

Sygn. akt *XVII AmA 143/13*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 02 czerwca 2015r.

Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

w składzie:

Przewodniczący: **SSO Maria Witkowska**

Protokolant: sekretarz sądowy Patrycja Żuk

po rozpoznaniu w dniu 21 maja 2015r. w Warszawie na rozprawie

sprawy z odwołania (...) **Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W.**

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o **stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**

na skutek odwołania (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W. od Decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 30 września 2013 roku Nr (...)

- 1) **uchyla zaskarżoną Decyzję w pkt I i III.1,**
- 2) **oddala odwołanie w pozostałej części,**
- 3) **zasądza od (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 180 zł (sto osiemdziesiąt złotych) tytułem kosztów zastępstwa procesowego,**
- 4) **zasądza od Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na rzecz (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W. kwotę 680 zł (sześćset osiemdziesiąt złotych) tytułem kosztów postępowania.**

Sygn. akt XVII AmA 143/13

UZASADNIENIE

Decyzją Nr (...) z dnia 30 września 2013r. pozwany Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W.:

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zastosowanie przez (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W. w reklamach prasowych pożyczki hasła: „bez BIK”, które wprowadza konsumentów w błąd co do zakresu oferty przedsiębiorcy, sugerując bezwarunkowe udzielenie pożyczki - bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206)

i stwierdził zaniechanie jej stosowania w maju 2013r.

II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, prezentowanie przez (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W. w reklamach prasowych pożyczki zabezpieczonej hipoteką uprawnień przysługujących konsumentom z mocy prawa za pomocą haseł: „bez przenoszenia własności”, „bez wymeldowania”, „zgodnie z ustawą”, jako cechy wyróżniającej ofertę, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 7 pkt 10 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).

i nakazał zaniechanie jej stosowania.

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nałożył na (...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W.,

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, karę pieniężną w wysokości 650 zł (słownie: sześćset pięćdziesiąt zł), płatną do budżetu państwa;

2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, karę pieniężną w wysokości 1.672 zł (słownie: jeden tysiąc sześćset siedemdziesiąt dwa zł), płatną do budżetu państwa.

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

1. naruszenie przepisu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym [dalej: upnpr] w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów [dalej: uokik] poprzez błędną wykładnię polegającą na przyjęciu, iż działanie powoda było bezprawne w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr, a w szczególności poprzez błędne przyjęcie, iż było ono sprzeczne z dobrymi obyczajami lub w istotny sposób zniekształcało lub mogło zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta w rozumieniu tego przepisu. A ponadto zarzucił naruszenie ww. przepisów także poprzez błędną wykładnię polegającą na uznaniu za nieuczciwą praktykę rynkową oraz praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zastosowanie przez powoda w informacjach prasowych dotyczących pożyczki hasła: „bez BIK”, jako wprowadzającego w błąd co do zakresu oferty powoda, sugerujące bezwarunkowe udzielenie pożyczki - bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, w sytuacji, gdy z materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie wynika, że powód przed udzieleniem pożyczki dokonuje oceny ryzyka kredytowego zgodnie z treścią przepisu art. 5 pkt. 16 w zw. z art. 9 ust. 1, 2 i 3 ustawy o kredycie konsumenckim, a ponadto warunkiem udzielenia pożyczki jest ustanowienie zabezpieczenia jej spłaty w postaci hipoteki na nieruchomości, co jednocześnie oznacza, że powód nie udziela pożyczek bezwarunkowo;

2. naruszenie przepisu art. 7 pkt. 10 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez błędną wykładnię polegającą na uznaniu za nieuczciwą praktykę rynkową oraz praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zastosowanie przez powoda w informacjach prasowych pożyczki zabezpieczonej hipoteką jako cechy wyróżniającej ofertę haseł: „bez przenoszenia własności”, „bez wymeldowania”, „zgodnie z ustawą”, stanowiące zdaniem pozwanego uprawnienia przysługujące konsumentom z mocy prawa, w sytuacji, gdy z materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie wynika, że zamiarem powoda było udzielenie konsumentom rzetelnej informacji co do udzielania pożyczek zgodnie z prawem powszechnie obowiązującym oraz dobrymi obyczajami, co do skutków ustanowienia hipoteki oraz o niekorzystaniu przez powoda z instytucji przewłaszczenia na zabezpieczenie;

3. naruszenie przepisu art. 2 pkt. 7 i 8 w zw. z art. 5 ust. 1 upnpr poprzez błędną wykładnię definicji „przeciętnego konsumenta” polegającą na uznaniu, że przeciętny, dobrze poinformowany, uważny i ostrożny konsument na podstawie hasła „bez BIK” mógł zostać wprowadzony w błąd co do pewności uzyskania pożyczki od powoda, który to błąd mógł mieć jednocześnie wpływ na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie

by nie podjął, a ponadto, że będzie twierdził, iż powód bezwarunkowo udziela pożyczek, pomimo jednoczesnego uzyskania informacji, iż pożyczka jest udzielana „pod hipotekę”;

4. naruszenie przepisu art. 77 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego [dalej: kpa] w zw. z art. 7 kpa, art. 107 § 3 kpa, art. 8 kpa i art. 80 kpa, tj. obowiązku wyczerpującego zebrania materiału dowodowego oraz wszechstronnego rozważenia zebranego materiału, m.in. poprzez nieuwzględnienie wniosku powoda o przeprowadzenie dowodu z zeznań świadka P. K., co doprowadziło do niewyjaśnienia wszystkich istotnych okoliczności sprawy. A ponadto zarzucił naruszenie ww. przepisów także poprzez błędne ustalenie, że zwrotami w postaci „bez BIK”, „bez przenoszenia własności”, „bez wymeldowania”, „zgodnie z ustawą” powód posługuje się w celu reklamy, podczas, gdy z charakteru ww. sformułowań oraz materiału dowodowego wynika, że powód używa ww. haseł, jako informacji prasowej w celu udzielenia potencjalnemu pożyczkobiorcy rzetelnej informacji co do rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej i sposobu udzielania pożyczek, co stanowi jednocześnie sprzeczność istotnych ustaleń z treścią materiału dowodowego;

5. naruszenie przepisu 27 ust. 1 i 2 uokik w zw. z art. 106 ust. 1 pkt. 4 uokik w zw. z art. 111 uokik poprzez niewłaściwe zastosowanie polegające na przyjęciu, że działanie powoda dało podstawy do nałożenia kary pieniężnej w kwocie:

a) 650 zł za używanie w informacjach prasowych sformułowania „bez BIK” przy jednoczesnym stwierdzeniu przez pozwanego zaniechania przez powoda jeszcze w trakcie prowadzonego postępowania, tj. w miesiącu maju 2013 r. stosowania w informacjach prasowych sformułowania „bez BIK” oraz

b) 1.672 zł za używanie w informacjach prasowych sformułowań „bez przenoszenia własności”, „bez wymeldowania”, „zgodnie z ustawą”, podczas gdy powód jeszcze w trakcie prowadzonego przez pozwanego postępowania, tj. w maju 2013 r. zaniechał stosowania w informacjach prasowych sformułowania „zgodnie z ustawą”, co też pozwany zauważył w treści uzasadnienia skarżonej decyzji, tj. na str. 5, ale nie stwierdził tego w sentencji skarżonej decyzji,

w sytuacji, gdy powołany przepis art. 106 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że Prezes Urzędu może, ale nie musi, nałożyć na przedsiębiorcę kary pieniężnej. A ponadto zarzucił pozwanemu naruszenie ww. przepisów także poprzez ich niewłaściwe zastosowanie skutkujące nałożeniem kar pieniężnych przy braku określenia stopnia winy powoda, polegające na nieuwzględnieniu wszystkich przesłanek łagodzących, tj. aktywnego współdziałania powoda z pozwanym w trakcie postępowania, krótkiego okresu posługiwania się przez powoda zakwestionowanymi zwrotami, faktu, iż uprzednio powód nie dopuszczał się naruszeń przepisów żadnej z ustaw wskazanych w petitum odwołania, a także zaniechania przez powoda stosowania zakwestionowanych zwrotów „bez BIK” oraz „zgodnie z ustawą”, których rozważenie powinno skutkować odstąpieniem od wymierzenia kary lub jej zasadniczym obniżeniem.

Wobec powyższych zarzutów powód wniósł o;

- zmianę skarżonej decyzji w całości poprzez umorzenie postępowania administracyjnego z uwagi na brak podstaw do stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 uokik, ewentualnie wniósł o uchylenie skarżonej decyzji w punkcie I w części stwierdzającej, że stosowanie przez powoda w informacjach prasowych sformułowania „bez BIK” uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 1 pkt. 3 uokik;

- uchylenie skarżonej decyzji w punkcie II w części stwierdzającej, że stosowanie przez powoda w informacjach prasowych sformułowań „bez przenoszenia własności”, „bez wymeldowania”, „zgodnie z ustawą” uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 1 pkt. 3 uokik;

- zmianę skarżonej decyzji w punkcie III poprzez uchylenie nałożonych na powoda kar pieniężnych;

- przeprowadzenie dowodu z przesłuchania stron, z ograniczeniem do strony powodowej, za powoda - M. G., prezes zarządu, komplementariusz, na okoliczność świadomości prawnej potencjalnych pożyczkobiorców, treści zapytań

konsumentów o warunkach oferty powoda, dokonywania przez konsumentów rozeznania i weryfikacji podmiotów udzielających pożyczek, warunków, na jakich pożyczki są udzielane, wiedzy potencjalnych pożyczkobiorców co do rodzaju, form i skutków prawnych zabezpieczeń spłaty należności wynikających z umowy pożyczki;

- przeprowadzenie dowodu z przesłuchania świadka P. K., na adres powoda, na okoliczność świadomości prawnej potencjalnych pożyczkobiorców, treści zapytań konsumentów o warunkach oferty powoda, dokonywania przez konsumentów rozeznania i weryfikacji podmiotów udzielających pożyczek, warunków, na jakich pożyczki są udzielane, wiedzy potencjalnych pożyczkobiorców co do rodzaju, form i skutków prawnych zabezpieczeń spłaty należności wynikających z umowy pożyczki.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

(...) Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w W. została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem (...). Przedmiotem działalności Spółki jest min. udzielanie pożyczek konsumentom. Spółka oferuje pożyczki zawierane na okres do jednego roku, których podstawowym zabezpieczeniem jest hipoteka, a oprocentowanie w skali roku równe jest czterokrotności wysokości stopy kredytu lombardowego NBP (dowód: pismo Spółki z dnia 25.02.2013 r. k. 8-11 akt adm.).

Spółka udziela wyłącznie pożyczek zabezpieczonych hipoteką, a ocena ryzyka kredytowego pożyczkobiorcy odbywa się w szczególności poprzez: weryfikację stanu prawnego nieruchomości, która ma stanowić zabezpieczenie spłaty pożyczki oraz weryfikację historii kredytowej potencjalnego pożyczkobiorcy w bazach (...) S.A z siedzibą w W., z którym ma zawartą umowę (dowód: pismo Spółki z dnia 25.02.2013 r. k. 8-11 akt adm.; pismo Spółki z dnia 19 czerwca 2013r. k. 42-50 akt adm.; zeznania P. K. k. 87-88 akt sąd. i M. G. występującego w charakterze strony k. 94-97 akt sąd.).

Spółka reklamuje swoje usługi w prasie począwszy od kwietnia 2011 r. W okresie od kwietnia 2011 r. do grudnia 2012 r. Spółka posługiwała się w reklamach sformułowaniami „bez BIK”, „bez wymeldowania” oraz „bez przenoszenia własności”, przy czym nie używano wszystkich ww. sformułowań jednocześnie. We wskazanym okresie reklamy (...) ukazywały się w następujących gazetach: (...) (W.), Gazeta (...) (W.), M. (W.), (...) (W.), (...) (W.), (...) (W.), (...) (W.) oraz dodatkowo, od maja 2012 r. w (...) i Gazecie (...) (dowód: pismo Spółki z dnia 29.05.2013r. k. 30-31 akt adm.). W reklamach zgromadzonych w postępowaniu przed Prezesem UOKiK hasło „bez BIK” nie występuje samodzielnie (plik k.52 akt adm.) .

W okresie od stycznia 2013 r. do przełomu kwietnia i maja 2013r. (...) stosowała w reklamach prasowych wszystkie ww. zwroty, a także zwrot „zgodnie z ustawą”. W tym czasie jej reklamy ukazywały się w następujących gazetach: (...) (W.), Gazeta (...) (W.), M. (W.), (...), (...), (...) (W.), (...) (W.), (...) (W.), (...) (W.) i Gazeta (...) (dowód: pismo Spółki z dnia 29.05.2013r. k. 30-31 akt adm.).

W gazecie: (...) z dnia 28.01.2013r. znajdowała się reklama Spółki o treści: „ (...) Bez przenoszenia własności, bez wymeldowania, bez przedpłat, zgodnie z ustawą (...) szczegółowe warunki (...)”. Z kolei w (...) z 21, 22, 23, 24, 28, 31 stycznia 2013r., 04.02.2013 r. znalazła się reklama Spółki o treści: „ (...), bez przedpłat, bez BIK, zgodnie z ustawą, tel. (...) (...)”.

Od przełomu kwietnia i maja 2013 r. Spółka nie posługuje się w swoich reklamach sformułowaniami „bez BIK” oraz „zgodnie z ustawą”, (dowód: pismo Spółki z dnia 29.05.2013r. k. 30-31 akt adm.).

W gazetach: (...) i (...) z 24.06.2013r. ukazała się reklama (...) o treści: „ (...) Bez przenoszenia własności, bez wymeldowania, bez przedpłat (...) szczegółowe warunki (...)”. Z kolei w (...) z 12.06.2013r. znalazła się reklama Spółki o treści: „ (...), bez przenoszenia własności, bez wymeldowania (...) szczegółowe warunki (...)”.

W 2012 roku (...) osiągnęła przychód w wysokości (...) zł (k. 27-28 akt adm.).

Powyższy stan faktyczny został ustalony przez Sąd w oparciu o zgromadzone w sprawie wymienione wyżej dowody, których autentyczności ani treści strony nie kwestionowały, zaś Sąd także nie miał wątpliwości co do ich wartości dowodowej, stąd były one przydatne dla ustalenia stanu faktycznego, jak również w oparciu o zeznania świadka i strony powodowej ocenione przez Sąd jako spójne i wiarygodne.

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

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

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

- 1) bezprawności działania przedsiębiorcy,
- 2) godzenia tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

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

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

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

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl natomiast art. 4 ust. 2 tej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1.

Jedną z nieuczciwych praktyk rynkowych przypisanych powodowi w pkt I Decyzji jest praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd. Stosownie do treści art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,

praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

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

Natomiast zakwestionowane hasła stosowane przez powodową Spółkę z o.o. sp.k. (...) kierowane były do wszystkich konsumentów, zwłaszcza potrzebujących finansowania, co do których nie można uznać, aby posiadali bogatą wiedzę specjalistyczną w zakresie funkcjonowania rynku usług finansowych, bądź warunków udzielania pożyczek. Wszelako jak wynika z badań, na których opierał się Prezes UOKiK, z usług pozabankowych instytucji finansowych częściej skłonne są korzystać osoby z zawodowym wykształceniem, których dochody mieszczą się w przedziale 1501-2500 zł. Poza tym zwrócenia uwagi wymaga, że Spółka prowadziła kampanię, przedstawiając możliwość udzielenia przez nią pożyczki, przede wszystkim w prasie (...), ale także w innych gazetach wydawanych na terenie Polski, w związku z czym starała się dotrzeć do szerokiego grona konsumentów, którzy nie posiadają jednak żadnych specyficznych cech.

Dokonując subsumcji ustalonego stanu faktycznego pod normy powyżej przywołanych przepisów Sąd stwierdził, że nie jest uzasadnione uznanie działań powódki polegających na zastosowaniu przez (...) Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w W. w reklamach prasowych pożyczki hasła: „bez BIK” za praktykę wprowadzającą konsumentów w błąd co do zakresu oferty przedsiębiorcy poprzez sugerowanie bezwarunkowego udzielenia pożyczki - bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, stąd też w opinii Sądu zachowanie to nie stanowi nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Sąd zważył przede wszystkim, że uznanie, iż hasło „bez BIK” sugeruje bezwarunkowe udzielenie pożyczki jest wnioskiem zbyt daleko idącym. W przekonaniu Sądu racjonalny konsument na podstawie powyższej informacji może co najwyżej domniemywać, że nie będzie sprawdzany w bazie danych, czy jest niesolidnym dłużnikiem, w żadnym razie nie powinien jednak przypuszczać, że jego możliwość zaciągnięcia pożyczki nie będzie w żaden sposób weryfikowana. Powszechnie bowiem wiadomym jest, że banki, instytucje ustawowo upoważnione do udzielania kredytów, ale także inni kredytodawcy udzielają kredytów, pożyczek w przypadku spełniania przez kredytobiorców szeregu warunków, zmierzając do wyeliminowania z grona potencjalnych kredytobiorców podmiotów, które nie będą w stanie spłacić kredytu. Oczywistym jest bowiem, że działalność takich instytucji jest nastawiona na zysk osiągany dzięki wykonywaniu zobowiązań przez osoby, które zaciągnęły kredyt, czy otrzymały pożyczkę. Dlatego banki badają zdolność kredytową kredytobiorcy, co uregulowano w art. 70 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. Prawo bankowe (Dz.U. z 2012 r. poz. 1376 j.t. ze zm.), zgodnie z którym bank uzależnia przyznanie kredytu od zdolności kredytowej kredytobiorcy. Przy czym przez zdolność kredytową rozumie się zdolność do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami w terminach określonych w umowie. Kredytobiorca jest obowiązany przedłożyć na żądanie banku dokumenty i informacje niezbędne do dokonania oceny tej zdolności. Natomiast kredytodawca definiowany w ustawie z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zm.) jako przedsiębiorca w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny, który w zakresie swojej działalności gospodarczej lub zawodowej, udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu, na podstawie art. 9 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki jest zobowiązany do dokonania oceny ryzyka kredytowego konsumenta, czyli w myśl art. 5 pkt 16 powołanej ustawy oceny zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki. Przy czym stosownie do art. 9 ust. 2 ustawy ocena ryzyka kredytowego dokonywana jest na podstawie informacji uzyskanych od konsumenta lub na podstawie informacji zawartych w bazie danych lub zbiorze danych kredytodawcy, a na zasadzie art. 9 ust. 3 konsument jest zobowiązany do przedstawienia, na żądanie kredytodawcy, dokumentów i informacji niezbędnych do dokonania oceny ryzyka kredytowego. Jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego

oferta powoda dotyczyła pożyczki pod zastaw hipoteki nieruchomości, zatem Przedsiębiorca dokonywał analizy przedmiotowego ryzyka udzielenia pożyczki w szczególności uzyskując informację o możliwości ustanowienia hipoteki na nieruchomości przyszłego pożyczkobiorcy, badając wpisy w księdze wieczystej nieruchomości, a także zasięgając wiadomości o konsumencie w Biurze (...). Przedsiębiorca nie był bowiem uprawniony do korzystania z zasobów Biura (...), ponieważ na mocy art. 105 ust. 4 ustawy Prawo bankowe BIK może udostępniać informacje tylko bankom, innym instytucjom ustawowo upoważnionym do udzielania kredytów oraz instytucjom kredytowym w rozumieniu art. 4 ust. 1 pkt 17 ustawy Prawo bankowe, do których powód nie należy. Hasło stosowane przez powoda „bez BIK” odzwierciedlało zatem tylko niemożność sprawdzenia konsumenta przez Przedsiębiorcę w bazie BIK, wynikającą z samej ustawy, a nie było dodatkową korzyścią przyznaną przez Przedsiębiorcę. Tym niemniej biorąc pod uwagę, iż zarzut postawiony przez pozwanego dotyczy posługiwania się przez Przedsiębiorcę hasłem „bez BIK” jako sugerującym bezwarunkowe udzielenie pożyczki, stwierdzić trzeba, że przekaz ten nie może w tym zakresie wprowadzać w błąd, gdyż nie tworzy wyobrażenia o automatycznym udzieleniu pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. W ocenie Sądu takie wprowadzenie w błąd jest tym bardziej niemożliwe, że w przekazach Przedsiębiorcy kierowanych do konsumentów jest mowa o pożyczce nie tylko „bez BIK”, ale pod zastaw, pod hipotekę nieruchomości, nadto przekazy te zawierają odniesienia do strony internetowej (...), wskazując niejednokrotnie, że na niej podane są szczegółowe warunki, co oznacza, że Pożyczkodawca udziela pożyczek na pewnych warunkach, a nie bezwarunkowo. Skoro więc w ofercie skierowanej do konsumenta informacja „bez BIK” nie pojawiała się samodzielnie, tylko zawsze chociażby obok hasła „pod zastaw hipoteki nieruchomości”, to już to skojarzenie hasel skierowane do konsumenta nie mogło zdaniem Sądu wywrzeć u niego wrażenia, że pożyczka jest udzielana bezwarunkowo, gdyż jest wskazaniem dla konsumenta ubiegającego się o pożyczkę, że przede wszystkim musi posiadać nieruchomość, której hipoteka jest nieobciążona, o czym wie przeciętny konsument dostatecznie dobrze poinformowany. Stąd też nie można zgodzić się z pozwanym, że stosowanie hasła „bez BIK” wprowadza konsumenta w błąd co do pewności uzyskania pożyczki, wprowadzając domniemanie bezwzględności uzyskania pożyczki. W materiale dowodowym sprawy brak było wystarczających dowodów do przyjęcia, że działanie powoda polegające na zastosowaniu w reklamach prasowych pożyczki hasła „bez BIK” było działaniem wprowadzającym konsumenta w błąd i powodującym podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Skoro bowiem, zdaniem Sądu, konsument nie powinien przypuszczać, że hasło „bez BIK” świadczy o bezwzględnym uzyskaniu pożyczki, to tym samym stosowanie tego hasła nie wpłynęło na decyzję konsumenta, aby zawrzeć z Przedsiębiorcą umowę z racji bezwarunkowości pożyczki. Zatem nie można przypisać powodowi stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, ponieważ działanie powoda nie było bezprawne, gdyż nie stanowiło nieuczciwej praktyki rynkowej.

Nie było też podstaw, by uznać takie działanie za sprzeczne z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształcające lub mogące zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy. Za dobre obyczaje należy uznać prawo konsumenta do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką przedsiębiorca powinien zamieszczać w reklamach swoich usług. Jak już wyżej podniesiono, Sąd nie podziela stanowiska Prezesa UOKiK, że pod wpływem rozpowszechnianych reklam z użyciem hasła „bez BIK” konsument mógł nabrać mylnego wyobrażenia o warunkach, jakie musi spełnić, aby uzyskać pożyczkę od Spółki i podjąć decyzję dotyczącą umowy, gdyż główna informacja o zakresie oferty, czyli „pod zastaw hipoteki nieruchomości” została w reklamach pożyczki umieszczona.

Analizując kolejną zarzucaną powodowi praktykę określoną w pkt II zaskarżonej Decyzji Sąd oparł się na przepisie art. 7 pkt 10 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w świetle którego nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach jest praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd polegająca na prezentowaniu uprawnień przysługujących konsumentom z mocy prawa, jako cechy wyróżniającej ofertę przedsiębiorcy i przyjął, że Przedsiębiorca dopuścił się czynu takiego rodzaju. Przedsiębiorca prezentował bowiem w przekazach kierowanych do konsumentów hasła „bez przenoszenia własności”, „bez wymeldowania”, „zgodnie z ustawą”, ale nie były to działania wyłącznie informacyjne, gdyż miały na celu zachęcenie i pozyskanie konsumentów dzięki zareklamowaniu szczególnej oferty Przedsiębiorcy. Świadek P. K. i przesłuchiwany w charakterze strony M. G. zeznali wprawdzie, że hasła te zawarto w reklamach w odzwierciedleniu na telefoniczne zapytania klientów w tym zakresie, jednakże uznać trzeba, że wobec funkcji jaką miały spełnić przekazy, w których zamieszczano numery telefonów i adres strony internetowej, celem było przyciągnięcie klienta poprzez zainteresowanie go szczególnymi korzyściami wyróżniającymi

ofertę Przedsiębiorcy wśród innych ofert. Tymczasem te wyjątkowe korzyści kreowane na dodatkowe zalety oferty, które zostały wyodrębnione i podkreślone przez Przedsiębiorcę jako godne uwydatnienia, nie były nadane przez Przedsiębiorcę i nie charakteryzowały tylko jego oferty, gdyż są to uprawnienia przysługujące konsumentom z mocy prawa. Wobec tego, że Spółka udziela pożyczek zabezpieczonych hipoteką, czyli ograniczonym prawem rzeczowym na nieruchomości służącym zabezpieczeniu wierzytelności, wierzyciel może dochodzić zaspokojenia z nieruchomości stanowiącej własność pożyczkobiorcy. Zgodnie z przepisami prawa w przypadku ustanowienia hipoteki nie dochodzi bowiem do przeniesienia własności nieruchomości z dłużnika na wierzyciela, a tym samym nie istnieje obowiązek wymeldowania osób zameldowanych mieszkających na nieruchomości. Dlatego sformułowania „bez przenoszenia własności” i „bez wymeldowania” wprowadzają w błąd, iż Spółka stosuje metody mniej uciążliwe od innych, eliminując niedogodności w postaci konieczności przeniesienia własności nieruchomości, czy wymeldowania osób, podczas gdy kwestia własności i zameldowania wynika z instytucji prawa, jaką jest hipoteka. Natomiast przekaz „zgodnie z ustawą” wzbudza przekonanie, że działanie Spółki zgodne z prawem cechuje właśnie jej firmę, a wręcz wyróżnia ją na tle innych, podczas gdy każdy przedsiębiorca (tu kredytodawca) ma obowiązek przestrzegania prawa. Powód posługiwał się zatem tym hasłem, by wyróżnić swoją ofertę na tle konkurencji w sposób sugerujący, że jest ona pewniejsza i bezpieczniejsza dla konsumentów, co miało wywrzeć u konsumentów wrażenie stosowania przez Spółkę wyższych standardów działania, przy czym nie ma znaczenia zamiar powoda przy formułowaniu tych haseł. Wobec tego konsument mógł pozostawać w przekonaniu, że w przypadku tej konkretnej oferty korzystałby z przywilejów, które zostały przyznane z inicjatywy Przedsiębiorcy i znamionują jego działanie.

W tej sytuacji przedmiotową praktykę należało uznać za praktykę wprowadzającą w błąd, a jednocześnie nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 7 pkt 10 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Sąd zważył, iż skutkiem wyżej opisanych zachowań powoda, o których mowa w pkt II Decyzji mogło być podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji, której inaczej by nie podjął. Działanie Przedsiębiorcy zniekształcało zachowania rynkowe przeciętnych konsumentów, którzy interesowali się produktem, ponieważ pozostawali w błędnym przekonaniu, że dzięki proponowanym przez Przedsiębiorcę warunkom nie będą musieli zbywać własności i wymeldowywać się, a ponadto, że Przedsiębiorca działa zgodnie z prawem. To wszystko powodowało, iż warunki Przedsiębiorcy wydawały się bardziej korzystne, podczas gdy faktycznie konsument dodatkowych korzyści nie uzyskiwał. Pozostając jednak w błędnym przekonaniu o szczególnych cechach umowy oferowanej przez powoda, wybory konsumenta mogły być podyktowane wykreowanym wizerunkiem produktu. Zachowanie Przedsiębiorcy godziło zatem w swobodę decyzyjną konsumentów. Dzięki stworzeniu mylnego wyobrażenia u konsumenta co do produktu Przedsiębiorca zyskał zdolność wpływania na decyzje konsumentów. Ważny jest zatem skutek, jaki wywoływały ogłoszenia Przedsiębiorcy zawierające ww. hasła, bez względu czy nazwiemy je stricte reklamą, czy też nie. Z punktu widzenia regulacji z art. 7 pkt 10 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym chodzi przecież o wprowadzające w błąd prezentowanie uprawnień przysługujących konsumentowi, przy czym ustawodawca abstrahuje od sposobu ich prezentacji.

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

Niewątpliwie opisana praktyka naruszała też zbiorowe interesy konsumentów, albowiem nakierowana była na nieograniczony krąg konsumentów będących potencjalnymi klientami Przedsiębiorcy. Praktyka była zatem wymierzona we wszystkich konsumentów, którzy mogli zapoznać się z ofertą prezentowaną przez Przedsiębiorcę, ponieważ nie była ona skierowana do indywidualnie oznaczonych, konkretnych osób, lecz do ogółu konsumentów.

W tym stanie rzeczy praktyka wymieniona w pkt II Decyzji stanowi niedozwoloną praktykę z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przeciwieństwie do praktyki oznaczonej w pkt I Decyzji.

Prezes UOKiK zasadnie nakazał jej zaniechania, gdyż, mimo, że Przedsiębiorca przestał w przekazach używać zwrotu „zgodnie z ustawą”, w dacie wydania Decyzji w dalszym ciągu posługiwał się zwrotami „bez przenoszenia własności”,

„bez wymeldowania”, tak więc nadal wyróżniał własną ofertę za pomocą uprawnień przysługujących konsumentowi z mocy prawa, przez co uznać należy, iż nie zakończył przedmiotowej nieuczciwej praktyki rynkowej.

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

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

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

Przede wszystkim trzeba więc podkreślić, iż kara z pkt III.2 została nałożona na Przedsiębiorcę jako pożyczkodawcę w związku z wprowadzaniem konsumentów w błąd co do wyjątkowych zalet oferowanego produktu, mimo, że obejmowały one konsumenta/pożyczkobiorcę z mocy prawa. Powyższe miało miejsce na etapie przedkontraktowym, zatem celem powoda było zwabienie konsumentów do zawarcia umowy pożyczki niezwykle atrakcyjną ofertą. Natomiast postępowanie Przedsiębiorcy udzielającego pożyczek powinno być niezmiernie rzetelne, solidne, ponieważ zagrożony jest interes konsumenta, który może dokonać wyboru pożyczkodawcy na podstawie mylnych przesłanek. Z kolei zaciągnięcie pożyczki przekłada się na konieczność spełnienia warunków postawionych przez pożyczkodawcę. Przedstawianie mylącej informacji było zatem tym bardziej naganne z uwagi na finansowy charakter zobowiązania pożyczkobiorcy. Przedsiębiorca nie zachował należytej staranności zawodowej, informując konsumenta o warunkach umowy, podczas gdy jako profesjonalista miał obowiązek dochowania należytej staranności przy formułowaniu przekazu reklamowego oraz ocenie tego przekazu pod kątem jego zgodności z obowiązującymi przepisami prawa. Przedsiębiorca powinien uwzględnić potrzebę ochrony interesów konsumentów rozumianych jako prawo do niewprowadzającej w błąd informacji. Natomiast wykorzystane przez Przedsiębiorcę w zakwestionowanych reklamach hasła mogły mieć istotny wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Przy czym zwroty „bez wymeldowania” i „bez przenoszenia własności” Przedsiębiorca wykorzystywał przez okres około dwóch lat w kampanii ogłoszeniowej licząc do daty wydania Decyzji, gdyż nie zaniechał ich stosowania, a zwrot „zgodnie z ustawą” używał 4 miesiące, bowiem zaniechał jego stosowania na przełomie kwietnia i maja 2013r., co uznane zostało za okoliczność łagodzącą i wzięte pod uwagę przy wymiarze kary. Przedsiębiorca zaprzestał zatem dobrowolnie w tej części dalszego naruszania interesów konsumentów. Ponadto praktyki miały charakter ponadlokalny, co obciąża Przedsiębiorcę. Niemniej jednak ujawniły się na rynku, na którym działa wiele podmiotów, wobec czego konsumenci mają swobodę przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z Przedsiębiorcą, bo wybór nie jest ograniczony. Dodatkowo podnieść trzeba, że współdziałanie powoda z Prezesem Urzędu stanowiło wyłącznie wykonywanie obowiązków nałożonych na Przedsiębiorcę w myśl art. 50 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie może więc stanowić okoliczności łagodzącej, podobnie jak brak uprzedniego naruszenia przepisów tej ustawy.

Powyższe okoliczności, przemawiały za ustaleniem kary na poziomie 1.672 zł w przypadku wymienionej praktyki, przy przychodzie powoda za 2012r. w wysokości (...) zł. Karę tą należy uznać za minimalną, stąd Przedsiębiorca może ją uiścić bez uszczerbku dla prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności. Jednocześnie przedmiotowa kara pełnić będzie funkcję prewencyjną. Kara ta, zdaniem Sądu, została wymierzona w wysokości adekwatnej do stopnia naruszenia przepisów ustawy. Natomiast nienałożenie na Przedsiębiorcę kary bądź jej zmniejszenie, w ocenie Sądu,

stałoby w sprzeczności z celami prewencyjnymi sankcji za niezastosowanie się powoda do obowiązujących wymagań prawa, zmierzającymi do wymuszenia na ukaranym przestrzegania reguł prawnych w przyszłości.

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

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

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 100 kpc.

SSO Maria Witkowska