, a więc jeszcze przed wszczęciem postępowania w sprawie a także w związku z podjęciem przez bank szeregu czynności zmierzających do wyeliminowania nagannych praktyk sprzedażowych stosowanych przez doradców uzasadnione było obniżenie kwoty bazowej kary do kwoty 1.500.000 zł. Skoro bank zaprzestał praktyki 30 września 2013r, kiedy zawarł ostatnią umowę ubezpieczenia z konsumentem, kara nie musi pełnić roli przymuszającej do zaprzestania, jak zakładał organ w decyzji.

W ocenie Sądu taka wysokość kary spełni swoją funkcję represyjną, zaś prewencja szczególna jest także w adekwatnym stopniu zaspokojona, gdyż wysokość kary jest wystarczającym ostrzeżeniem dla powoda na przyszłość, aby nie naruszał zbiorowych interesów konsumentów. Tak ustalona kara jest zdaniem Sądu odpowiednia do stwierdzonych naruszeń oraz daje podstawy, by sądzić, że powód nie będzie w przyszłości dopuszczał się naruszeń przepisów prawa i jest jak najbardziej współmierna do możliwości finansowych powoda. Uwzględnienie skali działalności powoda, dla której miarodajną wielkością jest uzyskiwany przychód i poziom rentowności, w połączeniu z koniecznością realizacji funkcji kar pieniężnych, skutkuje uznaniem, że karaw wysokości 1.500.00 zł jest w proporcjonalnej wysokości do naruszonych zbiorowych interesów konsumentów.

Mając powyższe na uwadze Sąd w oparciu o przepis art.479³¹ § 3 k.p.c. zmienił zaskarżoną decyzję jak w wyroku, w pozostałej części oddalając odwołanie powoda na podstawie § 1 powołanego przepisu.

Odnosnie pkt II decyzji dotyczącego zastosowania środka usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci publikacji punktu I decyzji na stronie internetowej przedsiębiorcy przez rok, to wprawdzie Bank zaskarżył całą decyzję a więc i ten jej punkt, to jednak nie sformułował żadnych zarzutów pod kątem tego rozstrzygnięcia.

Uznając decyzję w tym zakresie za znajdującą podstawę prawną w treści art. 26 ust 1 i ust 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i za uzasadnioną ze względu na funkcję edukacyjną dla konsumentów ale też i prewencyjną wobec innych przedsiębiorców, mając na celu propagowanie właściwych standardów informowania konsumentów o istotnych warunkach oferowanych im produktów – Sąd nie znalazł podstaw aby decyzję w tym zakresie kwestionować.

O kosztach postępowania Sąd orzekł w oparciu o przepis art. 100 k.p.c., który znajduje zastosowanie w przypadku częściowego uwzględnienia żądania pozwu, jak to miało miejsce w sprawie niniejszej. Powód wprawdzie nie uzyskał zaspokojenia najdalej idącego żądania uchylenia decyzji, jednak Sąd uwzględnił w dosyć istotnym zakresie żądanie powoda dotyczące obniżenia wysokości nałożonej na niego kary oraz ustalił, że zaprzestał on stosowania praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania. Tym samym zdaniem Sądu zasadne było zniesienie pomiędzy stronami kosztów postępowania, gdyż każda z nich uległa w części swoim żądaniom.

SSO Małgorzata Perdion-Kalicka