



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dn. 31.12.2013r.

RKT-61-35/12/SB

DECYZJA Nr RKT-55/2013

Stosowanie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko „Getin Noble Bank” SA z siedzibą w Warszawie,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** bezprawne działanie Getin Noble Bank SA w Warszawie polegające na przekazywaniu w trakcie prezentowania informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym cech produktów w placówkach Banku oraz placówkach franchisingowych w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów 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), a w związku z tym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 3 grudnia 2012 r.**

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **określa się** Getin Noble Bank SA z siedzibą w Warszawie **środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci publikacji punktu I sentencji niniejszej decyzji** na stronie internetowej Przedsiębiorcy www.getinbank.pl w ten sposób, że odnośnik do treści pkt I sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej www.getinbank.pl oraz utrzymywanie jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Getin Noble Bank SA z siedzibą w Warszawie karę pieniężną płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji w wysokości **5 658 465 złotych (słownie: pięciu milionów sześciuset pięćdziesięciu ośmiu tysięcy czterystu sześćdziesięciu pięciu złotych).**

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 oraz art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2013r. poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Getin Noble Bank SA z siedzibą w Warszawie, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego Przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **30 złotych** (słownie: trzydziestu złotych), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej Prezesem Urzędu, z urzędu przeprowadzone zostało postępowanie wyjaśniające (znak RKT-403-31/12/SB) w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działalnością Getin Noble Bank SA z siedzibą w Warszawie (zwanej dalej także Bankiem, Spółką lub Przedsiębiorcą) występuje naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) – zwanej dalej również uokik.

Prezes Urzędu otrzymał wiele skarg konsumentów, w których skarżyli się oni na sposób przekazywania informacji przez pracowników Banku przy zawieraniu umów przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi (dowód: karty nr 8862-9239).

W związku z ustaleniami poczynionymi w trakcie postępowania wyjaśniającego, a także w wyniku analizy zgromadzonych skarg konsumentów w dniu 6 listopada 2012 r. postanowieniem nr 1 (dowód: karta nr 2) wszczęte zostało z urzędu postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez Getin Noble Bank SA z siedzibą w Warszawie bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów w placówkach Banku oraz placówkach franchisingowych 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 może stanowić 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) zwana dalej także uopnpr, a w związku z tym może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stanowisko Banku

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w sprawie powyższej praktyki, pismem z dnia 28 listopada 2012 r. (dowód: karty nr 9240-9256) Spółka wyjaśniła, co następuje: Informacje przekazywane w trakcie prezentowania cech produktów dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, nie wprowadzały konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych. W szczególności nie miało miejsca nadmierne wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją, kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztem informacji dotyczących opłat związanych z rozwiązaniem umowy.

Zwrócono uwagę, że jedynym sposobem na przystąpienie do produktu inwestycyjnego była osobista obecność w oddziale Banku, gdzie klientom udostępniana była kompletna i wyczerpująca dokumentacja produktowa. Każdy chcący przystąpić do ubezpieczenia zobowiązany był podpisać deklarację przystąpienia do ubezpieczenia, a zarówno w samej deklaracji jak i na oddzielnym dokumencie, klient składał oświadczenie (potwierdzone własnoręcznym podpisem) o świadomości podstawowych cech produktu oraz m.in. o fakcie otrzymania Warunków Ubezpieczenia, Tabeli Opłat i Limitów oraz regulaminu Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego – zwanego dalej także UFK. Takie działania znacząco minimalizowały prawdopodobieństwo wystąpienia zdarzenia polegającego na skorzystaniu przez konsumenta z produktu bez świadomości jego cech oraz prawdopodobieństwo bycia wprowadzonym w błąd w zakresie cech produktu.

Bank podkreślił, że materiały marketingowe Banku zawierały informacje o ryzykach związanych z inwestowaniem w produkty strukturyzowane, zgodne z najlepszymi standardami rynkowymi.

Zatem w świetle stosowanych przez Bank dokumentów oraz sposobu organizacji procesu sprzedaży produktów inwestycyjnych i przyjętych zabezpieczeń przed nieprawidłowościami w tym procesie, nie powinien budzić wątpliwości fakt, że pracownicy Banku nie byli zachęcani do przedstawiania konsumentom tylko potencjalnych korzyści związanych z produktami inwestycyjnymi i rzetelnie informowali ich o cechach oferowanych produktów.

Bank jest świadom, iż banki odgrywają ważną rolę w rozwoju rynku kapitałowego, dlatego zobowiązane są do tworzenia i doskonalenia norm prowadzenia działalności w sposób przejrzysty i zwiększający bezpieczeństwo klientów. Słowo „Bank” powinno kojarzyć się z kompetencją, uczciwością i prawością, wynikającą z przestrzegania prawa i zasad etyki prowadzonej działalności. Getin Noble Bank SA, jako jeden z największych banków depozytowych, a także lider produktów oszczędnościowych i inwestycyjnych, posiadający w swojej ofercie wiele rodzajów tego typu produktów oraz stawiający na pierwszym miejscu oczekiwania klienta, powinien podejmować działania stanowiące przykład dla innych uczestników rynku w zakresie oferowania i wdrażania produktów inwestycyjnych. Mając powyższe na uwadze, Bank stwierdził, że nie jest i nie było jego celem zachęcanie przedstawicieli sieci sprzedaży do przedstawiania konsumentom informacji o produktach w sposób nierzetelny.

Zwrócono uwagę, iż przedstawiona Urzędowi korespondencja wewnętrzna Banku, powinna być traktowana jako żargon profesjonalistów w zakresie bankowości i sprzedaży, czyli nacechowana emocjonalnie część języka specjalnego, którą pracownicy/uczestnicy lub przedstawiciele pewnych środowisk używają do komunikacji między sobą, podkreślającą lub uwypuklającą cechy charakterystyczne danego środowiska. Ze względu na nacechowanie ekspresywne, taki sposób komunikacji z pracownikami różni się zdecydowanie od języka

ogólnego, używanego w kontaktach z klientem przede wszystkim słownictwem, przy czym różnice te nie dotyczą słownictwa podstawowego, a także zakresu przypominanych informacji. W opinii Banku oczywistym jest, że korespondencja taka musi pomijać większość wątków stricte produktowych, jako że pracownicy nabywają wiedzę specjalistyczną w trakcie szkoleń wstępnych i późniejszego procesu doszkalania, a korespondencja mailowa służy jedynie skróconej i sprowadzonej do wątków motywacyjnych informacji przypominającej, która stanowi narzędzie bieżącego zarządzania siecią sprzedaży, a nie służy celom szkoleniowo-poznawczym. Przedstawione materiały były przedmiotem oceny Prezesa Urzędu w zakresie jaki obejmuje niniejsze postępowanie, a więc w zakresie przekazywanych pracownikom informacji o sposobie prowadzenia rozmów z konsumentami oraz danych o cechach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Natomiast przedmiotem oceny nie był styl sformułowań używany w prowadzonej pomiędzy pracownikami korespondencji. Bank stwierdził, że w materiale dowodowym Urząd pominął fakt przeprowadzania szkoleń i procesu doszkalającego pracowników sprzedaży, podczas którego pracownicy poświęcają olbrzymią część czasu na pogłębienie wiedzy o oferowanych przez Bank produktach oraz ryzykach związanych z inwestowaniem, a także sposobach klarownej komunikacji tych faktów przeciętnemu klientowi. Co więcej, ryzyko jest jednym z tych pojęć, które jako konsumenci doskonale znamy, ale którego zrozumienie przychodzi konsumentom z pewnym trudem. Z tego punktu widzenia Bank, aby zapewniać klientom pełną i rzetelną informację, uwypuklał sposoby zabezpieczenia się przed ryzykiem, podkreślając znaczenie zabezpieczenia się przed ryzykiem poprzez np. dywersyfikację portfela, czyli strategię polegającą na różnicowaniu portfela inwestycyjnego względem emitentów, typów produktów, rynków czy okresu trwania inwestycji. Przykładem tego typu działań jest podjęcie decyzji przez Zarząd (uchwałą z dnia 16.08.2012r.) o wdrożeniu jednolitych i sztywnych standardów obsługi klienta, ze szczególnym uwzględnieniem rozmowy na temat badania potrzeb i oczekiwań klienta oraz racjonalnego podejmowania decyzji inwestycyjnych poprzez dywersyfikację i zapewnienie płynności środków, które klient lokuje (§ 6 pkt. 3 i 4 załącznika nr 20) (dowód: karty nr 9254-9255).

W przedmiotowym piśmie Bank przedstawił dodatkowe wyjaśnienia. Rynkowa oferta ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych obejmuje bardzo szeroką gamę produktów, zróżnicowaną pod względem strategii inwestycyjnej i poziomu ponoszonego ryzyka: od produktów uznawanych za bezpieczne, poprzez fundusze z mieszanym udziałem akcji i instrumentów dłużnych, do produktów stricte akcyjnych (również umożliwiających lokowanie pieniędzy na rynkach zagranicznych). Ubezpieczeniowe Fundusze Kapitałowe – zwane dalej UFK, są też bardzo często przez zakłady ubezpieczeń wykorzystywane do przygotowania produktów strukturyzowanych.

Bank powołał portal Structus.pl (<http://www.structus.pl/strukturopedia>), gdzie umieszczone zostały informacje: „produkty strukturyzowane to forma lokowania środków zapewniająca ochronę kapitału, dając przy tym szansę na zyski wyższe niż odsetki z bankowych lokat” przygotowywana w różnych formach prawnych, w tym w formie ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych. Taki rodzaj inwestycji to nic innego jak połączenie instrumentu pochodnego i depozytu bankowego zapewniającego ochronę kapitału, przy założeniu dotrwania w inwestycji do jej końca. *„Oznacza to, że w przypadku produktów strukturyzowanych w formie polisy na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi cel funduszu jest realizowany poprzez lokowanie środków w opcje i depozyt, który na koniec trwania produktu zapewni ochronę kapitału. W przypadku produktów strukturyzowanych oferowanych przez Getin Noble Bank SA, depozyty mające zapewnić na koniec trwania produktu ochronę kapitału (rozumianego jako środki pieniężne wpłacane*

przez Ubezpieczonego pomniejszone o opłaty pobierane przez Towarzystwo Ubezpieczeń, inaczej: składki zainwestowanej), lokowane są właśnie w Getin Noble Bank SA. Oznacza to, że z zastrzeżeniem ryzyka kredytowego Getin Noble Bank SA i wystawcy instrumentu pochodnego, który nabywa Ubezpieczeniowy Fundusz Kapitałowy, cel funduszu zostanie osiągnięty. Widać zatem wyraźnie, że mimo, iż zgodnie z dokumentacją produktową fundusze nie gwarantują realizacji celu inwestycyjnego (...), to jednak konstrukcja produktu zapewnia ochronę składki zainwestowanej na koniec trwania okresu” (dowód: karty nr 9240-9241).

Bank przedstawił zestawienie postanowień dotyczących formuł wypłat wartości rachunków i potencjalnych zysków z produktów strukturyzowanych w formie ubezpieczenia z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. W opinii Banku z postanowień umów grupowych ubezpieczeń wynika, iż w przypadku zrealizowania się negatywnego scenariusza i spadku wartości instrumentu bazowego, na koniec okresu ubezpieczenia zakład ubezpieczeń wypłaci ubezpieczonemu składkę zainwestowaną. *„Oznacza to, iż bez względu na wartość odczytów indeksu w konkretnych datach, celem funduszu jest ochrona 100% kwoty odpowiadającej Składce Zainwestowanej na koniec okresu ubezpieczenia. 100% ochrona kwoty odpowiadającej Składce Zainwestowanej realizowana jest przez zakup instrumentów finansowych w ramach Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego, których formuła wypłaty odpowiada formule wypłaty zawartej w dokumentach ubezpieczeniowych. Można zatem jednoznacznie stwierdzić, że konsument ma pewność otrzymania min. 100% Składki Zainwestowanej, z zastrzeżeniem ryzyka kredytowego (wartość ta kwotowo podana jest każdemu konsumentowi w deklaracji przystąpienia, którą podpisuje przed przystąpieniem do produktu, a także na certyfikacie potwierdzającym objęcie ochroną ubezpieczeniową, który to certyfikat Klient otrzymuje), a która stanowi sumę wpłaconych składek pomniejszonych o opłaty administracyjne, na koniec okresu ubezpieczenia z zastrzeżeniem ryzyk opisanych w Regulaminie UFK (a także w materiale marketingowym)” (dowód: karty nr 9245-9250).*

W trakcie przeprowadzonego postępowania Bank przedstawił wyjaśnienia: W przypadku produktów na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, oferowanych konsumentom od lipca 2009r. do dnia udzielenia wyjaśnień, istnieje możliwość nieotrzymania przez konsumenta żadnych środków pieniężnych. Głównym czynnikiem ryzyka, powodującym możliwość wystąpienia takiej sytuacji, jest ryzyko kredytowe, czyli ryzyko związane z niewywiązywaniem się przez emitenta instrumentów finansowych wchodzących w skład Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego z zawartej umowy. Ryzyko kredytowe oznacza zatem niebezpieczeństwo, iż emitent nie wypełni zobowiązań zawartych w umowie, narażając partnera na stratę finansową. Ryzyko kredytowe to także zagrożenie, że płatności emitenta nie zostaną uregulowane w terminie lub zostaną uregulowane tylko częściowo (dowód: karta nr 9251).

Bank wyjaśnił, że jest bankiem detalicznym, nadzorowanym przez Komisję Nadzoru Finansowego, o stabilnej perspektywie ratingu według renomowanych agencji ratingowych (tajemnica przedsiębiorcy). Z jego usług korzysta dziś ponad (tajemnica przedsiębiorcy) klientów, a produkty Banku dostępne są w ponad (tajemnica przedsiębiorcy) oddziałach własnych i franczyzowych, a także w szerokiej sieci pośredników (dowód: karta nr 9252).

W sprawie sprzedawanych produktów ubezpieczenia grupowego na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym wyjaśnione zostało, że każdy posiada regulamin, warunki ubezpieczenia, tabelę opłat i limitów oraz zasady obsługi ubezpieczenia, z którymi zapoznają się pracownicy przed wprowadzeniem produktu do oferty oraz z których korzystają podczas procesu sprzedaży. Bank poinformował o wprowadzonych dodatkowych materiałach wykorzystywanych podczas rozmów z klientami, którymi są Kwestionariusz Oceny Adekwatności oraz Pismo Ostrzegające. Dokumenty te przygotowywane są do każdej subskrypcji produktu. Rozmowa z klientem jest prowadzona na podstawie Karty Informacyjnej, aby jak najpełniej przedstawić klientowi wszystkie cechy produktu, określić

konieczne do poniesienia opłaty oraz opisać możliwe ryzyka. Kwestionariusz Oceny Adekwatności jest wypełniany przez klienta aby upewnić się, czy dany produkt jest adekwatny i odpowiedni dla jego potrzeb i czy klient może ponieść ryzyka związane z jego nabyciem. W przypadku, gdy na podstawie informacji wynikających z wypełnionego kwestionariusza okazuje się, że dany produkt jest dla niego nieodpowiedni, a klient mimo wszystko chciałby skorzystać z tego produktu, wręczane jest mu Pismo Ostrzegające, którego otrzymanie klient zobligowany jest potwierdzić własnoręcznym podpisem składanym przed nabyciem produktu (dowód: karta nr 9253).

W załączniku Bank przedstawił również przykładowe maile komunikujące pracownikom zmiany wprowadzone w procesie sprzedaży. Są one kierowane do wiadomości pracowników sprzedaży (dowód: karty nr 9281-9326).

Bank podkreślając wagę, jaką przykładą do sprawy rzetelnego informowania klientów o wszystkich cechach produktów inwestycyjnych, przedstawił w załączeniu do tego pisma również stanowisko Zarządu GNB i wytyczne skierowane do pracowników, wyrażone w uchwale nr 960 A/2012 (dowód: karta nr 9257).

W piśmie z dnia 23 stycznia 2013 r. (dowód: karty nr 9441-9462) Bank opisał proces szkoleń całej sieci sprzedaży w momencie wprowadzania nowych produktów inwestycyjnych do sprzedaży. Oprócz szkoleń związanych z wprowadzeniem nowego produktu w sieci sprzedaży są dodatkowo organizowane: obligatoryjne szkolenia pogłębiające ogólną wiedzę na temat finansów, fakultatywne szkolenia na temat rynków finansowych. W przypadku nowo zatrudnianych pracowników biuro szkoleń w momencie wprowadzania nowych produktów do oferty uwzględnia ten fakt w programie szkolenia. Szkolenia odbywają się na materiałach otrzymywanych z odpowiedniego departamentu merytorycznego zaakceptowanych przez departament prawny Banku sekcją compliance. Stwierdzono, że prowadzonych jest wiele dodatkowych działań w procesie szkolenia nowo zatrudnionych pracowników, a także doszkalania obecnej kadry.

Przedstawiony został funkcjonujący proces wdrożenia nowo zatrudnianych pracowników (podkreślono, że na okres szkolenia oraz uzyskania uprawnień do sprzedaży poświęcany jest ponad miesiąc z trzech miesięcy okresu próbnego, na jaki zawierana jest pierwsza umowa o pracę). Przejście do kolejnego etapu warunkuje ukończenie wcześniejszego. Oprócz systemu szkolenia nowych pracowników, prowadzone jest doszkalanie kadry w przypadku wprowadzenia nowych produktów. Prowadzony jest system egzaminów oraz certyfikatów.

W przedmiotowym piśmie Bank kolejny raz przedstawił wyjaśnienia w sprawie ochrony powierzonych przez konsumentów środków pieniężnych (dowód: karty nr 9445-9446). Bank stwierdził, że nie istnieje instrument finansowy, który może dać konsumentowi pewność otrzymania 100% zainwestowanych środków przy przyjęciu kryterium wykluczenia nawet teoretycznych ryzyk. Nawet w naukowych pracach dotyczących rynków finansowych i teorii portfelowych jednym z założeń towarzyszących modelom jest przyjmowanie założenia o przyjęciu stopy wolnej od ryzyka. Doktrynalna konieczność poczynienia takiego założenia jednoznacznie wskazuje na to, że bez takiego modelowego założenia nie istnieje instrument finansowy dający całkowitą pewność bezpieczeństwa środków.

Dokumenty załączone do pisma z dnia 28 listopada 2012 r.: Karta informacyjna, Kwestionariusze oceny adekwatności, Pismo ostrzegające są każdorazowo i bezwzględnie stosowane przez pracowników placówek bankowych w procesie oferowania konsumentom przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Do stosowania zostały one wprowadzone odpowiednio (dowód: karta nr 9449):

a. w pionie bankowości detalicznej Getin Bank: uchwałami 1349/2012 z dnia 24

października 2012 r. — Kwestionariusz oceny adekwatności i odpowiedniości oraz 1348/2012 z dnia 24 października 2012 r. — Karty Informacyjne. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 26 października 2012 r. (dowód: karty nr 9281-9302),

b. w pionie bankowości prywatnej Noble Bank: uchwałą Zarządu Banku 1618/2012 z dnia 30 listopada 2012 r. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 03 grudnia 2012 r.

W przypadku pionu bankowości detalicznej Getin Bank powyżej opisane dokumenty zastąpiły procedurę składania przez klientów odręcznie napisanych oświadczeń dotyczących podstawowych cech nabywanych przez nich produktów.

Bank poinformował, że podjęta została uchwała Zarządu Banku Nr 960 A/2012 w sprawie wytycznych dotyczących sprzedaży produktów inwestycyjnych. Potwierdzono, że w nomenklaturze Banku produkty w formie grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym są produktami inwestycyjnymi. Bank przedstawił opisy poszczególnych wytycznych wynikających z podjętej ww. uchwały (dowód: karty nr 9451-9459).

W sprawie wprowadzonego w październiku 2012r. „Kwestionariusza oceny adekwatności i odpowiedniości” produktów inwestycyjnych nieobjętych dyrektywą MIFID dla klienta Banku, wyjaśniono, że ma on służyć doradcy do oceny każdego klienta, któremu ma zostać zaoferowany produkt o charakterze inwestycyjnym. Kwestionariusz wypełniany jest z klientem przy sprzedaży wszystkich produktów inwestycyjnych. Pomaga on ocenić czy dany produkt inwestycyjny jest odpowiedni dla klienta oraz określa dokładnie jaki procent swoich środków klient przeznaczą na inwestycję w produkt o charakterze długoterminowym (dowód: karta nr 9453).

Bank przedstawił szczegółowy zakres wprowadzonych zmian do swojej działalności w zakresie m.in. konstruowania produktów, szkolenia pracowników, dokumentów używanych przy zawieraniu z konsumentami umów. Zmiany są wprowadzane w trybie nadzwyczajnym oraz w sposób ciągły (dowód: karty nr 9455-9459).

Przedsiębiorca podkreślił, że podjął działania na szeroką skalę, w tym ustalił osoby odpowiedzialne za poszczególne projekty i alokował budżet, aby dostosować swoją działalność do standardów określonych w piśmie Komisji Nadzoru Finansowego – zwanej dalej także KNF z dnia 26 września 2012 r. i wytycznych z „III Rekomendacji dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem oszczędnościowym lub inwestycyjnym”. Dodatkowo po zapoznaniu się przez Zarząd Banku ze stanowiskiem wyrażonym w piśmie KNF z dnia 26 września 2012 r. Bank postanowił uruchomić Projekt dostosowania Banku do oczekiwań KNF wyrażonych w ww. piśmie i wdrożyć go w możliwie najkrótszym terminie oraz:

- rozszerzył karty produktów inwestycyjnych o analizę proporcji podziału zysków z produktu pomiędzy poszczególnych beneficjentów i oceny czy podział ten jest godziwy, zwłaszcza z perspektywy klienta,
- dokonał przeglądu obecnie obowiązujących nazw produktów oraz materiałów marketingowych w celu weryfikacji stosowności używania słów mających konotacje pewności, gwarancji, bezpieczeństwa lub innych sformułowań mogących wzbudzać u klienta poczucie uzyskiwania większych korzyści niż faktycznie wynika to z cech produktu,
- postanowił dokonać po okresie 3 miesięcy od wdrożenia analizy efektów ograniczenia ryzyka oferowania klientom nieodpowiednich produktów dzięki wdrożeniu ankiety mającej na celu klasyfikację klientów Banku do grupy, której można zaoferować produkt o charakterze inwestycyjnym,

- dokonał weryfikacji dokumentacji produktowej i marketingowej pod kątem rzetelności i adekwatności przekazywania klientom informacji w szczególności o ryzykach związanych z produktem,
- postanowił w najszybszym możliwym terminie rozpocząć akcje szkoleń pracowników Banku i kwalifikowaniu ich na licencjonowane przez KNF osoby wykonujące czynności agencyjne (dowód: karta nr 9459).

Jednocześnie poinformowano, iż powyższe działania nie wyczerpują wszystkich zmian w działalności Banku. Spółka wyjaśniła, że na dzień sporządzenia pisma trwały prace nad wdrożeniem dokumentu „Polityka wdrażania i oferowania produktów inwestycyjnych” sankcjonującego i zbierającego w jeden dokument wszystkie wprowadzone zmiany.

Łącznie Zarząd Banku podjął prawie dwadzieścia Uchwał wdrażających działania mające na celu poprawę jakości obsługi klientów, materiałów szkoleniowych i sprzedażowych, wytycznych co do konstrukcji produktów bankowych, zatwierdzenia Kart informacyjnych oraz Kwestionariusza oceny adekwatności i odpowiedniości dla klientów nabywających produkty inwestycyjne za pośrednictwem Getin Noble Bank SA (dowód: karta nr 9460).

Bank potwierdził, iż uchwała Nr 960 A/2012 Zarządu Getin Noble Bank SA z dnia 29 sierpnia 2012 roku w sprawie wytycznych dotyczących sprzedaży produktów inwestycyjnych może zostać uznana za pierwszy formalny dokument określający zalecenia co do oferowania produktów grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Jednocześnie poinformowano, że wcześniej zalecenia te były wydawane na wyższych i średnich szczeblach dyrektorskich sieci sprzedaży, jak również wynikały one z zaangażowania Zarządu lub członka Zarządu nadzorującego obszar sprzedaży (dowód: aktra nr 9460).

W załączeniu do kolejnego pisma z dnia 9 lipca 2013r. (dowód: karty nr 12419-12428) Bank przedstawił wykaz uchwał, podjętych w sprawie wprowadzenia Kart Informacyjnych dla klientów oraz wprowadzenia Kwestionariusza oceny adekwatności i odpowiedniości (dowód: karty nr 12419-12420). Uchwały wraz z załącznikami zostały dostarczone Urzędowi (dowód: karty nr 9780-11056 oraz 11079-12416). Ponadto opisane zostały wprowadzane kolejne zmiany w informacjach zawartych w ww. dokumentach (dowód: karta nr 12421).

Karta informacyjna, Kwestionariusz oceny adekwatności oraz Pismo ostrzegające zostały wprowadzone do stosowania odpowiednio: w pionie bankowości detalicznej Getin Bank: uchwałami Zarządu Banku nr 1349/2012 z dnia 24 października 2012 r. – Kwestionariusz oceny adekwatności i odpowiedniości oraz nr 1348/2012 z dnia 24 października 2012 r. – Karty informacyjne. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 26 października 2012r. W pionie bankowości prywatnej Noble Bank: uchwałą Zarządu Banku nr 1618/2012 z dnia 30 listopada 2012 r. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 03 grudnia 2012 r. W przypadku pionu bankowości detalicznej Getin Bank dokumenty zastąpiły odręczne oświadczenia klientów o podstawowych cechach produktu, o których Urząd był informowany we wcześniejszych pismach. Bank dodatkowo wyjaśnił, iż w strukturze Banku są wydzielone dwa piony: pion bankowości detalicznej i korporacyjnej Getin Noble Bank SA (Pion Getin Bank) oraz pion bankowości prywatnej Getin Noble Bank SA (Pion Noble Bank), co w praktyce oznacza, że z dniem wprowadzenia Kart Informacyjnych, Kwestionariusza oceny adekwatności oraz Pisma ostrzegającego w Pionie Noble Bank dokumenty te obowiązywały w całym Banku, gdyż obowiązek ich stosowania został wprowadzonych dla wszystkich segmentów klientów detalicznych oraz klientów private banking (dowód: karta nr 12425).

Bank poinformował o determinacji Zarządu Banku we wprowadzaniu szeregu zmian wskazanych w pismach wcześniejszych mających na celu poprawę wizerunku i reputacji Banku, zgodnie z nową strategią Getin Up. Zarząd Banku świadom jest bowiem, iż odgrywa ważną rolę w rozwoju rynku kapitałowego, dlatego zobowiązany jest do tworzenia i doskonalenia norm prowadzenia działalności w sposób przejrzysty i zwiększający bezpieczeństwo klientów. Getin Noble Bank SA chce być podmiotem kojarzącym się z kompetencją uczciwości i prawością wynikającą z przestrzegania prawa i zasad etyki prowadzonej działalności, stawiającym na pierwszym miejscu oczekiwania klienta (dowód: karta nr 12427).

Pismem z dnia 26 lipca 2013r. (dowód: karta nr 14346) Przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. Bank skorzystał z prawa do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem oraz złożył dodatkowe wyjaśnienia. Bank przedstawił informacje statystyczne dotyczące zaliczonych w postępowaniu skarg konsumentów o sposobie ich rozpatrzenia. Dodatkowo Bank wyjaśnił, że w większości przypadków niezależnie od rzeczywistego stanu faktycznego opisywanego przez klientów, stosuje podejście ugodowe, proponując rozwiązania wychodzące w całości lub w znacznej części naprzeciw oczekiwaniom klientów, jednocześnie przy tym podejmując szereg działań mających na celu zmniejszenie liczby niezadowolonych klientów. Bank stwierdził, że działania te, co wynika z wcześniej przekazanych danych odnosi skutek. Podano, że liczba skarg spadła do znikomego poziomu. Dodano, że w opinii Przedsiębiorcy w porównaniu do innych podmiotów z sektora finansowego aktywnych na rynku produktów z elementami inwestycyjnymi, stosuje najbardziej przejrzyste i bezpieczne dla klienta formy ich dystrybucji (dowód: karty nr 14349-14350).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Getin Noble Bank SA z siedzibą w Warszawie, jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego (dowód: karty nr 12885-12888).

Bank oferuje swoim klientom możliwość przystąpienia do różnych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Możliwość ta jest oferowana przez pracowników w placówkach Banku oraz w placówkach franchisingowych (dowód: karty nr 242-248). W przypadku tych ubezpieczeń Bank pełni rolę ubezpieczającego, natomiast ubezpieczycielem jest towarzystwo ubezpieczeń.

Przedmiotowe produkty mają formę prawną grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Są one produktami inwestycyjnymi. Dotyczą one środków pieniężnych wpłacanych przez konsumentów w placówkach Banku oraz w jego placówkach franchisingowych.

Cechą charakterystyczną tych produktów jest to, że nie dają one gwarancji uzyskania zysku, a jedynie oferują zwrot określonej wartości na koniec okresu odpowiedzialności z zastrzeżeniem ryzyka. Na podstawie przekazanych materiałów określonych jako prezentacje oraz wyjaśnień Banku określone zostały ryzyka, z jakimi wiążą się przedmiotowe inwestycje. Zostało stwierdzone, że produkty powiązane z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi wiążą się z możliwością występowania następujących ryzyk:

- ryzyka kredytowego, przez które rozumie się możliwość wystąpienia trwałej lub czasowej niezdolności kontrahenta do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym (umów depozytów terminowych, wystawionych instrumentów pochodnych),

- ryzyka nie osiągnięcia zysku oraz poniesienia straty, ponieważ wynik Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego jest zależny od zmiany wartości wystawionych instrumentów pochodnych i nie jest z góry określony,
- ryzyka utraty części lub całości środków, w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem okresu ubezpieczenia (dowód: karty nr 2842, 2872, 3068, 3260, 3265, 3270, 3293, 3452, 3472, 3540, 3546, 3603, 3631, 3608, 3648, 3763, 3955, 3998, 4003, 4096, 4404, 4471, 4495, 4665, 4670, 4728, 4954, 5189, 5517, 5953, 6108, 6271-6272, 6484-6485, 6703-6704, 6829-6830, 6853-6854, 6905-6906, 6932-6933, 7103, 7146-7148, 7150, 9251).

Bank przedstawił wykaz produktów, w sprawie, których depozyty mają zapewnić na koniec okresu jego trwania ochronę kapitału (rozumianego jako środki pieniężne wpłacane przez Ubezpieczonego pomniejszone o opłaty pobierane przez Towarzystwo Ubezpieczeń, inaczej: składki zainwestowanej), i są lokowane w Getin Noble Bank. Oznacza to, że z zastrzeżeniem ryzyka kredytowego Getin Noble Bank SA i wystawcy instrumentu pochodnego, który nabywa Ubezpieczeniowy Fundusz Kapitałowy cel funduszu zostanie osiągnięty. Bank wyjaśnił, że mimo, iż zgodnie z dokumentacją produktową fundusze nie gwarantują realizacji celu inwestycyjnego, to jednak konstrukcja produktów zapewnia ochronę składki zainwestowanej na koniec trwania okresu umów. Produkty oferowane przez Bank funkcjonują w szczególności pod nazwami: Enterprise II, Enterprise, Fundusze za pół ceny, Getin aktywna inwestycja, Harmonia bezpieczeństwa BIS, Kwartalne zyski, Leading markets, Libra III bonus, Libra III, Libra II, Libra Secure, Masters 8%, Masters, Multistrategia 7%, Multistrategia, Nature premium, Nowy kurs na zysk, Nowy szybki kurs na zysk, Plan oszczędnościowy bezpieczna przyszłość, Strategia mistrzów, Strzał w dziesiątkę, Szczęśliwa piątka, Top inwestycja II, Top inwestycja, Zyski z natury, Plan oszczędnościowy stabilne oszczędzanie, Noble Investment Plan, Światowe rynki, Plan regularnego oszczędzania zabezpiecz przyszłość, Kwartalny profit, Kwartalny profit plus, Stabilny zysk, Stabilny zysk plus, Światowe bogactwa, Bezpieczny zysk, Noble solution, Skuteczne oszczędzanie, LUCRO, Pareto II, Wschodzące rynki, Plan inwestycyjny skuteczne oszczędzanie, Globalne rynki, LIBRA, Szczęśliwa siódemka. Przedmiotowa lista została określona na podstawie informacji przekazanych przez Bank oraz w oparciu o skargi konsumentów (dowód: karty nr 2807-2811, 9241-9244). Są to produkty spełniające warunki określone w sentencji decyzji, a więc związane z grupowym ubezpieczeniem na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Możliwość przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi jest oferowana przynajmniej od lipca 2009r. (dowód: karta nr 9252)

Bank prowadził szkolenia produktowe, celem podniesienia wiedzy merytorycznej pracowników zajmujących się procesem sprzedaży produktów. Szkolenia prowadzone były przez pracowników Biura Produktów Inwestycyjnych, które polegały na przekazaniu pracownikom Departamentu Sprzedaży informacji o produkcie, jego konstrukcji, formie prawnej, aktywach bazowych, procesach obsługujących etc. Bazowały na przekazanych przez Bank prezentacjach produktowych. Szkolenia były prowadzone również przez pracowników Biura Szkoleń dla sieci własnej i franczyzowej, a także przez trenerów regionalnych dla sieci własnej i franczyzowej, oraz przez „menagerów” ds. inwestycji. Bank przedstawił harmonogram szkoleń nowych pracowników sieci własnej oraz sieci franczyzowej. Dodatkowo zadeklarowano, że w sytuacji zgłoszenia zapotrzebowania przez placówki wszystkich sieci odbywają się również spotkania szkoleniowe w placówkach z pracownikami, które mają na celu indywidualne doszkalanie pracowników (dowód: karty nr 254-255).

Bank dostarczał swoim pracownikom materiały, które przyjmowały formę wydruków slajdów. Były one określane jako prezentacje (dowód: karty nr 2819-7079). Materiały te

zawierały informacje o cechach produktów w postaci potencjalnie możliwych do osiągnięcia korzyściach, symulacje wyników historycznych, w postaci danych liczbowych, wykresów, tabel. Natomiast w końcowych częściach prezentacji pod nazwą „Zastrzeżenia prawne” umieszczone zostały informacje i przypisy dotyczące charakteru ubezpieczenia, wyjaśnienia dotyczące ryzyk, do których odnosiła się prezentacja w części głównej.

Bank dostarczył Urzędowi również wydruki poczty elektronicznej kierowanej do pracowników zawierające skrypty rozmów telefonicznych, jakie mogłyby być przeprowadzone z klientami: „*Nasza propozycja polega na tym, że może Pani skorzystać z wielu instrumentów finansowych takich jak lokaty nawet do 12,5%!*”. Pracownicy mailem z dnia 16 listopada 2010 r. otrzymali sugestie w sprawie sposobu prowadzenia rozmowy: „*Tylko dla zaufanych klientów, którzy obdarzyli nas wyjątkowym zaufaniem przygotowaliśmy specjalną ofertę depozytową, ale ograniczoną w czasie w związku z czym zapraszamy już dzisiaj. Myślę, że spodoba się Panu nasza oferta. Zapraszamy serdecznie*”, „*Zauważyłam że Pana/Pani lokaty nie są oprocentowane na najwyższy procent jaki oferujemy naszym klientom, zapraszamy zatem Pana/Panią do placówki celem zamiany lokaty*”, „*W związku z wprowadzeniem do naszej oferty lokaty z dużo wyższym oprocentowaniem niż te które ma Pan/Pani obecnie zapraszam do placówki celem zamiany oprocentowania na znacznie wyższe i korzystniejsze*”, „*Dzwonię do Pana ponieważ nasz Bank chciałby wyróżnić naszych stałych klientów którzy powierzyli nam swoje oszczędności w związku z tym przygotowaliśmy dla Pana specjalną ofertę z możliwością zamiany dotychczasowej lokaty na lokatę z wyższym oprocentowaniem!*” (dowód: karty nr 2020-2023). Podobne materiały pomocnicze zostały przekazane pracownikom mailem z dnia 21 września 2010 r. (dowód: karty nr 2184-2186).

„*Pani ...dzwonię do Pani jako naszej stałej Klientki, ponieważ dobiegła końca / dobiega końca Pani lokata i odnowiła/odnowi się na niskim oprocentowaniu. W trosce o Pani finanse przygotowaliśmy dla Pani specjalne rozwiązanie finansowe. Chciałbym w związku z tym zaprosić Panią na spotkanie do naszej placówki. Tu spokojnie porozmawiamy na temat naszej propozycji, wspólnie wybierzemy najlepsze rozwiązanie, aby mogła się Pani cieszyć z wysokich zysków i bezpiecznie myśleć o przyszłości*”. W przekazanym mailem z 2 lutego 2011 r. pracownikom zaleceniu prowadzenia rozmów otrzymali oni również propozycję wstępu do rozmowy z konsumentem zaproszonym na spotkanie. „*Zaprosiłem tu Panią w związku z Pani lokatą, która właśnie się zakończyła i odnowiła na niskim oprocentowaniu. Lokata ta nie jest najkorzystniejszym rozwiązaniem, które obecnie posiadamy. Takie oprocentowanie nie pozwala nawet na zabezpieczenie swoich środków przed inflacją. Ponieważ jest Pani naszym stałym Klientem, mam dla Pani dużo korzystniejsze rozwiązanie. Obecnie największym powodzeniem wśród naszych Klientów cieszy się lokata z dopłatami Lucro. Małymi miesięcznymi dopłatami ma Pani możliwość zbudowania nowego kapitału i zabezpieczenia swojej przyszłości*” (dowód: karty nr 2100-2101).

Pracownicy w innych mailach z dnia 18 lutego 2011 r. oraz 15 marca 2011 r. otrzymali następujące sugestie co do prowadzenia rozmów telefonicznych: „*Pani ... dzwonię do Pani ponieważ jest Pani Naszą Stałą Klientką. Dla takich właśnie Klientów przygotowaliśmy nieprzeciętne /niepowtarzalne sposoby pomnażania oszczędności*” (dowód: karty nr 2102-2103, 2118-2119). W pliku dołączonym do maila z dnia 18 lutego 2011 r. pracownicy otrzymali sugestie co do prowadzenia rozmowy: „*Rozmowę zacznij od prostego pytania: Jak wyobrażasz sobie życie na emeryturze? Czy już dziś o tym myślisz? Policz ile będzie wynosiła emerytura. Czy to wystarczy na leki, rachunki, jedzenie? Ile dziś w sumie wydaje na utrzymanie? Użyj Kalkulatora ze strony: ... Uświadom klientowi, że przechodząc na emeryturę automatycznie staje się biednym człowiekiem. Dziś już tylko 12% Polaków nie dożywa 65 roku życia – argument „nie dożyje” – nie ma racji bytu. Medycyna poszła do*

przodu. Polacy żyją coraz lepiej. Zapytaj jak żyją dziadkowie klienta. Czy mają pieniądze na wszystkie potrzeby?” (dowód: karta nr 2108).

W sprawie oferowania produktu „Kwartalne Zyski” pracownicy otrzymali mailem z dnia 28 lutego 2011 r. konkretne instrukcje co do prowadzenia rozmowy z konsumentami. Pracownicy mogli posługiwać się następującymi sformułowaniami: *„Mam dla Pana rozwiązanie, mogące osiągać bardzo wysokie zyski (nawet ponad 15% w skali roku). To znacząco więcej niż na lokacie! A może z nich Pan korzystać nawet w odstępach kwartalnych. Co Pan sądzi o możliwości bezpiecznego zarabiania z kwartalnym dostępem do wypracowanych zysków? Zamiast 3 m-cznej lokaty z oprocentowaniem netto ok. 1 % za kwartał, mam dla Pana Kwartalne Zyski – również co 3 m-ce będzie mógł Pan otrzymać premię z tego rozwiązania, a dodatkowo przewidywane średnioroczne zyski, to ponad 15%. Co Pan na to, aby osiągnąć zyski 3 x wyższe niż na standardowej lokacie i korzystać z nich co kwartał? Zapewne słyszał Pan, że teraz najlepiej można zarabiać lokując w surowce? Mam dla Pana rozwiązanie”*.

Jako korzyści, które daje produkt określono: *„Stabilna strategia inwestowania oparta na rynkach surowców i towarów, Stały dostęp do informacji o wynikach strategii (...), brak ryzyka walutowego wynikający z faktu, iż indeks rozliczany jest w złotych, Możliwość zarabiania na wzrostach i spadkach rynkowych, Dostępność środków, możliwość skorzystania z wysoko oprocentowanej, promocyjnej krótkoterminowej lokaty bankowej Zysk 15,96% średniorocznie - Zakładane zyski wypłacane kwartalnie”*.

Pracownikom przedstawione zostały możliwe odpowiedzi, które mogli wykorzystać w sytuacji, gdy konsumenci w trakcie rozmowy podnieśli konkretne wątpliwości co do produktów dotyczące:

1. braku gwarancji zysku: *„Pana pieniądze są zarządzane przez specjalistów z najwyższymi kwalifikacjami, co więcej inwestowane są w bardzo dochodowe towary i surowce więc ryzyko nie otrzymania zysku jest bardzo niskie. Gwarancja zysków to rodzaj ograniczenia. Jeśli zagwarantowalibyśmy 5% a nasze rozwiązanie zarobi 15% moglibyśmy wypłacić Panu wyłącznie gwarancję. Chcemy jednak, aby korzystał Pan z całości zysku. Proszę spróbować, jedynym ewentualnym ryzykiem jest to ok. 1%, które może Pan otrzymać z lokaty 3 m-cznej”*.

2. niechęci do inwestowania na giełdzie: *„I właśnie dlatego nie proponuję Panu takiego rozwiązania. Proszę być spokojnym. Dajemy gwarancje zwrotu 100% kapitału. Nie inwestujemy w giełdę. Pan nie kupuje akcji. Dzięki temu rozwiązaniu może Pan zarabiać bezpiecznie jak na lokacie natomiast zyskać znacznie więcej i to kwartalnie”*.

3. czasu trwania umowy: *„Ale 10 lat to za długo. Bardzo dobrze, że Pan o tym wspomniał. Dlatego mówimy tu o kwartalnych wypłatach zysków. W ten sposób ma Pan zarówno dostęp do środków jak i wysoko zarabiające rozwiązanie. A proszę powiedzieć od kiedy Pan oszczędza? ... I co, ile Pan zarobił przez te 10 lat? Sam Pan widzi że na lokatach wielkiego zysku nie ma i często się to zmienia. A przy tej ofercie lokuje Pan pieniądze bezpiecznie na okres, który pozwoli wypracować Pańskim pieniądzom naprawdę duże i odczuwalne dla kieszeni zyski. Z danych historycznych wynika, że ponad 15% w skali roku. I to są jeszcze dane, które zawierają czas kryzysu”* (dowód: karty nr 1196-1202).

Z przekazanych mailem z dnia 20 kwietnia 2011 r. dokumentów wynika, iż do wybranych klientów były wysyłane również imienne listy dotyczące oferty „Planu Oszczędnościowego Bezpieczna Przyszłość”. Z treści maila wynika, iż były one wysłane do klientów w wieku 30-60 lat, którzy nie przystąpili do produktów Lucro/Pareto, natomiast posiadających depozyty minimum 5000 zł. Na początku tego pisma konsumenci byli informowani: *„Mając na względzie naszą dotychczasową, pomyślną współpracę, proponujemy Panu szczególne rozwiązanie finansowe, przygotowane z myślą o nadchodzących zmianach w systemie emerytalnym”* (dowód: karty nr 2037-2039).

W sprawie produktu TOP Inwestycja pracownicy otrzymali przekazane mailem z dnia 1 lutego 2011 r. materiały mające „wspomóc sprzedaż nowych rozwiązań finansowych”. Przekazane zostały propozycje rozpoczęcia rozmów oraz informacje o cechach produktu: „Zagajenie dla klienta. Mam dla Pana rozwiązanie, mogące osiągnąć bardzo wysokie zyski (nawet w granicach 20 % w skali roku). Jest Pan zainteresowany takimi zyskami? To znacząco więcej niż na lokacie. Co Pan sądzi o możliwości bezpiecznego osiągnięcia ponadprzeciętnego zysku pochodzącego z rozwoju dynamicznych gospodarek? To rozwiązanie zarabia dla Pana na krajach szybko rozwijających się oraz na rynkach surowców. Co Pan na to, aby osiągnąć zyski 4x wyższe niż na standardowej lokacie? Czy słyszał Pan, że najlepiej można zarabiać lokując w surowce? Korzyści dla klienta: Bezpieczeństwo: Stabilna strategia inwestowania oparta na rynkach wschodzących i rynkach surowców. Dywersyfikacja portfela. Stały dostęp do informacji o wynikach strategii (...). Brak ryzyka walutowego. Mechanizm ograniczenia zmienności do poziomu 10% w skali miesiąca, co znacząco zmniejsza ryzyko dużych spadków. Dostępność środków: Możliwość skorzystania z wysoko oprocentowanej, promocyjnej krótkoterminowej lokaty bankowej do 9 % 3 m-ce. Zysk 19,18% średniorocznie. Dodatkowo możliwość alokacji środków do 150%, co znacząco podnosi możliwość zysków w najlepszych okresach inwestycji. Brak opłaty wstępnej” (dowód: karta nr 2026). Dodatkowo przekazane zostały propozycje odpowiedzi, które mogą wykorzystać sprzedawcy na wątpliwości konsumentów:

1. „Brak gwarancji zysku: Pana pieniądze są zarządzane przez specjalistów z najwyższymi kwalifikacjami, co więcej inwestowane są w rozwijające się gospodarki i surowce więc ryzyko nie otrzymania zysku jest bardzo niskie. Gwarancja zysków to rodzaj ograniczenia. Jeśli zagwarantowaliśmy 5%, a nasze rozwiązanie zarobi 15% moglibyśmy wypłacić Panu wyłącznie gwarancję. Chcemy jednak, aby korzystał Pan z całości zysku. Korzystając z tego rozwiązania zarabia Pan zarówno na bardzo bezpiecznych i stabilnych obligacjach jak i na zmianie cen surowców. Przyzna Pan, że od kilku lat ceny żywności, ropy i gazu wciąż idą w górę.

2. Na giełdzie to ja już straciłem: I właśnie dlatego nie proponuję Panu takiego rozwiązania. Proszę być spokojnym. Dajemy gwarancję zwrotu 100% kapitału. Nie inwestujemy w giełdę. Pan nie kupuje akcji. Dzięki temu rozwiązaniu może Pan zarabiać bezpiecznie jak na lokacie natomiast zyskać znacznie więcej a cała niepewność pozostaje po stronie Banku.

3. Nie znam się na giełdzie: Każdy zajmuje się tym, w czym jest najlepszy, dlatego Pana środkami zarządzają specjaliści i dbają o to by inwestycja była całkowicie bezpieczna. Nie wymagamy, aby znał się Pan na tych zagadnieniach.

4. Ale 4 lata to za długo (w prezentacji oferty nie pojawia się informacja o lokacie): Bardzo dobrze, że Pan o tym wspominał. Warto mieć część środków dostępnych w krótkim terminie dlatego proponuję 20% kwoty przeznaczyć na promocyjnie oprocentowaną lokatę. W ten sposób ma Pan zarówno dostęp do środków jak i wysoko zarabiające rozwiązanie. Czy ten podział Panu odpowiada? A proszę powiedzieć od kiedy Pan oszczędza? I co, ile Pan zarobił przez te 11 lat? Sam Pan widzi że na lokatach wielkiego zysku nie ma i często się to zmienia. A przy tej ofercie lokuje Pan pieniądze bezpiecznie na okres, który pozwoli wypracować Pańskim pieniądзом naprawdę duże i odczuwalne dla kieszeni zyski. Z danych historycznych wynika, że ponad 19% w skali roku. I to są jeszcze dane, które zawierają czas kryzysu. Czym dłuższy okres tym większe zyski dla klienta.

5. Pobieracie opłatę za obsługę a w lokatach nie ma takiej opłaty: Zdaje sobie Pan sprawę z tego, że nic nie ma za darmo. Opłata ta jest prowizją dla specjalistów, którzy zarządzają Pana pieniędzmi. Wykonują oni naprawdę dobrą robotę, aktualne wyniki pokazują zyski rzędu 19% w skali roku, ale to tylko dzięki pracy tych ludzi. A lokaty? Wiadomo że nie ma opłat bo pieniądze zamrożone są na stałym niskoprocentowanym depozycie. Produkty tego typu

zawsze mają opłatę. Płaci się za to, że to co dzieje się z Pana pieniędzmi cały czas jest pod kontrolą naszych specjalistów. Opłata będzie minimalna w stosunku do szacunkowego zysku. Bardzo wysoki potencjał zysku średniorocznie 19% - zyski zrekompensują opłatę. Dodatkowo możliwość lokaty do 9% na 3-m-ce.

6. *Nieemożliwość dokonania zapisu na wypadek śmierci: Jest to ubezpieczenie i może Pan bezpłatnie ustanowić osobę uposażoną, to lepsze rozwiązanie niż zapis na wypadek śmierci” (dowód: karta nr 2024).*

W sprawie sprzedaży produktu LUCRO pracownicy otrzymali dokument przekazany mailem z dnia 2 listopada 2011 r. zawierający następujące informacje: *„Zagajenie dla każdego klienta: Mamy dla Pana lokatę oprocentowaną 9,5% na sześć miesięcy w połączeniu z programem systematycznego oszczędzania, dzięki któremu zabezpieczy Pan przyszłość swoją i swoich najbliższych. Co Pan sądzi o zabezpieczeniu swojej przyszłości już dzisiaj? Mam ciekawe rozwiązanie, które zabezpieczy Pana przyszłość i pozwoli zrealizować swoje marzenia. A na co by Pan wydał 100 000 zł (przewidywana wartość rachunku na zakończenie inwestycji)? Pozwoli Pan, że poinformuję Pana o bardzo dobrym rozwiązaniu dającym wysokie zyski i gwarancję kapitału. Już pierwszego dnia liczymy Panu zysk od kwoty pięć razy większej niż wpłaca Pan teraz. Zarabia Pan 5 razy szybciej. Co Pan sądzi o zabezpieczeniu swojej przyszłości już za 4 zł dziennie? Korzyści dla klienta: Stała składka przez cały okres oszczędzania. Gromadzenie środków poparte jest gwarancją kapitału. Dostępność informacji o wynikach strategii (...). Zysk liczony od pięciokrotności dzisiejszej wpłaty. Wysoko oprocentowana lokata, dostępna już po 6 m-cach. Zabezpieczenie przyszłości swojej i swoich najbliższych. OBIĘCZKI KLIENTA: Nie dożyję – Gdyby wszyscy tak myśleli, nikt nie podjąłby zobowiązań, włącznie z zobowiązaniami hipotecznymi. Stracę pracę – Proszę to porównać do osób, które w tym czasie mają zobowiązania hipoteczne na lat 30. Pana staż pracy wynosi 20 lat, zmieniał Pan kilkakrotnie miejsce zatrudnienia? Widać więc, że znajdzie Pan nową pracę a składka dzienna wynosi tylko kilka złotych” (dowód: karty nr 1238, 1253).*

Mailem z dnia 21 listopada 2011 r. sprzedawcom zostały przekazane materiały, które były prezentowane na szkoleniach z zakresu sposobu sprzedaży. Dotyczyły one różnych produktów oferowanych przez Bank. Zawierały one konkretne techniki prowadzenia rozmów z konsumentami. *„Pamiętaj, jesteś Doradcą i profesjonalnej obsługi oczekuje od Ciebie Klient. Zaplanuj indywidualnie finanse klienta Kowalskiego. Weź do ręki białą kartkę papieru i przy kliencie rozplanuj kwotę którą dysponuje Kowalski. (...)”. „Należy pamiętać, iż środki zainwestowane w produkty strukturyzowane mogą przynieść klientowi dużo wyższe zyski niż na tradycyjnej lokacie terminowej”. „Pamiętaj, że dla niektórych Klientów istotną rzeczą jest zachowanie płynności finansowej, co za tym idzie posiadanie dostępu do środków, w różnym terminie. Zaproponuj Klientowi dywersyfikację/podział jego środków”.* Pracownicy otrzymali również przykładowe scenariusze rozpoczęcia rozmów z klientami o emeryturze, przykładowy scenariusz prowadzenia rozmów z klientami o edukacji dzieci. Dodatkowo przekazana została lista „haseł do wykorzystania w sprzedaży” (dowód: karty nr 2052-2062).

Mailem z dnia 17 stycznia 2012 r. sprzedawcom zostały przedstawiane konkretne metody prowadzenia rozmów z różnymi typami klientów (dowód: karty nr 786-788).

Za pośrednictwem informacji wysłanej mailem z dnia 23 kwietnia 2012 r. sprzedawcy zostali przygotowani do przeprowadzania rozmów z klientami, którzy otrzymali listy rocznicowe w sprawie zainwestowanych środków. Bank stwierdził, iż najistotniejszą z punktu widzenia klientów może być informacja, która na początku inwestycji w wyniku konstrukcji produktu (ochrona składki zainwestowanej) będzie się różniła od dokonanej wpłaty. Podana wartość rachunku stanowi technologiczną/księgową wycenę instrumentów finansowych i nie

ma wpływu na końcową wartość inwestycji, gdyż na jej koniec klient ma ochronę składki zainwestowanej wynikającą z odpowiednich zapisów regulaminie UFK (dowód: karty nr 870-871).

Urząd zgromadził liczne skargi konsumentów na działalność Banku w zakresie dotyczącym oferowania możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Bezpośrednio w poczet materiału dowodowego zaliczono 93 skargi konsumentów (dowód: karty nr 8862-9239, 12894-14344). Jednak faktyczną skalę problemu obrazuje zestawienie ilości reklamacji złożonych przez konsumentów w Banku w sprawie przedmiotowych produktów w okresie od września 2009r. do maja 2013r. Było ich kilka tysięcy (dowód: karta nr 12427).

Konsumenci w kierowanych do Urzędu pismach zamieszczali następujące informacje:

- *„Ponieważ jestem wieloletnim klientem Getin Banku, (...) nie miałem powodu uważać, że zostanę namówiony na produkt ustrukturyzowany w ten sposób, że mój kapitał zostanie zamrożony na 10 lat w ubezpieczeniu o bardzo wysokim stopniu ryzyka kredytowego i inwestycyjnego”* (dowód: karta nr 12916).
- *„Pomimo mojego wyraźnego pytania o ew. opłaty pobierane z tytułu zawartej umowy, pracownik poinformował mnie jedynie o utracie zysków w przypadku wycofania środków i pełnym zwrocie ulokowanej kwoty. (...) Oba produkty sprzedano mi w sytuacji, gdy zgłosiłam się do oddziału banku przy ul. w związku z zakończeniem terminowych lokat, które posiadam w tym banku i chęcią ulokowania swoich oszczędności w sposób gwarantujący mi stabilny i nieobarczony ryzykiem zysk. (...) Idąc do placówki bankowej byłam pewna, że zawsze będę szczegółowo informowana o wszystkich warunkach umowy. Jako człowiek nie znający prawa bankowego, a korzystający jedynie z najprostszych form oszczędzania uznałam, że osoba, która doradza jak ulokować oszczędności całego życia robi to tak, aby klient wiedział, do czego przystępuje i był poinformowany o rodzaju inwestycji i wszystkich warunkach dotyczących oferowanego produktu: ubezpieczenia bądź lokaty, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone. (...) Opiekun klienta stwierdził, że będzie to znacznie korzystniejsza lokata niż standardowa terminowa, którą chciałam założyć. Przedstawił mi informację, że ta lokata zapewni mi 7,7% zysku netto. Dodatkową korzyścią miałyby być odsetki wypłacane co kwartał”* (dowód: karta nr 12992).
- *„O tym co to za produkt dowiedziałem się odrębnym pismem po 15 miesiącach od podpisania umowy. Dopiero wtedy dowiedziałem się, że przez 3 lata w razie likwidacji tracę 100% moich pieniędzy a później zyskuję rocznie po 5% a po 10 latach mogę liczyć na gotówkę o ile nie będzie straty”* (dowód: karta nr 13030).
- *„Pani ... dodatkowo zagwarantowała Nam, że nasz wkład jest bezpieczny i nigdy nie będzie innej sytuacji jak wypłata naszych pieniędzy w 100%. (...) Dokumenty związane z lokatą roczną okazały się całkowicie innym produktem niż omawiany z Panią (...) – jakieś ubezpieczenie na życie i jeszcze okres 10 lat, który w żadnym wypadku nas nie interesował o czym mówiliśmy jasno i wyraźnie Pani. (...) Pani ... zaproponowała lokatę na rok czasu, która miała być dla nas bardzo korzystna, gdyż zysk na niej jest znacznie większy niż na zwykłych lokatach krótkoterminowych około 5% netto w skali kwartału i zyski będą wypłacane co trzy miesiące na rachunek”* (dowód: karta nr 13046).
- *„Pani długo zachwalała ww. produkt jako zupełnie bezpieczny, pozbawiony ryzyka finansowego (...)”* (dowód: karta nr 13061).
- *„Mówiąc o produkcie Pareto II – tak jak o zwykłej lokacie – przekonywała, że jest to obecnie najlepsza forma lokowania pieniędzy jaką oferuje Getin Bank”* (dowód: karta nr 13063).

- „... mimo, że na umowie Pareto II widnieje okres 180 miesięcy (15 lat), już po kilkunastu miesiącach można z niego rezygnować i odzyskać wpłacone pieniądze, powiększone o ewentualny zysk. Pracownica doradzała jednak, by zatrzymać Pareto co najmniej 3 lata, bo wtedy zyski będą diametralnie wyższe. Z przedstawionych przez Panią ... informacji wynikało, iż po np. 61 miesiącach roku mój kapitał wynosił będzie ok. 20 000 tysięcy złotych, dlatego też zdecydowałam się na taki sposób ulokowania swoich oszczędności” (dowód: karta nr 13064).
- „Nie poinformowano mnie o wysokich opłatach które są pobierane w pierwszych sześciu miesiącach. Potwierdza ten fakt również to, że starała się ukryć przede mną tabelę opłat i limitów, bo wszystkie inne dokumenty są przeze mnie podpisane oprócz tabeli której nie dostałam” (dowód: karta nr 13076).
- „Nie poinformował mnie o opłatach, nie wręczył ani nie przedstawił załącznika o opłatach pobieranych comiesięcznie przez okres 6 miesięcy za zarządzanie (...). W dniu udałam się do Banku (...) w celu przedłużenia moich lokat bankowych. Pracownik banku Pani (...) zaproponowała mi coś innego co będzie dla mnie dużo korzystniejsze a jednocześnie będę mógł otrzymać swoje środki finansowe już po roku z lepszym oprocentowaniem i nie poniosę z tego tytułu żadnych dodatkowych kosztów (...)” (dowód: karta nr 13083).
- „W dniu udałam się do oddziału Getin Banku (...) w celu założenia lokaty mającej na celu osiągnięcie chociażby minimalnego zysku przy inflacji na ok. 4%. Doradca Banku (...) zaproponował mi „antybelkowy” produkt (...)” „Okazało się, że sprzedawca nie poinformował mnie o kosztach transakcyjnych – nie mam w swoich dokumentach żadnego załącznika, który by mówił o takich kosztach” (dowód: karta nr 13120).
- „Poinformował również, że zyski będą tym większe, im dłużej trwa okres ubezpieczenia” (dowód: karta nr 13198).
- „Przedstawiając mi ofertę ulokowania moich pieniędzy Pani ... używała sformułowania Konto Oszczędnościowe – co spowodowało we mnie poczucie, że moje pieniądze będą lokowane bezpiecznie - (samo słowo „oszczędzanie” kojarzy się tylko i wyłącznie z odkładaniem i nie traceniem pieniędzy). (...) Nie zostałam poinformowana, że moje pieniądze zostają wyprowadzone z banku i tracą ochronę Bankowego Funduszu Gwarancyjnego” (dowód: karta nr 13285).
- „Podczas podpisywania umowy dotyczącej w/w produktu, przedstawiciel banku zapewniał, że produkt jest objęty ochroną składki zainwestowanej. Przy moich dociekaniach czy rzeczywiście jest to 100% zainwestowanej składki tj. 4 500 zł wpłacone przy podpisaniu umowy oraz 136 zł wpłacane co miesiąc przez 15 lat co daje w sumie 28 980 zł, pracownik banku zapewniał, że przynajmniej ta właśnie suma będzie mi wypłacona na koniec okresu ubezpieczenia. Niestety nie dość, że pracownik przemilczał fakt, że od tej sumy potrącana będzie opłata administracyjna to dodatkowo nie poinformował mnie, że składka zainwestowana nie wynosi całości wpłaty a jedynie 22 500 zł” (dowód: karta nr 13360).
- „zaproponował mi możliwość 6-ciu miesięcznej lokaty w i zdecydowanie zapewniał, że jest to świetna dla mnie lokata, a po 6-ciu miesiącach będę mogła wypłacić cały kapitał wraz z odsetkami, bez żadnych opłat i bez podatku Belki (...)” (dowód: karta nr 13407).
- „Kolejną manipulacją w tym produkcie jest sugerowanie zysku ok. 12% średniorocznie – co sprzedawca własnoręcznie napisał na kartce papieru. Podając jako wyniki hipotetyczne obliczenia bez podania szczegółów, zawyżone poprzez nie uwzględnienie podatków, kosztów ani inflacji, nie uwzględnia się również dywidend” (dowód: karta nr 13440).

- „W dniu ... zgodnie z terminem umowy zlikwidowałam kilka 4-miesięcznych lokat terminowych. Środki te zamierzaliśmy z mężem ulokować na tych samych zasadach na kolejne 4 miesiące, ale tzw. opiekun (doradca) klienta świadomie (jak się okazało) wprowadzając nas w błąd zasugerował nam produkt, który jak się później dowiedzieliśmy generuje nam jedynie straty” (dowód: karta nr 13476).
- „Po moim oświadczeniu, że termin składowy 15-letni jest dla mnie zbyt długi i nie jestem pewna czy dożyję do końca okresu ubezpieczeniowego, poinformowała mnie, że wyżej wymieniony produkt obejmuje co prawda okres 15-letni, ale jeżeli chciałabym skrócić ten okres, to w każdej chwili zostaną wypłacone zgromadzone przeze mnie środki. Po tym oświadczeniu zdecydowałam się przystąpić do przedmiotowego ubezpieczenia. Traktowałam to jako rodzaj lokaty” (dowód: karta nr 13507).
- „W szczególności pracownik Banku oświadczył, że cała wpłacona kwota jest na koniec umowy gwarantowana przez Bank, czyli będzie w najgorszym razie odzyskana przeze mnie w całości, a nie powiedział, że będzie pomniejszona o jakieś koszty np. prowizję za administrowanie” (dowód: karta nr 13564).
- „W dniu ... złożyłam wniosek o dokonanie wypłaty. Poinformowano mnie, że mam na lokacie zamiast 25 000 zł tylko 15 316,42 zł. W dniu ... otrzymałam przelew na kwotę 14 873,47 zł. Nie poinformowano mnie o drakońskich opłatach nie wręczono ani nie przedstawiono załącznika o opłatach pobieranych comiesięcznie przez okres 6 miesięcy za zarządzanie i pozostałych kosztach dotyczących likwidacji ubezpieczenia przed upływem 10 lat. (...) W dniu ... doradca bankowy zaproponował mi jego zdaniem bardzo dobry produkt – lokata kwartalny profit, informując, że zysk na tej lokacie w poprzednich latach wynosił 15,6%, ukrywając, że przez ostatnie dwa lata wykazywano duże straty. Kwartalne zyski miały być przelewane na konto założone w Getin Noble Bank SA. Po upływie 2 kwartałów żadne środki nie wpłynęły na moje konto” (dowód: karta nr 13699).
- „Pozostałą kwotę ... zaproponowano mi abym oszczędzała w innym produkcie – ubezpieczeniowym funduszu kapitałowym ... o bardzo korzystnym dla mnie oprocentowaniu. Poinformowano mnie o możliwości wycofania pieniędzy (kapitał + odsetki) po roku czasu z zachowaniem 30-to dniowego okresu wypowiedzenia oraz złożenia oświadczenia o rezygnacji z dalszego ubezpieczenia. (...) W dniu ... kiedy zawierałam umowę na ten produkt myślałam że jest to forma lokaty a pracownica banku ... świadomie nie wyprowadzała mnie z błędu. (...) Przedstawił mi powyższy produkt jako lokatę, ani słowem nie wspomniał, że będzie pobierana opłata do zarządzania inwestycyjnego i to w tak olbrzymiej wysokości. Również w sposób celowy nie została mi przedstawiona ani dołączona do umowy tabela opłat za zarządzanie inwestycyjne” (dowód: karty nr 13772-13774).
- „Na etapie przedkontraktowym otrzymałem informację, iż mogę zrezygnować z tego produktu bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów, wraz z całym wpłaconym kapitałem oraz odsetkami. (...) Na etapie przedkontraktowym informowałem doradczynię, że środki zamierzam ulokować na maksymalnie 12 miesięcy. (...) Cała rozmowa sprzedażowa odbywała się wokół umowy lokaty i tak od samego początku postrzegałem produkt Kwartalny Profit Plus” (dowód: karta nr 13787).
- „Miała to być lokata 10-letnia z możliwością dostępu do niej już po 4-6 miesiącach z kwartalnym naliczaniem odsetek” (dowód: karta nr 13809).
- „Byłem poinformowany w sposób jednoznaczny, że po upływie 6 miesięcy mogę wycofać zainwestowane pieniądze bez strat. (...) Po okresie półrocznym okazało się, że bardzo wysoki poziom opłat, o którym nie byłem poinformowany przy podpisywaniu umowy – jak również nie dostałem w formie załącznika do umowy – znacznie przekracza tzw. przeciętny poziom konsumencki (ważnego konsumenta) i jest

wystarczającym powodem do unieważnienia powyższej umowy. (...) Przedstawił mi powyższy produkt jako lokatę, ani słowem nie wspomniał, że przez pierwsze 6 miesięcy będzie pobierana opłata do zarządzania inwestycyjnego i to w tak olbrzymiej wysokości, że po 6-ciu miesiącach ubyło (prawie 5 tys. złotych). Brak było informacji ze strony pracownika, że opłata będzie się odbywać poprzez umorzenie jednostek inwestycyjnych” (dowód: karta nr 13817).

- „Pani Opiekun Klienta, kiedy dowiedziała się że mam zamiar założyć lokatę, zaproponowała lokatę w formie ubezpieczenia, która różni się tym od lokaty, że trzeba odczekać 6 miesięcy, a następnie zdecydować czy to się opłaca. Pokazała mi zapis, który stwierdzał, że oprocentowanie w ostatnim okresie przekroczyło 10%, a ulokowana kwota jest gwarantowana. Na dowód tego pokazała tabelę, z której wynikało, że 100% wartości rachunku udziałów będzie zarabiała po 6 miesiącach polisowych” (dowód: karta nr 13855).
- „Pracownik Getin Noble Banku, pan ... udzielił mi błędnych informacji na temat produktu, który jak mówił, jest lokatą o zysku na pewno wyższym, niż gdybym ulokowała pieniądze na tradycyjnej lokacie bankowej” (dowód: karta nr 13895).
- „Na podstawie przedstawionych mi ustnie przez pracownia Getin Noble Banku SA ogólnych warunków przedmiotowego ubezpieczenia (OWU), w ciągu 15 lat, w zamian za wpłatę kwoty 4500 zł tzw. opłaty wstępnej oraz miesięcznych opłat bieżących w wysokości 136 zł, wpłacanych przez cały okres ubezpieczenia, miałam uzyskać kwotę ubezpieczenia, przynajmniej w wysokości tzw. składki zainwestowanej, tj. 22500 zł, a jak ubezpieczyciel dobrze zainwestuje te pieniądze w obligacje niejakiego Banku (...), to nawet pięciokrotność tej składki. W rzeczywistości OWU określały sumę ubezpieczenia jako kwotę o nieustalonej wysokości (...) minimum to suma wpłaconych pieniędzy pomniejszona o opłaty za ryzyko i opłaty administracyjne), czyli mniej niż program oszczędzania w jakimkolwiek Banku na lokatach bankowych” (dowód: karta nr 13825).
- „Dopiero po upływie prawie roku, kiedy po przeczytaniu informacji internetowych, dowiedziałem się, że z tym funduszem coś jest nie tak, wymusiłem wreszcie na Getin Noble Banku SA przedmiotowe OWU i zaczęłam je szczegółowo czytać i dochodzić do wniosku, że zostały napisane tak trudnym językiem, że trudno cokolwiek zrozumieć, ale zrobiono to w celu ukrycia niedozwolonych klauzul, czyniących klientów bezwolnymi płatnikami składek do funduszu, który od samego początku nie gwarantował im dochodów o których mówili pracownicy Getin Noble Banku oraz reklamy” (dowód: karta nr 13826).
- „Informację o tym, że jest to niekorzystne rozwiązanie dowiedziałem się w sierpniu 2012r. w zw. z materiałem wyemitowanym przez Telewizję Polską nt. polisolokat sprzedawanych przez Getin Bank SA. Po zweryfikowaniu tych informacji w oddziale banku okazało się, że z rachunku pobrano ponad 30% wpłaconych środków, o czym nie zostałem poinformowany na etapie przedkontraktowym przez ...” (dowód: karta nr 13865).
- „... przekonywała mnie o tym, iż te produkty są bardzo bezpiecznym rozwiązaniem i że nie wiążą się z jakimkolwiek ryzykiem” (dowód: karty nr 13870-13871).
- „Zarówno wskazany Opiekun Klienta, jak również Bank nie poinformował mnie o ryzyku związanym ze spadkiem wartości indeksów, ryzyku utraty części składki jednorazowej oraz ryzyku wynikającym z ograniczonej płynności produktu. Nie poinformowano mnie o ryzyku inwestycyjnym oraz o tym, że wartość funduszy może zostać dobrowolnie określona przez agenta kalkulacyjnego. Nie poinformowano mnie również o tym, że wartość udziału jednostkowego może ulegać istotnym zmianom w trakcie trwania okresu ubezpieczenia. (...) Ponadto zapewniono mnie o 100%-owej

ochronie kapitału w każdym momencie, co również potwierdził Menedżer Placówki Banku ... co jest niezgodne z prawdą, gdyż od tej zasady istnieją istotne wyjątki. (...) W związku z otrzymaniem listów rocznicowych do Kwartalnych Zysków i Programów Regularnego Oszczędzania – sprawdziłem wartość rachunków – nie tylko nie przyniosły one zysków, ale również są poniżej wartości wpłaconej początkowo. Również odsetki, które rzekomo miałem otrzymywać nie wpływały na moje konto” (dowód: karta nr 13911).

- *„Zostałam poinformowana przez pracownika banku, iż co kwartał na mój rachunek będą przelewane odsetki. Informują, że tylko raz został wypłacony mi profit w kwocie 40,01 zł w dniu ... Po upływie następnego kwartału udałam się do oddziału banku celem zapytania – dlaczego nie zostały wypłacone mi odsetki za miniony kwartał. Pracownik wyjaśnił, że produkt czy też Towarzystwo nie wypracowało zysku i z tego tytułu nie wpłynęły odsetki na mój rachunek. Przy zawieraniu umowy nie zostałam poinformowana przez pracownika, iż z tym produktem wiąże się jakieś ryzyko, a odsetki są uzależnione od wypracowanego zysku” (dowód: karta nr 13926).*
- *„Zgodnie z zapewnieniami pana ... wszystkie produkty zarabiałły świetnie i wszystko było w jak najlepszym porządku. Postanowiłem sprawdzić te zapewnienia i okazało się że wszystko jest nieprawdą a horrendalne opłaty pomniejszyły moje środki o ok. 60%. Szczególnie zdenerwowała mnie informacja że jednostki uczestnictwa zaraz po zakupie wyceniane były od 50-80% taniej o czym nie zostałem poinformowany” (dowód: karta nr 13958).*
- *„Jak upłynęły terminy wcześniejszych lokat to zwróciliśmy się do pracownika stale nas obsługującego o propozycję jak najkorzystniejszej lokaty, bo pieniądze możemy lokować doa dopiero po tym terminie ... kiedy będziemy wiedzieć jakimi środkami dysponujemy po tym rozliczeniu – podejmiemy decyzje jak postępować dalej” (dowód: karta nr 13965).*
- *„Gdy poinformowałem pracownicę, że nie chcę zawierać umowy na dłuższy okres czasu uzyskałem od niej informację, iż mogę z tego produktu finansowego zrezygnować po upływie okresu 6 miesięcy, gdyż po tym okresie nie jest już pobierana żadna dodatkowa opłata za wcześniejsze zakończenie umowy i utrzymania 100% mojego kapitału” (dowód: karta nr 14206).*
- *„Pracownik przedstawił mi wykresy i tabele wskazujące na zyskowność produktu, jednakże po zawarciu umowy takich dokumentów nie otrzymałem przez co nie byłem w stanie w domu w rzetelny sposób w spokoju zapoznać się z warunkami umowy” (dowód: karta nr 14234).*
- *„Dopiero w ... 2012r. z Internetu i TV dowiedziałem się o co chodzi z tymi „Tabelami opłat” i całym ubezpieczeniem kwartalny profit. Wtedy też zrozumiałem, że zostałem wprowadzony w błąd przez konsultantkę Banku” (dowód: karta nr 14246).*

W trakcie postępowania Bank poinformował o podjętych działaniach mających na celu poprawę jakości sprzedaży produktów. Wprowadzone zostały: Karta informacyjna, Kwestionariusz oceny adekwatności oraz Pismo ostrzegające. Dokumenty zostały wprowadzone do stosowania w zależności od pionu Banku w różnych terminach. W pionie bankowości detalicznej Getin Bank Kwestionariusz oceny adekwatności i odpowiedniości został prowadzony do stosowania uchwałą Zarządu Banku nr 1349/2012 z dnia 24 października 2012 r., natomiast Karty informacyjne uchwałą Zarządu banku nr 1348/2012 z dnia 24 października 2012 r. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 26 października 2012r. W pionie bankowości prywatnej Noble Bank powyższe dokumenty zostały wprowadzone do stosowania uchwałą Zarządu Banku nr 1618/2012 z dnia

30 listopada 2012 r. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 03 grudnia 2012 r.

Bank wprowadził do stosowania rozszerzoną wersję Karty Informacyjnej. Zawiera ona informacje w zależności od cech oferowanego ubezpieczenia. Dotyczą one w szczególności: formy prawnej, roli Getin Banku, okresu trwania ubezpieczenia, ochrony kapitału, gwarancji inwestycyjnych, możliwości rezygnacji z ubezpieczenia, warunków objęcia ochroną, składki i terminu płatności, konsekwencji nieopłacenia składki jednorazowej, funduszu depozytowego, funduszu inwestycyjnego, automatycznej kwartalnej wypłaty, wartości wykupu w okresie ubezpieczenia, poziomu zysku, determinantów poziomu zysku, historycznych wyników, hipotetycznego scenariusza stopy zwrotu z inwestycji, opłat, ryzyka, kanału obsługi i uzyskania informacji, wykazu dokumentów (dowód: karty nr 9281-9295).

Bank stosuje Kwestionariusz oceny adekwatności i odpowiedniości, który ma budowę pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru. Pytania są zadawane konsumentom. To znaczy, że konsument musi wybrać jedną z przykładowych odpowiedzi, która odpowiada jego stosunkowi do możliwości inwestowania swoich oszczędności. W części I umieszczane są dane identyfikujące konsumenta. Część II kwestionariusza zawiera ocenę wykształcenia, wiedzy o inwestowaniu, doświadczenia inwestycyjnego i profilu inwestycyjnego (wypełnia klient). Kwestionariusz zawiera m.in. pytania wymagające od konsumenta oceny własnej sytuacji finansowej, jego stosunku do ewentualnego wyższego zysku niż standardowa lokata bankowa przy równoczesnym akceptowaniu utraty kapitału, stosunek do dostępności oraz braku dostępności do środków w zamian za potencjalne wyższe zyski niż na standardowej lokacie bankowej, sposobów zachowania się w stosunku do powierzonych środków w przypadku znacznego przejściowego spadku bieżącej wartości długoterminowego produktu inwestycyjnego. Dodatkowo konsument ma zadeklarować, czy jest zainteresowany wyłącznie standardowymi lokatami bankowymi, czy produktami chroniącymi inwestowany kapitał, czy też produktami bez takiej ochrony. Dodatkowo konsument ma określić jaki procent swoich środków może zainwestować w długoterminowe produkty inwestycyjne (dowód: karty nr 9296-9302). Na podstawie udzielonych odpowiedzi sprzedawca określa produkt, który może spełniać oczekiwania konsumenta. Fakt odmowy wypełnienia kwestionariusza lub nie przedstawienia informacji wystarczających do dokonania oceny adekwatności i odpowiedniości produktów inwestycyjnych jest również odnotowywany.

W przypadku, gdy zachodzi sytuacja, o jakiej mowa powyżej, konsument jest zobowiązany do podpisania następującego oświadczenia zawartego w części IV kwestionariusza: *„powyższe dane są zgodne z prawdą, akceptuję proponowaną w części III niniejszego kwestionariusza adekwatność i odpowiedniość produktów inwestycyjnych dla mnie oraz potwierdzam, że są one zgodne z moimi celami inwestycyjnymi i poziomem tolerancji ryzyka”*.

Dodatkowo rozpoczęto stosowanie nowego dokumentu mającego formę oświadczenia Banku skierowanego do konsumentów zawierającego następujące informacje: *„Na podstawie informacji otrzymanych od Pani/Pana w niniejszej ankiecie, Getin Noble Bank S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: Bank) dokonał oceny adekwatności i odpowiedniości produktu inwestycyjnego do Pani/Pana potrzeb, wiedzy i skłonności do podejmowania ryzyka. W wyniku tej oceny Bank stwierdził, że produkt inwestycyjny, który został przez Pana/Panią wybrany i o którego zakup Pani/Pan jako Klient lub potencjalny Klient Banku się stara/staracie, nie jest dla Pani/Pana odpowiedni, o czym Bank niniejszym ostrzeża”*. Konsument musi podpisać przyjęcie do wiadomości przedmiotowego ostrzeżenia. Wprowadzenie opisanej praktyki zostało potwierdzone w ten sposób, że Bank przekazał faktycznie wystawiane konsumentom ostrzeżenia (dowód: karty nr 9603-9632).

Z dostarczonych przez Bank dokumentów wynika, że informacje o fakcie pobierania opłat, oraz o przeprowadzaniu wyliczeń wartości wykupu są umieszczane również w Kartach informacyjnych (dowód: karty nr 9281-9295).

Dodatkowo konsumenci muszą odrębnie poświadczyc, że otrzymali i zrozumieli następujące dokumenty: Kartę informacyjną, Warunki Ubezpieczenia, regulamin Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego oraz Tabelę Opłat i Limitów (dowód: karty nr 9603-9632).

Bank w formie wykresu przedstawił dane obrazujące spadek reklamacji składanych na przedmiotowe produkty. Przedstawione zostały również dane procentowe świadczące o spadku składanych reklamacji po wprowadzeniu procedur informacyjnych. Wskazano, że z produktów zaoferowanych w okresie od stycznia 2013r. do maja 2013r., czyli po wdrożeniu wszystkich podstawowych zmian wskazanych przez Bank, odnotowano ponad (tajemnica przedsiębiorcy)% spadek ilości reklamacji w stosunku do produktów zaoferowanych w analogicznym okresie 2012r. (od stycznia 2012r. do maja 2012r.). Poinformowano również o tym, że pomimo uznania reklamacji za nieuzasadnione często Bank decyduje o zwrocie klientom wpłaconych środków (dowód: karty nr 12426-12427).

Na podstawie zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych ustalono przychód Przedsiębiorcy osiągnięty w 2012 roku, który wyniósł (tajemnica przedsiębiorcy) zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorcy) (dowód: karty nr 12892-12893).

W toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Ad I Stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w art. 24 ust. 2 stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy Kodeks postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W przypadku określonym w art. 27 ust. 1 Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez

to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku¹.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z proponowaniem nieokreślonej grupie konsumentów przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. „W ostatnich latach zaobserwowano systematyczny wzrost liczby dostępnych na rynku finansowym produktów o charakterze inwestycyjnym, które konstruowane są w oparciu o różnorodne formy prawne (np. grupowe ubezpieczenia na życie powiązane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, certyfikaty inwestycyjne, produkty ustrukturyzowane) i cechują się zróżnicowanym stopniem skomplikowania. Produkty te coraz częściej oferowane są nieprofesjonalnym odbiorcom usług finansowych przez szereg podmiotów, działających w ramach poszczególnych segmentów rynku finansowego, co wiąże się z koniecznością podejmowania przez instytucje finansowe odpowiednich działań, mających na celu utrzymanie najwyższych standardów w zakresie konstruowania oferowanych produktów i jakości ich dystrybucji”. /Stanowisko UKNF w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowane do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego (z dnia 26 września 2012 r.), www.knf.gov.pl/.

Biorąc pod uwagę powyższe zostało stwierdzone, iż objęte zarzutem działanie Banku wymierzone jest w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku. Jest ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego.

Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie przedmiotowa przesłanka została spełniona, istniała możliwość poddania zachowania przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Na mocy art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Aby można było stwierdzić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą kumulatywnie zostać spełnione następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- praktyka musi być bezprawna.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2010r. Nr 220, poz. 1447 ze zm.) wynika, że przedsiębiorcą jest spółką akcyjną wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. W rozważanym przypadku podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż jest to spółka prawa handlowego, która prowadzi działalność gospodarczą na podstawie

¹ Konrad Kohutek: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 47

wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem kontroli dokonywanej na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

„Banki to instytucje, których głównym przedmiotem działalności są usługi o charakterze depozytowo-kredytowym (mieszczące się w zakresie typowej, rdzennie bankowej działalności), za pośrednictwem których dokonuje się alokacja środków finansowych w gospodarce. Z jednej strony banki przyjmują na przechowanie środki pieniężne od klientów, dysponując czasowo wolnymi środkami finansowymi (tzw. bierne operacje bankowe, które składają się na działalność depozytową banku), z drugiej zaś strony udostępniają te środki klientom poszukującym kapitału (kredytu) ze względu na czasowy niedobór środków własnych (tzw. czynne operacje bankowe, które składają się na działalność kredytową banku).

Zgodnie z powszechnie sformułowanym w piśmiennictwie poglądem banki stanowią przedsiębiorstwa o szczególnym przedmiocie działalności, a prawna samodzielność banku jako przedsiębiorcy oznacza, że działa on jako pełnoprawny uczestnik obrotu, uprawniony do nabywania praw i zaciągania zobowiązań we własnym imieniu i na własny rachunek (co wynika z art. 5 ust. 4 pr. bank.). (...)

Specyfika działalności bankowej, wynikająca z definicji legalnej banku (art. 2 pr. bank.), wyrażająca się w obciążeniu ryzykiem środków powierzonych pod jakimkolwiek tytułem zwrotnym, przesądza także o tym, że bank należałoby traktować jako instytucję zaufania publicznego. Świadczy o tym wiele rozwiązań prawnych, wśród których trzeba wskazać m.in.: unormowanie zasad prowadzenia działalności bankowej; określenie przesłanek, od których spełnienia uzależnione jest utworzenie i podjęcie działalności przez banki; publicznoprawną ingerencję w ogólne zasady prawa cywilnego i handlowego prowadzącą do powstania szczególnych reguł działania banków w sferze obrotu akcjami banków (art. 25o, 25p, 25r, 25s i 28 pr. bank.) oraz reguł ich gospodarki finansowej (rozdział 10 pr. bank.) i zrzeczenia się (rozdział 9 pr. bank.); szczególne uprawnienia i obowiązki, których co do zasady nie mają inni przedsiębiorcy, służące ochronie interesów klientów banku oraz zabezpieczeniu interesów banku; określenie przepisami ustawowymi celu i zasad funkcjonowania nadzoru nad działalnością banków i przekazanie organom nadzoru funkcji z zakresu władztwa publicznego; szczególną ochronę deponentów, czemu służą publicznoprawne regulacje w zakresie obowiązkowego systemu gwarantowania depozytów przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny oraz ustalane przez Komisję Nadzoru Finansowego (wiążące dla banków) normy płynności i inne normy dopuszczalnego ryzyka w działalności banków. Wszystko to powoduje, że bank nie może być traktowany tylko – jak ma to miejsce w naukach ekonomicznych – jako „przedsiębiorstwo usługowe”, które dąży przede wszystkim do maksymalizacji zysku. Istotą działalności banku, obok zarządzania przepływami strumieni pieniężnych, stanowi zarządzanie ryzykiem, na które narażone są gromadzone przez niego środki pieniężne, dlatego też bank w pierwszej kolejności musi dążyć do minimalizacji ryzyka, a dopiero w następnej – do maksymalizacji zysku, co jest zgodne z najnowszymi trendami w zakresie regulacji rynku finansowego.

Z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości UE wynika, że działalność depozytową należy rozumieć bardzo szeroko, gdyż może być ona wykonywana nie tylko za pomocą instrumentów finansowych posiadających immanentną (wrodzoną) cechę zwrotności, ale również za pomocą instrumentów finansowych nieposiadających takiej cechy, których zwrotny charakter wynika z postanowień umownych” /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Ochrona prawna klienta na rynku usług bankowych, Lex 2013/.

Z powyższego opracowania wynika, że banki jako przedsiębiorcy pełnią szczególną rolę w obrocie gospodarczym. Działają one nie tylko na własny rachunek, ale dodatkowo muszą wypełniać powierzone im zadania w zakresie ochrony środków pieniężnych m.in. najsłabszych uczestników rynku, którymi są konsumenci.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie Przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka Przedsiębiorcy skierowana jest do „nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów”. Wystarczające powinno być w jego ocenie ustalenie, że zachowanie Przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy orzekł też, że *„praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”*.

Przedmiotem niniejszego postępowania jest praktyka związana ze sposobem prowadzenia przez sprzedawców rozmów z konsumentami w placówkach Banku oraz w placówkach franchisingowych dotyczących możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Dokonując analizy i oceny stosowanej praktyki Prezes Urzędu oparł się na licznych skargach konsumentów pochodzących z różnych miejscowości kraju. Skarżący zawierali umowy w różnych okresach w przeciągu kilku lat. Konsumenty skarżyli się na umowy zawarte już w 2009r. (dowód: karta nr 8885). Rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji odnosi się do praktyki stosowanej względem pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Zbiorowy interes realizuje się natomiast poprzez fakt, iż potencjalnie wszyscy odwiedzający placówki Banku (nieograniczona grupa konsumentów) zostali dotknięci naruszeniem. Wprowadzające w błąd działanie odnosiło się zatem do zbiorowości tych konsumentów, dla których skutek w ww. postaci był wspólny. W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności stwierdzone zostało, iż rozważane działanie, o którym mowa w punkcie I sentencji decyzji godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jako sprzeczność działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega

na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa /Por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwej, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/.

Praktyka rynkowa

Zgodnie z art. 2 pkt. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez praktykę rynkową należy rozumieć działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Biorąc pod uwagę powyżej przytoczone rozumienie praktyki rynkowej uznane zostało, że działanie Banku w zakresie informacji przekazywanych konsumentów przy prezentowaniu możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi może zostać ocenione właśnie przez pryzmat tej ustawy. Zarzucone zostało, iż Bank poprzez stosowanie określonej w sentencji decyzji praktyki naruszył art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 uopnpr.

Model przeciętnego konsumenta

Przedmiotem oceny w niniejszej sprawie jest praktyka Banku stosowana wobec konsumentów, którzy przychodzili do jego placówek oraz placówek franchisingowych. Polegała ona na przekazywaniu informacji o oferowanych produktach na etapie zawierania kontraktu. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym podaje definicję przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 ustawy przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; 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.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Będące przedmiotem decyzji zachowanie Spółki powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. *„Stopniowy rozwój orzecznictwa ETS doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji nie wprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. 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, s. 73/.

Jak wynika z powyżej przytoczonej definicji przeciętnego konsumenta, na potrzeby oceny danej praktyki, aby określić jego cechy konieczne jest uwzględnienie czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy.

„Rozwój wolnego rynku stworzył konsumentom niemalże nieograniczone możliwości zaspokajania swoich potrzeb, spełnienia oczekiwań - uzyskiwania całkowitej satysfakcji z nabywanych dóbr i usług. Mechanizmy wolnorynkowe doprowadziły do sytuacji, w której przeciętna osoba - konsument nie potrafi odnaleźć się w "wielkim świecie" regulacji prawnych. Atakuje się konsumenta niezwykle szeroką paletą towarów, usług, przy jednoczesnym utrzymywaniu jego pozycji jako słabszej strony kontraktu. Dodatkowo masowa

produkcja usług, w tym usług bankowych, doprowadziła do standaryzacji warunków umownych”. /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Nieuczciwe praktyki na rynku bankowych usług konsumenckich, monografia, ABC, 2011, Lex/.

„Model ochrony konsumenta rozsądnego zakłada ochronę przez informację i opiera się na założeniu, że słabszą pozycję konsumenta w stosunku do podmiotu profesjonalnego, wynikającą z braku doświadczenia, nieznanymi mechanizmów rynkowych, a często także braku specjalistycznej wiedzy w dziedzinie gospodarki, finansów i rachunkowości, można zrównoważyć przez jego „doinformowanie”. Tylko bowiem właściwie zorientowany, świadomy swojej sytuacji ekonomicznej, prawnej oraz gospodarczej i możliwości z niej wynikających klient może rozumnie, świadomie i swobodnie podejmować decyzje gospodarcze, obciążające go określoną odpowiedzialnością i ryzykiem zmiany realiów gospodarczych. Banki często nazywane są instytucjami zaufania publicznego. Przejawem tego, oprócz innych obowiązków nakładanych na banki, jest publicznoprawny obowiązek informacyjny, wskazany w rozdziale 8 pr. bank”. /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Naruszenie obowiązków informacyjnych banków w prawie umów konsumenckich/.

W przedmiotowym przypadku mamy do czynienia z praktyką stosowaną przez Bank związaną z przeprowadzaniem z konsumentami transakcji finansowych. „Cechą specyficzną transakcji finansowych jest: nieporównywalnie wielki stopień trudności w przełamaniu deficytu transparentności (transakcje te są znacznie trudniejsze do zrozumienia dla konsumenta, niż wszelkie inne, w jakich konsument występuje). Deficyt wiedzy dotyczy też zarówno etapu przed, jak i w czasie, czy po „skonsumowaniu” usługi finansowej, okoliczność, że jednocześnie chodzi tu o transakcje obciążone dla konsumenta znacznie wyższym ryzykiem ekonomicznym niż inne jego transakcje. Jest to przy tym ryzyko nierównomiernie rozłożone między stronami. W razie nieudania się jednej transakcji konsumenta-klienta, może ona zrujnować mu egzystencję na resztę życia. Dla instytucji finansowej niepowodzenie tej samej transakcji jest natomiast niewiele znaczącym wypadkiem przy pracy. Chodzi tu więc o ryzyko w szczególności sposobu rozłożone niesymetrycznie”. /E. Łętowska: Prawo umów konsumenckich Wydanie 2, C.H. Beck, 2002r., s. 453-454/.

Jak wynika z powyżej przytoczonych opracowań konsument będący nabywcą usług oferowanych przez Bank odczuwa deficyt wiedzy na ich temat. Wynika to głównie z ilości i różnorodności dostępnych produktów. Identyfikując konsumenta, który jest pokrzywdzonym wskutek stosowania ocenianej praktyki należy wziąć pod uwagę, iż nie dotyczy ona standardowo, codziennie zawieranych umów. Tym samym konsument może nie mieć doświadczenia i wiedzy co do warunków, na jakich są realizowane tego typu umowy. Dodatkowym ważnym czynnikiem, który musi zostać w niniejszej sprawie wzięty pod uwagę, jest fakt, iż umowy zawierane są w placówkach oznaczonych nazwą Getin Noble Bank. Natomiast konsument nabywając usługi od Banku pokłada w nim znacznie większe zaufanie co do sposobu działania niż w stosunku do innych przedsiębiorców. Zaufanie to szczególnie dotyczy poniżej opisanych aspektów. Po pierwsze konsument wierzy, że Bank zapewnia ochronę powierzonych mu środków pieniężnych. Po drugie wierzy, że informacje przekazywane mu w trakcie zawierania umów są najważniejszymi, najistotniejszymi, o których powinien wiedzieć.

„Od instytucji finansowej, jako instytucji zaufania publicznego inwestor, a w szczególności klient detaliczny oczekuje obiektywizmu, należytej staranności oraz rzetelności w zakresie formułowania przekazu informacyjnego w odniesieniu do usług produktów finansowych znajdujących się w ofercie danej instytucji finansowej. Klient o tego rodzaju statusie, nie posiada bowiem w szeregu przypadkach, specjalistycznej wiedzy i kompetencji, które pozwoliłyby mu na orientację co do pełnej charakterystyki danego instrumentu finansowego czy też dokonanie oceny instrumentu pod kątem odpowiedniości instrumentu w stosunku do planowanych działań inwestycyjnych. Z tych względów, przy podejmowaniu przez

klienta decyzji o nabyciu lub zbyciu instrumentu finansowego niejednokrotnie rozstrzygające są informacje od instytucji finansowej. Istotna przy tym jest nie tylko szeroko rozumiana staranność i rzetelność w podejmowaniu czynności na rzecz inwestora, ale również taki sposób zachowania instytucji, który pozwala inwestorowi na dostateczne rozróżnienie otrzymywanych wiadomości na informacje przekazywane w celu reklamy lub promocji, informacje ograniczone do faktów i liczb oraz rekomendacje sugerujące określone zachowania inwestycyjne. Jest to szczególnie istotne w ostatniej sytuacji, gdyż klient ma prawo zakładać, że sugerowanie przez instytucję finansową określonych zachowań inwestycyjnych w stosunku do danego instrumentu finansowego następuje w wyniku działań w najlepiej pojętym interesie klienta, przy uwzględnieniu jego indywidualnej sytuacji i potrzeb” /Stanowisko w sprawie świadczenia przez firmy inwestycyjne usług doradztwa inwestycyjnego. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa, dnia 27 marca 2012 r. http://www.knf.gov.pl/Images/Swiadczenie_przez_firmy_%20inwestycyjne_uslug_doradztwa_inwestycyjnego_tcm75-29884.pdf/. Pomimo, iż powyżej przytoczone stanowisko KNF było skierowane do firm inwestycyjnych świadczących usługi doradztwa, a nie do banków, to jednak można je w pełni zastosować w niniejszej sprawie. Instytucje finansowe są obdarzane przez konsumentów pełnym zaufaniem co do jakości przekazywanych przez nich informacji. Konsumenty zakładają, że osoby zatrudnione w danej instytucji posiadają większą wiedzę w zakresie sprzedawanego produktu niż oni sami. Dodatkowo wierzą, iż pracownicy są zobowiązani do oferowania produktów, które gwarantują ochronę ich interesów. Jak opisano wcześniej konsumenci identyfikują banki jako podmioty prowadzące działalność polegającą na przyjmowaniu depozytów.

Proces decyzyjny jaki zachodzi w sytuacji, gdy konsumenci podejmują decyzje nabywcze standardowo przebiega w następujących etapach: rozpoznanie potrzeby, poszukiwanie informacji, ocena alternatyw, decyzja zakupu, zachowanie po dokonaniu zakupu². Podmioty gospodarcze stosują instrumenty mające doprowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji zgodnych z ich oczekiwaniami. Oddziałują one na każdy z etapów powyżej opisanego procesu. W przedmiotowym przypadku Bank zastosował działania marketingowe, które wpływają na decyzje nabywcze już na etapie podjęcia decyzji. Konsumenci w przekazanych Urzędowi skargach wyjaśniali, co następuje:

- *„Oba produkty sprzedano mi w sytuacji, gdy zgłosiłam się do oddziału banku przy ul. w związku z zakończeniem terminowych lokat, które posiadam w tym banku i chęcią ulokowania swoich oszczędności w sposób gwarantujący mi stabilny i nieobarczony ryzykiem zysk. (...) Idąc do placówki bankowej byłam pewna, że zawsze będę szczegółowo informowana o wszystkich warunkach umowy. Jako człowiek nie znający prawa bankowego, a korzystający jedynie z najprostszycch form oszczędzania uznałam, że osoba, która doradza jak ulokować oszczędności całego życia robi to tak, aby klient wiedział, do czego przystępuje i był poinformowany o rodzaju inwestycji i wszystkich warunkach dotyczących oferowanego produktu: ubezpieczenia bądź lokaty, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone”* (dowód: karta nr 12992).
- *„W dniu udałem się do Banku (...) w celu przedłużenia moich lokat bankowych. Pracownik banku (...) zaproponowała mi coś innego co będzie dla mnie dużo korzystniejsze a jednocześnie będę mógł otrzymać swoje środki finansowe już po roku z lepszym oprocentowaniem i nie poniosę z tego tytułu żadnych dodatkowych kosztów (...)”* (dowód: karta nr 13083).

² Ph. Kotler „Marketing analiza planowanie wdrażanie i kontrola”, FELBERG SJA, Warszawa 1999, s. 179

- „W dniu udałam się do oddziału Getin Banku (...) w celu założenia lokaty mającej na celu osiągnięcie chociażby minimalnego zysku przy inflacji na ok. 4%. Doradca Banku (...) zaproponowała mi „antybelkowy” produkt (...)” (dowód: karta nr 13120).
- „W dniu ... zgodnie z terminem umowy zlikwidowałam kilka 4-miesięcznych lokat terminowych. Środki te zamierzaliśmy z mężem ulokować na tych samych zasadach na kolejne 4 miesiące, ale tzw. opiekun (doradca) klienta świadomie (jak się okazało) wprowadzając nas w błąd zasugerował nam produkt, który jak się później dowiedzieliśmy generuje nam jedynie straty” (dowód: karta nr 13476).

Wyjaśnienia zbieżne z powyżej przytoczonymi były zawarte również w skargach innych konsumentów (dowód: karty nr 12899, 13019, 13061, 13046, 13138, 13155, 13216, 13285-13287, 14206).

Utarte w świadomości konsumentów wyobrażenia o zakresie działalności banków powodują, że każdy przedstawiony produkt będą odbierać jako modyfikację znanych już produktów, a nie jako zupełnie nową usługę, o innych cechach. Jak zostało to określone wcześniej konsumenci mają przeświadczenie, że banki oferują im możliwość zakładania lokat terminowych o znanych im cechach. Osobami poszkodowanymi w wyniku stosowania przedmiotowej praktyki są głównie osoby, które były już klientami Banku zanim zaproponowano im przystąpienie do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Osoby te bardzo często posiadały oszczędności zdeponowane na lokatach terminowych Banku. Dlatego też, biorąc pod uwagę ich dotychczasowe doświadczenia związane z zakładaniem w Banku depozytów – lokat zawierali kolejne umowy w przeświadczeniu, że środki pieniężne zostały zdeponowane właśnie w taki sposób. Ze względu na powyższe Prezes Urzędu uznał, że konsument, który spotyka się z przedmiotową praktyką posiada oszczędności i zamierza podjąć decyzję o ich powierzeniu instytucji, która będzie je chronić. Ochrona ta polega na zapewnieniu otrzymania zwrotu wpłaconych środków pieniężnych na żądanie. Z wcześniejszej analizy wynika, że przeciętny konsument wie, że Banki oferują produkty posiadające te cechy, którymi są lokaty terminowe. Natomiast konsument, który jest narażony na ocenianą w niniejszym postępowaniu praktykę nie ma świadomości, że Bank może mu zaproponować skomplikowany i ryzykowny produkt zamiast tradycyjnej znanej mu lokaty terminowej. Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności konsument może być łatwo wprowadzony w błąd, co do cech jakie posiada oferowany produkt. Osiągnięcie tego efektu może nastąpić, przez położenie nacisku w trakcie prezentacji na potencjalne korzyści jakie można uzyskać dzięki oferowanym produktom kosztem informacji o realnych ryzykach jakie się z nimi wiążą dotyczących otrzymania zwrotu mniejszych wartości środków pieniężnych niż wpłacone.

W przedmiotowym przypadku mamy do czynienia z konsumentami rozważnymi, przeciętnie zorientowanymi, jednak nieprzygotowanymi merytorycznie do zawarcia umów przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Ten deficyt wiedzy powinien zostać zrównoważony przez informacje przekazywane przez sprzedawców.

Nieuczciwa praktyka rynkowa

Następnie, po ustaleniu w niniejszej sprawie modelu przeciętnego konsumenta, należy dokonać oceny czy działania Banku, wskazane w pkt I sentencji decyzji, stanowiły nieuczciwe praktyki rynkowe w rozumieniu art. 4 ust. 1 uopnpr. Konieczne jest zatem rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy przedmiotowe działania Banku:

- były sprzeczne z dobrymi obyczajami;
- w istotny sposób zniekształciły lub mogły zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, tj. czy praktyka Spółki mogła spowodować podjęcie bądź

brak podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o przystąpieniu do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym.

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny „*sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działanie które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania*” /K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804/. W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach przekazu profesjonalista - przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego), przy uwzględnieniu oczywiście ograniczeń wiążących się z formą prezentacji oferty. Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane przez Bank w sposób opisany w sentencji decyzji.

Art. 2 lit. h powyższej Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady ("Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych") (Dz.U.UE.L.2005.149.22) stanowi, iż „staranność zawodowa” oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności. Klauzula dobrych obyczajów nawiązuje do wyobrażeń o uczciwych, rzetelnych działaniach stron. Klauzula ta winna być również interpretowana przez pryzmat jej pierwowzoru z Dyrektywy 93/13/EWG z 5 kwietnia 1993r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich zasady wzajemnego zaufania i zasady ochrony usprawiedliwionych oczekiwań konsumenta. Dokonując takiej interpretacji klauzuli dobrych obyczajów, należy dojść do wniosku, że jest to pojęcie znaczeniowo zbliżone do pojęcia „staranności zawodowej”.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polega na podjęciu lub możliwości podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, w sytuacji, gdy wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy, konsument podjąłby lub mógłby podjąć decyzję odmienną. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie podaje definicji zniekształcenia w istotny sposób zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta. Zawiera ją natomiast Dyrektywa 2005/29/WE implementowana do krajowego porządku prawnego poprzez uopnpr. Zgodnie z art. 2 pkt e) powyższej Dyrektywy istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów oznacza wykorzystanie praktyki handlowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

Na uwagę zasługują zasady określone w stanowisku UKNF z dnia 26 września 2012 r. w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowane do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego. Komisja Nadzoru Finansowego stwierdziła, iż *instytucje finansowe oraz współpracujący z nimi pośrednicy powinni rzetelnie informować o oferowanym produkcie, w tym w szczególności o konstrukcji tego produktu, czynnikach warunkujących osiągnięcie ewentualnego zysku, wszelkich uwarunkowaniach związanych z daną inwestycją, opłatach (w tym związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji) oraz wyraźnie wskazywać, czy zainwestowany*

kapitał narażony jest na ryzyko utraty przynajmniej części zainwestowanych środków. Niedopuszczalne jest manipulowanie definicjami i pojęciami oraz przedstawianie nieadekwatnych symulacji mających na celu ukrycie rzeczywistego poziomu ryzyka związanego z inwestycją. Oferujący produkty inwestycyjne powinni w sposób zrozumiały zapoznawać potencjalnego klienta ze wszystkimi rodzajami ryzyk związanymi z produktem (wypełnienie tego wymogu powinno być wykonane w sposób, umożliwiający weryfikację poprawności jego spełnienia w przyszłości) oraz upewnić się, że klient to ryzyko rozumie.

We wcześniejszej części niniejszej decyzji w sposób szczegółowy oraz wyczerpujący opisane zostały oczekiwania konsumentów w stosunku do działalności Banku oraz okoliczności, w tym również przepisy prawa, z których one wynikają. Konsumenti traktują banki, jako instytucje zaufania publicznego. Obdarzają je zaufaniem pod względem dbania o zabezpieczenie ich interesów i powierzone środki.

Przyjmując przytoczone powyżej założenia co do powinności Banku oferującego konsumentom możliwość przystąpienia do ubezpieczenia Prezes Urzędu przyjął je do uznania, iż stosowana praktyka Banku naruszała dobre obyczaje oraz mogła wprowadzać konsumentów w błąd i doprowadzić do podjęcia decyzji, których by nie podjęli, gdyby dysponowali pełnymi informacjami.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zgromadził skargi konsumentów, którzy opisali informacje przekazywane im przez sprzedawców w trakcie proponowania im przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Dodatkowo Prezes Urzędu otrzymał od Banku dokumenty przekazywane sprzedawcom obejmujące materiały marketingowe oraz zalecenia co do prowadzenia rozmów sprzedażowych. Materiały te dotyczyły oferowania konsumentom przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Prezes Urzędu ocenił przytoczone w części ustalające zalecenia Banku skierowane do sprzedawców w zakresie prowadzenia rozmów z konsumentami, a także przekazane materiały marketingowe. Przeprowadzona analiza wykazała, że zawarte w nich zalecenia prowadzenia rozmów, a także opisy cech produktów pokrywają się z informacjami przekazanymi przez konsumentów w skargach bez względu na nazwę Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego. Z uwagi na jednolitość opisów przedstawionych przez konsumentów co do informacji przekazywanych im przez sprzedawców w różnym czasie oferowania przystąpienia do różnych z oferowanych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w opinii Prezesa Urzędu można uznać, że taka sama praktyka określona w sentencji decyzji była stosowana w stosunku do wszystkich konsumentów bez względu na nazwę handlową, którą posługiwał się Bank w stosunku do poszczególnych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym.

Zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej przez działanie Banku wskazane w pkt I sentencji decyzji

W punkcie I sentencji decyzji zakwestionowano sposób przekazywania przez Bank informacji, które mogły wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi 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 o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a w związku z tym stanowi praktykę

naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 2 uopnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się wprowadzające w błąd działanie dotyczące 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 przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, *ryzyka i korzyści związanych z produktem*. 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 (art. 5 ust. 1 uopnpr). Art. 4 ust. 1 uopnpr stanowi natomiast, iż 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.

Jak ustalił Prezes Urzędu konsumentom przychodzącym do placówek Banku oraz placówek franchisingowych umożliwiano przystępowanie do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Na podstawie fragmentów skarg przytoczonych w części opisującej model przeciętnego konsumenta, stwierdzone zostało, że konsumenci mieli zamiar zakładać krótkoterminowe lokaty depozytowe (dowód: karty nr 12899, 13019, 13046, 13061, 13138, 13155, 13216, 13285-13287, 14206). Z przedstawionych opisów prowadzonych spotkań wynika, że pracownicy prowadzili z konsumentami rozmowy w taki sposób, aby wierzyli oni, że przedmiotem rozmów są produkty odpowiadające lokatom terminowym.

- *„Przedstawiając mi ofertę ulokowania moich pieniędzy Pani ... używała sformułowania Konto Oszczędnościowe – co spowodowało we mnie poczucie, że moje pieniądze będą lokowane bezpiecznie - (samo słowo „oszczędzanie” kojarzy się tylko i wyłącznie z odkładaniem i nie traceniem pieniędzy)”* (dowód: karta nr 13285).
- *„W dniu ... kiedy zawierałam umowę na ten produkt myślałam że jest to forma lokaty a pracownica banku ... świadomie nie wyprowadzała mnie z błędu”* (dowód: karta nr 13773).
- *„Cała rozmowa sprzedażowa odbywała się wokół umowy lokaty i tak od samego początku postrzegalem produkt Kwartalny Profit Plus”* (dowód: karta nr 13787).

Takie same wrażenia z przeprowadzonych rozmów odnieśli inni konsumenci (dowód: karty nr 13170, 13523, 13817, 14206).

Konsumenci deklarowali, że udając się do Banku byli zdecydowani na zawarcie krótkoterminowej umowy. O chęci zawarcia umowy posiadającej właśnie taką cechę w sposób jednoznaczny informowali sprzedawców:

- *„Dokumenty związane z lokatą roczną okazały się całkowicie innym produktem niż omawiany z Panią (...) – jakieś ubezpieczenie na życie i jeszcze okres 10 lat, który w żadnym wypadku nas nie interesował o czym mówiliśmy jasno i wyraźnie Pani (...)”* (dowód: karta nr 13046).
- *„Po moim oświadczeniu, że termin składkowy 15-letni jest dla mnie zbyt długi i nie jestem pewna czy dożyję do końca okresu ubezpieczeniowego, poinformowała mnie, że wyżej wymieniony produkt obejmuje co prawda okres 15-letni, ale jeżeli chciałabym*

skrócić ten okres, to w każdej chwili zostaną wypłacone zgromadzone przeze mnie środki” (dowód: karta nr 13507).

- *„Na etapie przedkontraktowym informowałem doradczynię, że środki zamierzam ulokować na maksymalnie 12 miesięcy” (dowód: karta nr 13787).*
- *„Jak upłynęły terminy wcześniejszych lokat to zwróciliśmy się do pracownika stale nas obsługującego o propozycję jak najkorzystniejszej lokaty, bo pieniądze możemy lokować doa dopiero po tym terminie ... kiedy będziemy wiedzieć jakimi środkami dysponujemy po tym rozliczeniu – podejmiemy decyzje jak postępować dalej” (dowód: karta nr 13965).*

Takie same zastrzeżenia co do cech produktów wnieśli również inni konsumenci (dowód: karty nr 8862, 8945, 8972, 8984, 9003, 13019, 13061, 13063, 13407-13409, 13439, 13491).

Z przekazanych przez skarżących informacji wynika, że jednym z ważniejszych kryteriów uwzględnianych przez nich przy podjęciu decyzji nabywczej była możliwość odzyskania środków pieniężnych w określonym przez nich czasie. Produkty oceniane w przedmiotowym postępowaniu są długoterminowe. Dlatego też klienci zadawali pytania, czy będą mogli wycofać środki pieniężne przed upływem terminu trwania umowy, co było im potwierdzane. Na podstawie powyższych informacji można uznać, że konsumenci podejmowali decyzje nabywcze w przeświadczeniu, że będą mogli odzyskać pieniądze po upływie krótkiego czasu do zawarcia umów.

Wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją

Biorąc po uwagę dokonane wcześniej ustalenia, z których wynika, że konsumenci identyfikowali działalność Banku jako instytucji umożliwiającej im założenie lokat terminowych wszystkie informacje o korzyściach jakie wynikają z oferowanych produktów odnosili do możliwości otrzymania korzystniejszych warunków lokat terminowych.

- *„Opiekun klienta stwierdził, że będzie to znacznie korzystniejsza lokata niż standardowa terminowa, którą chciałam założyć. Przedstawił mi informację, że ta lokata zapewni mi 7,7% zysku netto. Dodatkową korzyścią miałyby być odsetki wypłacane co kwartał” (dowód: karta nr 12992).*
- *„Pani ... zaproponowała lokatę na rok czasu, która miała być dla nas bardzo korzystna, gdyż zysk na niej jest znacznie większy niż na zwykłych lokatach krótkoterminowych około 5% netto w skali kwartału i zyski będą wypłacane co trzy miesiące na rachunek” (dowód: karta nr 13046).*
- *„Mówiąc o produkcie Pareto II – tak jak o zwykłej lokacie – przekonywała, że jest to obecnie najlepsza forma lokowania pieniędzy jaką oferuje Getin Bank” (dowód: karta nr 13063).*
- *„zaproponował mi możliwość 6-cio miesięcznej lokaty w i zdecydowanie zapewniał, że jest to świetna dla mnie lokata, a po 6-ciu miesiącach będę mogła wypłacić cały kapitał wraz z odsetkami, bez żadnych opłat i bez podatku Belki (...)” (dowód: karta nr 13407).*

Podobnie sprawę wyeksponowania przez sprzedawców korzyści związanych z produktami przedstawiali inni skarżący (dowód: karty nr 13030, 13427).

Jak zostało ustalone wcześniej konsumenci przychodzili do Banku w celu założenia lokat terminowych. Natomiast sprzedawcy oferowali im produkty, które miały przynosić większe korzyści niż lokaty terminowe. Poinformowanie, że produkt jest lepszy od innego, jest odbierane przez konsumentów w taki sposób, że cechy porównywanych produktów są takie same, przy czym ten oferowany daje więcej korzyści. Już samo zapewnienie, że oferowany produkt jest najlepszą lokatą jest dla konsumenta informacją, że otrzyma produkt posiadający wszystkie cechy zwykłej lokaty oraz dodatkowe korzyści. To zapewnienie sprzedawcy przygotowuje potencjalnego klienta do wysłuchania informacji o szczegółach

związanych z oferowanymi korzyściami, bez wywołania u konsumenta stanu lęku, obawy przed zainwestowaniem swoich oszczędności w proponowany produkt. Jednak jak wynika z analizy przedstawionej w dalszej części decyzji, faktyczne warunki, na jakich realizowano oferowane produkty nie świadczą o tym, że są to lokaty w rozumieniu konsumentów.

Korzyści związane z warunkami finansowymi

Wśród korzyści jakie były przedstawiane konsumentom najczęściej występowały lepsze warunki finansowe polegające na wyższym oprocentowaniu:

- *„W dniu ... doradca bankowy zaproponował mi jego zdaniem bardzo dobry produkt – lokata kwartalny profit, informując, że zysk na tej lokacie w poprzednich latach wynosił 15,6%, ukrywając, że przez ostatnie dwa lata wykazywano duże straty. Kwartalne zyski miały być przelewane na konto założone w Getin Noble Bank SA. Po upływie 2 kwartałów żadne środki nie wpłynęły na moje konto”* (dowód: karta nr 13699).
- *„Pani Opiekun Klienta, kiedy dowiedziała się że mam zamiar założyć lokatę, zaproponowała lokatę w formie ubezpieczenia, które różni się tym od lokaty, że trzeba odczekać 6 miesięcy, a następnie zdecydować czy to się opłaca. Pokazała mi zapis, który stwierdzał, że oprocentowanie w ostatnim okresie przekroczyło 10%, a ulokowana kwota jest gwarantowana. Na dowód tego pokazała tabelę, z której wynikało, że 100% wartości rachunku udziałów będzie zarabiała po 6 miesiącach polisowych”* (dowód: karta nr 13855).
- *„Pracownik Getin Noble Banku, pan ... udzielił mi błędnych informacji na temat produktu, który jak mówił, jest lokatą o zysku na pewno wyższym, niż gdybym ulokowała pieniądze na tradycyjnej lokacie bankowej”* (dowód: karta nr 13895).

Inni konsumenci również podnosili, iż produkty były prezentowane jako bardzo korzystne pod względem finansowym (dowód: karty nr 13046, 13061, 13120, 13138, 13190, 13265, 13439, 13551, 13825, 13911, 13928, 13978, 14167, 14246, 14260).

W ocenianym przypadku konsumentom były przekazywane zapewnienia, że dzięki skorzystaniu z oferty uzyskają znacznie wyższe korzyści finansowe niż gdyby powierzyli środki pieniężne w ramach standardowych lokat terminowych. Zapewnienie wypłaty wyższych zysków w postaci większej ilości gotówki jest najsilniej oddziałującym determinantem na podjęcie decyzji nabywczej. Konsumentom były przedstawiane konkretne znaczne wartości, które będą mogli zarobić decydując się na zakup oferowanych produktów. Jednak jak wynika z analizy zawartej w dalszej części decyzji dotyczącej ryzyk, jakie wiążą się z tymi produktami, wypłata zysków nie była gwarantowana.

Korzyści związane z możliwością rozwiązania umowy

Kolejną z opisywanych przez konsumentów korzyści, na jaką wskazywano przy proponowaniu im przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, była możliwość wycofania wpłaconych środków oraz możliwość zachowania prawa do odsetek pomimo wycofania wpłaconych środków:

- *„... mimo, że na umowie Pareto II widnieje okres 180 miesięcy (15 lat), już po kilkunastu miesiącach można z niego zrezygnować i odzyskać wpłacone pieniądze, powiększone o ewentualny zysk. Pracownica doradzała jednak, by zatrzymać Pareto co najmniej 3 lata, bo wtedy zyski będą diametralnie wyższe. Z przedstawionych przez Panią ... informacji wynikało, iż po np. 61 miesiącach roku mój kapitał wynosił będzie ok. 20 000 tysięcy złotych, dlatego też zdecydowałam się na taki sposób ulokowania swoich oszczędności”* (dowód: karta nr 13064).

- „Pracownik banku (...) zaproponowała mi coś innego co będzie dla mnie dużo korzystniejsze a jednocześnie będę mógł otrzymać swoje środki finansowe już po roku z lepszym oprocentowaniem i nie poniosę z tego tytułu żadnych dodatkowych kosztów, (...)” (dowód: karta nr 13083).
- „Poinformował również, że zyski będą tym większe, im dłużej trwa okres ubezpieczenia” (dowód: karta nr 13198),
- „Pozostałą kwotę ... zaproponowano mi abym oszczędzała w innym produkcie – ubezpieczeniowym funduszu kapitałowym ... o bardzo korzystnym dla mnie oprocentowaniu. Poinformowano mnie o możliwości wycofania pieniędzy (kapitał + odsetki) po roku czasu z zachowaniem 30-to dniowego okresu wypowiedzenia oraz złożenia oświadczenia o rezygnacji z dalszego ubezpieczenia” (dowód: karta nr 13772).
- „Na etapie przedkontraktowym otrzymałem informację, iż mogę zrezygnować z tego produktu bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów, wraz z całym wpłaconym kapitałem oraz odsetkami” (dowód: karta nr 13787).
- „Miała to być lokata 10-letnia z możliwością dostępu do niej już po 4-6 miesiącach z kwartalnym naliczaniem odsetek” (dowód: karta nr 13809).
- „Byłem poinformowany w sposób jednoznaczny, że po upływie 6 miesięcy mogę wycofać zainwestowane pieniądze bez strat” (dowód: karta nr 13817).
- „Gdy poinformowałem pracownicę, że nie chcę zawierać umowy na dłuższy okres czasu uzyskałem od niej informację, iż mogę z tego produktu finansowego zrezygnować po upływie okresu 6 miesięcy, gdyż po tym okresie nie jest już pobierana żadna dodatkowa opłata za wcześniejsze zakończenie umowy i utrzymania 100% mojego kapitału” (dowód: karta nr 14206).

Otrzymanie informacji o możliwości przedterminowego rozwiązania umowy zgłaszali również inni konsumenci (dowód: karty nr 12894, 13061, 13076, 13138, 13155, 13170, 13216, 13407, 13476, 13507, 13564, 13865, 13911, 13928, 14150, 14220, 14233-14234, 14260).

Konsumenci zgłaszali się do Banku w celu założenia lokat krótkoterminowych. Prawo do wycofania wkładów było jednym z ważniejszych warunków branych pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o skorzystaniu z przedstawianej im oferty. Z informacji przekazanych przez skarżących wynika, że część z nich była informowana, że w przypadku przedterminowego wycofania środków pieniężnych zostaną im wypłacone uzyskane za ten czas odsetki. Mogłoby to stanowić wymierną korzyść dla konsumentów, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę warunki, na jakich są zawierane standardowe lokaty terminowe. W przypadku tych drugich konsumenci tracą prawo do odsetek w całości lub części. Jednak już sam fakt zapewnienia, że w przypadku rozwiązania umowy przed terminem na jaki została zawarta umowa konsument otrzyma równowartość wpłaconych środków powoduje, że oferta staje się dla konsumenta atrakcyjna. Taka konstrukcja informacji wywołuje u konsumenta przeświadczenie, że w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy nie straci wpłaconych środków, natomiast gdy nie rozwiąże umowy uzyska wysokie oprocentowanie. Zapewnienie o wysokich korzyściach zostało omówione wcześniej. Dlatego też już samo zapewnienie, że w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy konsument nie straci żadnej kwoty z powierzonych środków jest silnym determinantem podjęcia decyzji o zawarciu umowy.

Stosowane techniki prezentacji

Konsumenci informowali również, że w trakcie prowadzonych rozmów wykorzystywane były różnego rodzaju materiały zawierające wykresy, tabele. Pracownicy na czystych kartach bardzo często wyliczali symulacje zysków.

Jeden z konsumentów do skargi dołączył tabelę przedstawiającą wyniki finansowe powierzonych przez niego środków pieniężnych. Zawierała ona informacje na temat wartości wpłaty, wartości składki miesięcznej, wartości składki zainwestowanej oraz szacowanej przeciętnej wartości Pareto na koniec trwania umowy. W przypadku zaznaczonego wariantu dla wpłaty początkowej 4 500 zł i składki miesięcznej wynoszącej 124 zł szacowana przeciętna wartość na koniec trwania umowy została określona w wysokości 76 389 zł. Łącznie w okresie 180 miesięcy konsument wpłaciłby kwotę 26 820 zł. Tym samym szacunkowa wartość na koniec wyniosła 76 389 zł. Pomimo, iż w wyjaśnieniach na dole ulotki umieszczono informację dotyczącą szacowanej wartości, że jest ona oparta na symulacji historycznej przeciętnej stopie zwrotu, to jednak podanie wartości 3-krotnie większej niż wpłacone w okresie umownym kwoty może doprowadzić do podjęcia decyzji nabywczej (dowód: karta nr 13075).

- „Kolejną manipulacją w tym produkcie jest sugerowanie zysku ok. 12% średniorocznie – co sprzedawca własnoręcznie napisał na kartce papieru. Podając jako wyniki hipotetyczne obliczenia bez podania szczegółów, zawyżone poprzez nie uwzględnienie podatków, kosztów ani inflacji, nie uwzględnia się również dywidend” (dowód: karta nr 13440).
- „Pani Opiekun Klienta, kiedy dowiedziała się że mam zamiar założyć lokatę, zaproponowała lokatę w formie ubezpieczenia, które różni się tym od lokaty, że trzeba odczekać 6 miesięcy, a następnie zdecydować czy to się opłaca. Pokazała mi zapis, który stwierdzał, że oprocentowanie w ostatnim okresie przekroczyło 10%, a ulokowana kwota jest gwarantowana. Na dowód tego pokazała tabelę, z której wynikało, że 100% wartości rachunku udziałów będzie zarabiał po 6 miesiącach polisowych” (dowód: karta nr 13855).
- „Pracownik przedstawił mi wykresy i tabele wskazujące na zyskowność produktu, jednakże po zawarciu umowy takich dokumentów nie otrzymałem przez co nie byłem w stanie w domu w rzetelny sposób w spokoju zapoznać się z warunkami umowy” (dowód: karta nr 14234).

Inni konsumenci również informowali, że przedstawiając korzyści związane z oferowanymi produktami, pracownicy wykorzystywali dodatkowe instrumenty tj. kalkulator do wyliczenia wartości zysku po 15 latach, przedstawiali tabele i wykres przedstawiające zysk (dowód: karty nr 8885, 8945, 13190, 13440, 13524, 13965).

W trakcie prezentowania produktów sprzedawcy posługiwali się różnymi dodatkowymi instrumentami. Wykresy obrazujące hipotetyczne zyski, tabele dotyczące przyszłych zysków są instrumentami, które w przystępny sposób obrazują informacje przekazywane przez sprzedawców. Przedstawienie wykresu bardziej oddziałuje na świadomość konsumenta co do możliwości osiągnięcia potencjalnego zysku niż liczby przekazywane słownie. Tabelaryczne zestawienie kwot dotyczących wpłat oraz przewidywanych zysków w przystępny sposób zobrazowało potencjalne korzyści. Posługiwanie się dodatkowymi materiałami powoduje, że przekazywane przez sprzedawców informacje są bardziej wiarygodne. Konsument otrzymuje bezpośredni przekaz, że dane o potencjalnych zyskach nie są jedynie wymysłem sprzedawcy, ale wiarygodnymi danymi przygotowanymi przez analityków Banku. Dzięki wykorzystaniu przedmiotowych instrumentów u konsumentów wywoływane jest przekonanie, że podejmują racjonalne decyzje w oparciu o rzetelne dane i analizy.

Zalecenia Banku co do prezentacji produktów przez sprzedawców

Bank przedstawił wewnętrzną korespondencję w zakresie używania sformułowań w trakcie rozmów z konsumentami podczas, których była im oferowana możliwość przystąpienia do

grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Sprzedawcy mogli wykorzystywać następujące sformułowania:

- „Zaprosiłem tu Panią w związku z Pani lokatą, która właśnie się zakończyła i odnowiła na niskim oprocentowaniu. Lokata ta nie jest najkorzystniejszym rozwiązaniem, które obecnie posiadamy. (...) Obecnie największym powodzeniem wśród naszych Klientów cieszy się lokata z dopłatami Lucro. Małymi miesięcznymi dopłatami ma Pani możliwość zbudowania nowego kapitału i zabezpieczenia swojej przyszłości” (dowód: karty nr 2100-2101).
- „Mam dla Pana rozwiązanie, mogące osiągać bardzo wysokie zyski (nawet ponad 15% w skali roku). To znacząco więcej niż na lokacie! (...)” (dowód: karty nr 1196-1202).
- „Mamy dla Pana lokatę oprocentowaną 9,5% na sześć miesięcy w połączeniu z programem systematycznego oszczędzania, dzięki któremu zabezpieczy Pan przyszłość swoją i swoich najbliższych. Co Pan sądzi o zabezpieczeniu swojej przyszłości już dzisiaj? Mam ciekawe rozwiązanie, które zabezpieczy Pana przyszłość i pozwoli zrealizować swoje marzenia. (...)” (dowód: karty nr 1238, 1253).
- „Mam dla Pana rozwiązanie, mogące osiągnąć bardzo wysokie zyski (nawet w granicach 20 % w skali roku). Jest Pan zainteresowany takimi zyskami? To znacząco więcej niż na lokacie. (...)” (dowód: karty nr 2057-2062).

Fakt przedstawiania konsumentom produktów ubezpieczeniowych jako atrakcyjnej formy lokat terminowych wynika również z zaleceń prowadzenia rozmów:

- „(...) Obecnie największym powodzeniem wśród naszych Klientów cieszy się lokata z dopłatami Lucro. Małymi miesięcznymi dopłatami ma Pani możliwość zbudowania nowego kapitału i zabezpieczenia swojej przyszłości” (dowód: karty nr 2100-2101).
- „Zamiast 3 m-cznej lokaty z oprocentowaniem netto ok. 1 % za kwartał, mam dla Pana Kwartalne Zyski – również co 3 m-ce będzie mógł Pan otrzymać premię z tego rozwiązania, a dodatkowo przewidywane średnioroczne zyski, to ponad 15%. Co Pan na to, aby osiągnąć zyski 3 x wyższe niż na standardowej lokacie i korzystać z nich co kwartał? Zapewne słyszał Pan, że teraz najlepiej można zarabiać lokując w surowce? Mam dla Pana rozwiązanie”. (...)” (dowód: karty nr 1196-1202).

W sprawie sprzedaży produktu LUCRO pracownicy otrzymali następujące informacje w zakresie prowadzenia rozmów z konsumentami: „(...) Mamy dla Pana lokatę oprocentowaną 9,5% na sześć miesięcy w połączeniu z programem systematycznego oszczędzania, dzięki któremu zabezpieczy Pan przyszłość swoją i swoich najbliższych. Co Pan sądzi o zabezpieczeniu swojej przyszłości już dzisiaj? Mam ciekawe rozwiązanie, które zabezpieczy Pana przyszłość i pozwoli zrealizować swoje marzenia. A na co by Pan wydał 100 000 zł (przewidywana wartość rachunku na zakończenie inwestycji)? Pozwoli Pan, że poinformuję Pana o bardzo dobrym rozwiązaniu dającym wysokie zyski i gwarancje kapitału. Już pierwszego dnia liczymy Panu zysk od kwoty pięć razy większej niż wpłaca Pan teraz. Zarabia Pan 5 razy szybciej. Co Pan sądzi o zabezpieczeniu swojej przyszłości już za 4 zł dziennie? Korzyści dla klienta: Stała składka przez cały okres oszczędzania. Gromadzenie środków poparte jest gwarancją kapitału. Dostępność informacji o wynikach strategii (...). Zysk liczony od pięciokrotności dzisiejszej wpłaty. Wysoko oprocentowana lokata, dostępna już po 6 m-cach. Zabezpieczenie przyszłości swojej i swoich najbliższych. **OBIEKCJE KLIENTA:** Nie dożyję – Gdyby wszyscy tak myśleli, nikt nie podjąłby zobowiązań, włącznie z zobowiązaniami hipotecznymi. Stracę pracę – Proszę to porównać do osób, które w tym czasie mają zobowiązania hipoteczne na lat 30. Pana staż pracy wynosi 20 lat, zmieniał Pan kilkakrotnie miejsce zatrudnienia? Widać więc, że znajdzie Pan nową pracę a składka dzienna wynosi tylko kilka złotych” (dowód: karty nr 1238, 1253).

„Zagajenie dla klienta Mam dla Pana rozwiązanie, mogące osiągnąć bardzo wysokie zyski (nawet w granicach 20 % w skali roku). Jest Pan zainteresowany takimi zyskami? To znacząco więcej niż na lokacie. Co Pan sądzi o możliwości bezpiecznego osiągnięcia ponadprzeciętnego zysku pochodzącego z rozwoju dynamicznych gospodarek? To rozwiązanie zarabia dla Pana na krajach szybko rozwijających się oraz na rynkach surowców. Co Pan na to, aby osiągnąć zyski 4x wyższe niż na standardowej lokacie? Czy słyszał Pan, że najlepiej można zarabiać lokując w surowce? Korzyści dla klienta: Bezpieczeństwo: Stabilna strategia inwestowania oparta na rynkach wschodzących i rynkach surowców. Dywersyfikacja portfela. Stały dostęp do informacji o wynikach strategii (...). Brak ryzyka walutowego. Mechanizm ograniczenia zmienności do poziomu 10% w skali miesiąca, co znacząco zmniejsza ryzyko dużych spadków. Dostępność środków: Możliwość skorzystania z wysoko oprocentowanej, promocyjnej krótkoterminowej lokaty bankowej do 9 % 3 m-ce. Zysk 19,18% średniorocznie. Dodatkowo możliwość alokacji środków do 150%, co znacząco podnosi możliwość zysków w najlepszych okresach inwestycji. Brak opłaty wstępnej”.

Dodatkowo oprócz propozycji konkretnych sformułowań, które sprzedawcy mogli wykorzystać w trakcie rozmów, były przedstawiane konkretne scenariusze prowadzenia rozmów, budowania zainteresowania produktami u konsumentów (dowód: karty nr 2057-2062).

Analiza powyżej powołanych fragmentów potwierdziła wnioski, które Urząd wysnuł na podstawie przytoczonych fragmentów skarg we wcześniejszych punktach opisujących korzyści, o których byli oni zapewniani. Skarżący byli informowani, że oferta dotyczy lepszych lokat o wyższym oprocentowaniu. Jak ustalono sprzedawcy otrzymywali sugestie o sposobie prezentowania głównie potencjalnych korzyści finansowych wynikających z podwyższonego oprocentowania. Dodatkowo, jak wynika z poczynionych ustaleń, sprzedawcom przedstawiono gotowe przykłady odpowiedzi na wątpliwości konsumentów związane m.in. właśnie z długością trwania umów.

Biorąc pod uwagę zbieżność informacji przekazanych przez Bank co do propozycji prowadzenia przez sprzedawców rozmów z informacjami dostarczonymi przez konsumentów Prezes Urzędu uznał, że pomimo, iż poszczególne skargi oraz poszczególne zalecenia dotyczą różnych sprzedawanych produktów można uznać, że w każdym przypadku był stosowany taki sam sposób prezentacji korzyści związanych z zachęceniem konsumentów do przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi.

Konsumenci przychodzący do Banku byli informowani o możliwości otrzymania korzystniejszych warunków dzięki zawarciu umów proponowanych przez sprzedawców. Ponieważ skarżący deklarowali chęć zawarcia umowy lokaty terminowej, uważając Bank za instytucję zaufania publicznego nie mieli podstaw, aby uważać, że proponowane są im produkty o innych cechach. Konsumenci podejmując decyzje nabywcze dotyczące zwykłych codziennych spraw są przyzwyczajeni do faktu, iż jako stali klienci otrzymują różnego rodzaju bonusy. Tym samym fakt, iż otrzymują możliwość założenia lokaty na lepszych warunkach finansowych nie musiał wzbudzić w nich uczucia zaskoczenia, niepewności, czy też niedowierzania. Nie musieli oni obawiać się, iż proponowany produkt jest zupełnie innym produktem, o innych cechach niż lokata terminowa w zakresie bezkosztowego rozwiązania umowy.

Omawiane powyżej korzyści, jakie były prezentowane przez sprzedawców dotyczyły głównie możliwości rozwiązania umowy przed terminem oraz uzyskania wysokich odsetek. Dzięki temu skarżący mogli uważać, że będą mogli rozwiązać umowy w dowolnym momencie gdy zaistnieje taka konieczność. Natomiast, gdy nie będą potrzebować środków pieniężnych umowa będzie dalej obowiązywała i zyski będą pomnażane. Biorąc pod uwagę, że dla konsumentów bardzo ważna była możliwość wycofania środków w niedługim czasie

po zawarciu umowy lub w dowolnym momencie, uzyskanie takiego prawa było czynnikiem, który mógł doprowadzić do podjęcia decyzji o zawarciu umowy, której by nie podjęli, gdyby zdawali sobie sprawę ze wszystkich warunków, na jakich zawarli umowy, które to warunki zostaną opisane w dalszej części decyzji. Czynnikiem ekonomicznym, który w tym przypadku polegał na uzyskaniu wyższego oprocentowania jest jednym z najsilniejszych determinantów podejmowanych decyzji nabywczych.

Ryzyka związane z zakupionymi produktami

Bankowi zarzucono, iż prezentacja możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi była prowadzona w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyk związanych z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów.

W opracowaniu Komisji Nadzory Finansowego z dnia 26 września 2012r. w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowanym do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego zostało stwierdzone co następuje: *„Oferujący produkty inwestycyjne powinni w sposób zrozumiały zapoznawać potencjalnego klienta ze wszystkimi rodzajami ryzyka związanego z produktem (wypełnienie tego wymogu powinno być wykonane w sposób, umożliwiający weryfikację poprawności jego spełnienia w przyszłości) oraz upewnić się, że klient to ryzyko rozumie. W szczególności przekazując klientom stosowne informacje należy uwzględnić: ryzyko rynkowe związane ze spadkiem wartości aktywów bazowych, na których oparty jest produkt. Konieczne jest czytelne zaprezentowanie klientowi, na jakiej formule opiera się stopa zwrotu i jak będzie się ona kształtować w różnych warunkach rynkowych (przy uwzględnieniu co najmniej aktualnych warunków rynkowych oraz sytuacji niekorzystnego kształtowania się parametrów rynkowych wpływających na stopę zwrotu produktu inwestycyjnego). Klient powinien mieć możliwość sprawdzenia ex ante rentowności i płynności produktu przy różnych scenariuszach. W przypadku dokonywania porównań pomiędzy instrumentami istotne jest dobranie adekwatnej pod względem profilu (zwrotu i ryzyka) bazy do analizowanej inwestycji. Ryzyko upadłości bądź niewypłacalności podmiotu, który dysponuje powierzonymi środkami (jeżeli środki nie są objęte gwarancjami ustawowymi). Potencjalny klient powinien zostać poinformowany, jaka część jego środków podlega ochronie oraz na czym ta ochrona polega. Jeżeli środki nie są objęte ustawowym systemem gwarantowania zainwestowanych środków, należy zapoznać klienta z oceną wiarygodności finansowej podmiotu, który dysponuje powierzonymi środkami oraz wskazać, kto tej oceny dokonał, w jakich okolicznościach i według jakiej skali oceny. Ryzyko płynności związane z warunkami wycofania środków przed terminem, przy wyraźnym wskazaniu wszelkich prowizji, opłat, potrąceń i kar związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji”*:

[/http://www.knf.gov.pl/Images/praktyki_sprzedazowe_26_09_2012_tcm75-31955.pdf/](http://www.knf.gov.pl/Images/praktyki_sprzedazowe_26_09_2012_tcm75-31955.pdf/).

Jak wynika z powyższego fragmentu Przedsiębiorca, aby wypełnić obowiązek informacyjny względem konsumentów musi podawać informacje o ryzykach, jakie wiążą się ze sprzedawanymi przez niego produktami. Jest to w tym przypadku szczególnie ważne, gdyż dotyczy oszczędności konsumentów. Jak już zostało wcześniej stwierdzone podjęcie niewłaściwej decyzji dotyczącej ulokowania swoich środków pieniężnych naraża konsumentów na bardzo duże kłopoty finansowe. Natomiast Bank jako instytucja zaufania publicznego ma obowiązek wprowadzać procedury, które zapewnią, iż konsumenci będą podejmować racjonalne decyzje.

Na podstawie przedstawionych przez Bank wyjaśnień oraz prezentacji określone zostały główne ryzyka jakie wiążą się z powierzeniem przez konsumentów środków

pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi:

- ryzyko utraty części lub całości środków, w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem okresu ubezpieczenia. Ubezpieczeniowe Fundusze Kapitałowe mają na celu zapewnienie ochrony kwoty odpowiadającej Składce wpłaconej przez Ubezpieczonego w Okresie Subskrypcji, na koniec okresu ubezpieczenia,

- ryzyko nie osiągnięcia zysku oraz poniesienia straty, gdyż wynik Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego jest zależny od zmiany wartości wystawionych instrumentów pochodnych i nie jest z góry określony,

- ryzyko kredytowe, przez które rozumie się możliwość wystąpienia trwałej lub czasowej niezdolności kontrahenta do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym (umów depozytów terminowych, wystawionych instrumentów pochodnych).

Analiza treści skarg wykazała, iż konsumenci nie zdawali sobie sprawy z istnienia ryzyk związanych z powierzeniem środków pieniężnych w sytuacji przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Główne zarzuty, jakie stawiali cechom ww. ubezpieczeń grupowych opisanym w niniejszej decyzji dotyczyły ryzyka związanego z utratą części zapłaconej składki, w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem okresu ubezpieczenia.

Ryzyko utraty części lub całości środków

Konsumenci informowali, że w sytuacji, gdy przed upływem terminu, na który zawierali umowy chcieli je rozwiązać kwota, jaka miała zostać im zwrócona była znacznie niższa niż wartość wpłaconych środków pieniężnych.

- „Pomimo mojego wyraźnego pytania o ew. opłaty pobierane z tytułu zawartej umowy, pracownik poinformował mnie jedynie o utracie zysków w przypadku wycofania środków i pełnym zwrocie ulokowanej kwoty”(dowód: karta nr 12992).
- „Nie poinformowano mnie o wysokich opłatach które są pobierane w pierwszych sześciu miesiącach. Potwierdza ten fakt również to, że starała się ukryć przede mną tabelę opłat i limitów, bo wszystkie inne dokumenty są przeze mnie podpisane oprócz tabeli której nie dostałem” (dowód: karta nr 13076).
- „Nie poinformował mnie o opłatach, nie wręczył ani nie przedstawił załącznika o opłatach pobieranych comiesięcznie przez okres 6 miesięcy za zarządzanie (...)” (dowód: karta nr 13083).
- „Okazało się, że sprzedawca nie poinformował mnie o kosztach transakcyjnych – nie mam w swoich dokumentach żadnego załącznika, który by mówił o takich kosztach” (dowód: karta nr 13120).
- „W dniu ... złożyłam wniosek o dokonanie wypłaty. Poinformowano mnie, że mam na lokacie zamiast 25 000 zł tylko 15 316, 42 zł. W dniu ... otrzymałam przelew na kwotę 14 873,47 zł. Nie poinformowano mnie o drakońskich opłatach nie wręczono ani nie przedstawiono załącznika o opłatach pobieranych comiesięcznie przez okres 6 miesięcy za zarządzanie i pozostałych kosztach dotyczących likwidacji ubezpieczenia przed upływem 10 lat” (dowód: karta nr 13699).
- „Przedstawił mi powyższy produkt jako lokatę, ani słowem nie wspomniał, że będzie pobierana opłata do zarządzania inwestycyjnego i to w tak olbrzymiej wysokości. Również w sposób celowy nie została mi przedstawiona ani dołączona do umowy tabela opłat za zarządzanie inwestycyjne” (dowód: karta nr 13774).
- „Po okresie półrocznym okazało się, że bardzo wysoki poziom opłat, o którym nie byłem poinformowany przy podpisywaniu umowy – jak również nie dostałem w formie załącznika do umowy – znacznie przekracza tzw. przeciętny poziom konsumencki

(uważnego konsumenta) i jest wystarczającym powodem do unieważnienia powyższej umowy. (...) Przedstawił mi powyższy produkt jako lokatę, ani słowem nie wspomniał, że przez pierwsze 6 miesięcy będzie pobierana opłata do zarządzania inwestycyjnego i to w tak olbrzymiej wysokości, że po 6-ciu miesiącach ubyło (prawie 5 tys. złotych). Brak było informacji ze strony pracownika, że opłata będzie się odbywać poprzez umorzenie jednostek inwestycyjnych” (dowód: karta nr 13817).

W jednym z przypadków w wyniku upływu okresu prolongaty ochrona ubezpieczeniowa wygasła. W przytoczonym przypadku wartość rachunku udziałów wyniosła 3 897,09 zł, łączne wpłaty wynosiły około 6 600 zł, natomiast konsumentowi wypłacono 557,56 zł (dowód: karta nr 13825).

„Zgodnie z zapewnieniami pana ... wszystkie produkty zarabiałły świetnie i wszystko było w jak najlepszym porządku. Postanowiłem sprawdzić te zapewnienia i okazało się że wszystko jest nieprawdą a horrendalne opłaty pomniejszyły moje środki o ok. 60%. Szczególnie zdenerwowała mnie informacja że jednostki uczestnictwa zaraz po zakupie wyceniane były od 50-80% taniej o czym nie zostałem poinformowany” (dowód: karta nr 13958).

O pobieraniu opłat ze środków wpłacanych przez konsumentów skutkującym tym, że na kontach były zgromadzone niższe wartości niż spodziewali się konsumenci, informowali również inni skarżący (dowód: karty nr 12916, 13046, 13063, 13140, 13162, 13171, 13190, 13245, 13407, 13427, 13441, 13476, 13524, 13564, 13787, 13926, 13929, 13996, 14020, 14034, 14066, 14132, 14140, 14261, 14278, 14293, 14327).

Z powyżej przytoczonych fragmentów skarg wynika, że na podstawie przekazanych przez sprzedawców informacji konsumenci uważali, że w przypadku rozwiązania umów przed upływem terminów umów otrzymają przynajmniej zwrot wpłaconych środków pieniężnych. Natomiast faktycznie nie byli oni informowani, że mogą otrzymać znacznie mniejsze kwoty. W sentencji decyzji postawiono zarzut dotyczący nie informowania konsumentów o kosztach związanych z rozwiązaniem umowy. W przytoczonym wcześniej stanowisku KNF stwierdzone zostało, że konsumenci powinni być informowani o ryzyku płynności związanym z warunkami wycofania środków przed terminem, przy wyraźnym wskazaniu wszelkich prowizji, opłat, potrąceń i kar związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji. Na podstawie tych okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że konsumenci powinni być informowani o wszystkich kosztach bez względu na ich nazwy, które są pobierane z wpłacanych przez konsumentów środków, a które mają wpływ na wartość, która zostanie wypłacona w sytuacji rozwiązania umowy przed terminem. Ze skarg wynika, że nie zdawali oni sobie sprawy z tego, że są pobierane opłaty pomniejszające wartość wpłacanych środków przechowywanych na rachunkach. Dodatkowo nie wiedzieli, że wysokie opłaty są pobierane również z tytułu przedterminowego rozwiązania umów. Przedstawienie konsumentom opisanych powyżej informacji było dla nich bardzo ważne, gdyż zawierali oni umowy m.in. ze względu na możliwość ich rozwiązania przed terminem. W efekcie tego zaniechania nie mieli świadomości co do faktycznych kosztów, jakie wiążą się z oferowanymi produktami. Jak zostało wykazane we wcześniejszej części decyzji, konsumenci byli szczegółowo informowani o korzyściach związanych z prawem do wycofania powierzonych środków pieniężnych przed upływem terminu na jaki zostały zawarte umowy. Sposób przedstawienia tych korzyści spowodował, że konsumenci podejmowali decyzje na podstawie ustnie przekazanych informacji. Pomimo, że w warunkach umów były zawarte informacje o występowaniu ryzyka związanego z możliwością nieotrzymania zwrotu części lub nawet całości wpłaconych środków w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy, to jednak sugestywność przekazu spowodowała, że konsumenci nie zwracali na to uwagi, przy czym przedmiotem oceny niniejszego postępowania nie jest, to czy Bank wręczał konsumentom dokumenty zawierające informacje o opłatach i kosztach. W efekcie opisanych powyżej działań konsumenci podejmowali

decyzje zawarcia umów, których by nie podjęli, gdyby sprzedawcy w sposób równie jasny i jednoznaczny przedstawiali informacje o kosztach i opłatach i innych ryzykach, jak o potencjalnych korzyściach.

Ryzyka nie osiągnięcia zysku i poniesienia straty

Konsumenci składali również skargi z uwagi na fakt, że nie zostali w sposób wystarczający poinformowani o ryzyku nie osiągnięcia zysku. Ryzyko to wynika z tego, że ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy jest zależny od zmiany wartości wystawionych instrumentów pochodnych i nie jest z góry określony.

- „Na podstawie przedstawionych mi ustnie przez pracownika Getin Noble Banku SA ogólnych warunków przedmiotowego ubezpieczenia (OWU), w ciągu 15 lat, w zamian za wpłatę kwoty 4500 zł tzw. opłaty wstępnej oraz miesięcznych opłat bieżących w wysokości 136 zł, wpłacanych przez cały okres ubezpieczenia, miałam uzyskać kwotę ubezpieczenia, przynajmniej w wysokości tzw. składki zainwestowanej, tj. 22500 zł, a jak ubezpieczyciel dobrze zainwestuje te pieniądze w obligacje niejakiego Banku (...), to nawet pięciokrotność tej składki. W rzeczywistości OWU określały sumę ubezpieczenia jako kwotę o nieustalonej wysokości (...) minimum to suma wpłaconych pieniędzy pomniejszona o opłaty za ryzyko i opłaty administracyjne), czyli mniej niż program oszczędzania w jakimkolwiek Banku na lokatach bankowych” (dowód: karta nr 13825).
- „Zostałam poinformowana przez pracownika banku, iż co kwartał na mój rachunek będą przelewane odsetki. Informują, że tylko raz został wypłacony mi profit w kwocie 40,01 zł w dniu ... Po upływie następnego kwartału udałam się do oddziału banku celem zapytania – dlaczego nie zostały wypłacone mi odsetki za miniony kwartał. Pracownik wyjaśnił, że produkt czy też Towarzystwo nie wypracowało zysku i z tego tytułu nie wpłynęły odsetki na mój rachunek. Przy zawieraniu umowy nie zostałam poinformowana przez pracownika, iż z tym produktem wiąże się jakieś ryzyko, a odsetki są uzależnione od wypracowanego zysku” (dowód: karta nr 13926).
- „Zarówno wskazany Opiekun Klienta, jak również Bank nie poinformował mnie o ryzyku związanym ze spadkiem wartości indeksów, ryzyku utraty części składki jednorazowej oraz ryzyku wynikającym z ograniczonej płynności produktu. Nie poinformowano mnie o ryzyku inwestycyjnym oraz o tym, że wartość funduszy może zostać dobrowolnie określona przez agenta kalkulacyjnego. Nie poinformowano mnie również o tym, że wartość udziału jednostkowego może ulegać istotnym zmianom w trakcie trwania okresu ubezpieczenia” (dowód: karta nr 13911).

Inni konsumenci również informowali, że otrzymali zapewnienie, iż w trakcie realizacji umowy nie wystąpi strata (dowód: karty nr 12894, 13083, 13265).

Z ryzykiem dotyczącym możliwości nieosiągnięcia zysku wiąże się możliwość wystąpienia straty. Konsumenci wpłacają określone wartości środków pieniężnych. Oczekują od Banku, iż będą one objęte ochroną. Przez ochronę konsumenci rozumieją prawo do otrzymania zwrotu równowartości wpłaconych środków pieniężnych w przypadku wypłaty z tytułu rozwiązania umów lub upływu terminów na jakie zostały zawarte. Należy w tym przypadku zwrócić uwagę, iż ochroną nie są objęte wszystkie środki pieniężne powierzone w trakcie trwania umowy, lecz jedynie określona zdefiniowana w umowie wartość określona jako Składka Zainwestowana. Przez Składkę Zainwestowaną należy rozumieć środki pieniężne wpłacane przez ubezpieczonego pomniejszone o opłaty pobierane przez towarzystwo ubezpieczeń. Tym samym Składka Zainwestowana nie jest równoznaczna z wartością wpłaconych jednorazowo lub sukcesywnie w trakcie realizacji umowy środków pieniężnych (dowód: karta nr 9241). Jedno z ryzyk związanych z wartością otrzymanych kwot dotyczy tego, że od dokonywanych wpłat są pobierane opłaty, które nie występują w

przypadku powierzenia Bankowi środków pieniężnych w ramach lokat depozytowych. Dlatego też zostało stwierdzone, że kwota, którą otrzymają konsumenci w momencie zakończenia realizacji umowy wynikająca ze Składki Zainwestowanej może być niższa od łącznej kwoty wpłaconych środków. Skarżący uznali to za poniesienie własnej straty finansowej. Konsumenci podnosili również nie podawanie w trakcie rozmowy informacji o tym ryzyku.

- „Podczas podpisywania umowy dotyczącej w/w produktu, przedstawiciel banku zapewniał, że produkt jest objęty ochroną składki zainwestowanej. Przy moich dociekaniach czy rzeczywiście jest to 100% zainwestowanej składki tj. 4 500 zł wpłacone przy podpisaniu umowy oraz 136 zł wpłacane co miesiąc przez 15 lat co daje w sumie 28 980 zł, pracownik banku zapewniał, że przynajmniej ta właśnie suma będzie mi wypłacona na koniec okresu ubezpieczenia. Niestety nie dość, że pracownik przemilczał fakt, że od tej sumy potrącana będzie opłata administracyjna to dodatkowo nie poinformował mnie, że składka zainwestowana nie wynosi całości wpłaty a jedynie 22 500 zł” (dowód: karta nr 1336).
- „W szczególności pracownik Banku oświadczył, że cała wpłacona kwota jest na koniec umowy gwarantowana przez Bank, czyli będzie w najgorszym razie odzyskana przeze mnie w całości, a nie powiedział, że będzie pomniejszona o jakieś koszty np. prowizję za administrowanie” (dowód: karta nr 13564).

Kwestię związaną z wypłaceniem konsumentowi wpłaconej przez niego wartości pomniejszonej o pobrane opłaty podnosili również inni konsumenci (dowód: karty nr 12894, 12992, 13046, 13427, 13440, 13491, 13524, 14066).

Ryzyko kredytowe

Kolejnym ryzykiem jest ryzyko kredytowe, przez które należy rozumieć możliwość wystąpienia trwałej lub czasowej niezdolności kontrahenta do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym (umów depozytów terminowych, wystawionych instrumentów pochodnych).

Powyżej przytoczone ryzyko jest związane z cechami przedmiotowych produktów. Są one produktami inwestycyjnymi. Ryzyko to wiąże się z niepewnością ostatecznego efektu inwestycyjnego, a więc wartości jaką konsument może otrzymać na koniec okresu trwania umowy. Skarżący, jak zostało to szczegółowo opisane w części określającej model przeciętnego konsumenta, nie mają wiedzy na temat cech zakupionych produktów. Aby zrozumieć specyfikę tych produktów konieczne byłoby ich precyzyjne przedstawienie przez sprzedawców.

Bank poinformował również, że można jednoznacznie stwierdzić, że konsument ma pewność otrzymania minimum 100% Składki Zainwestowanej, z zastrzeżeniem ryzyka kredytowego wskazanego w Regulaminie Funduszy oraz zastrzeżeniami prawnymi podanymi w materiałach marketingowych (dowód: karta nr 9445). Jednocześnie w trakcie przeprowadzonego postępowania Bank wyjaśnił, że w przypadku produktów na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, oferowanych konsumentom od lipca 2009r. do dnia udzielenia wyjaśnień, istniała możliwość nieotrzymania przez konsumenta żadnych środków pieniężnych. Głównym czynnikiem ryzyka powodującym możliwość wystąpienia takiej sytuacji jest ryzyko kredytowe, czyli ryzyko związane z niewywiązywaniem się przez emitenta instrumentów finansowych wchodzących w skład Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego z zawartej umowy. Ryzyko kredytowe oznacza zatem niebezpieczeństwo, iż emitent nie wypełni zobowiązań zawartych w umowie, narażając partnera na stratę finansową. Ryzyko kredytowe to także zagrożenie, że płatności emitenta nie zostaną uregulowane w terminie lub zostaną uregulowane tylko częściowo (dowód: karta nr 9251).

Konsumenci kwestionowali prawdziwość informacji przekazywanych przez sprzedawców ze względu na faktyczne cechy nabytych produktów:

- „Podczas podpisywania umowy dotyczącej w/w produktu, przedstawiciel banku zapewniał, że produkt jest objęty ochroną składki zainwestowanej. Przy moich dociekaniach czy rzeczywiście jest to 100% zainwestowanej składki tj. 4 500 zł wpłacone przy podpisaniu umowy oraz 136 zł wpłacane co miesiąc przez 15 lat co daje w sumie 28 980 zł, pracownik banku zapewniał, że przynajmniej ta właśnie suma będzie mu wypłacona na koniec okresu ubezpieczenia. Niestety nie dość, że pracownik przemilczał fakt, że od tej sumy potrącana będzie opłata administracyjna to dodatkowo nie poinformował mnie, że składka zainwestowana nie wynosi całości wpłaty a jedynie 22 500 zł” (dowód: karta nr 1336).
- „O tym co to za produkt dowiedziałem się odrębnym pismem po 15 miesiącach od podpisania umowy. Dopiero wtedy dowiedziałem się, że przez 3 lata w razie likwidacji tracę 100% moich pieniędzy a później zyskuję rocznie po 5% a po 10 latach mogę liczyć na gotówkę o ile nie będzie straty” (dowód: karta nr 13030).
- „Pani ... dodatkowo zagwarantowała Nam, że nasz wkład jest bezpieczny i nigdy nie będzie innej sytuacji jak wypłata naszych pieniędzy w 100%” (dowód: karta nr 13046).
- „Ponieważ jestem wieloletnim klientem Getin Banku, (...) nie miałem powodu uważać, że zostanę namówiony na produkt ustrukturyzowany w ten sposób, że mój kapitał zostanie zamrożony na 10 lat w ubezpieczeniu o bardzo wysokim stopniu ryzyka kredytowego i inwestycyjnego” (dowód: karta nr 12916).
- „Pani długo zachwalała ww. produkt jako zupełnie bezpieczny, pozbawiony ryzyka finansowego (...)” (dowód: karta nr 13061).
- „Nie zostałam poinformowana, że moje pieniądze zostają wyprowadzone z banku i tracę ochronę Bankowego Funduszu Gwarancyjnego” (dowód: karta nr 13285).
- „... przekonywała mnie o tym, iż te produkty są bardzo bezpiecznym rozwiązaniem i że nie wiążą się z jakimikolwiek ryzykiem” (dowód: karta nr 13870-13871).
- „Ponadto zapewniono mnie o 100%-owej ochronie kapitału w każdym momencie, co również potwierdził Menedżer Placówki Banku ... co jest niezgodne z prawdą, gdyż od tej zasady istnieją istotne wyjątki” (dowód: karta nr 13911).

Inni konsumenci również podnosili takie same zarzuty, jakie wynikają z powyżej przytoczonych fragmentów (dowód: karty nr 13063, 13198, 13285-13287, 13551, 14066, 14221, 14234).

Z przekazanych przez Bank materiałów zawierających opisy cech produktów wynika, co następuje: „Inwestor może także stracić część lub całość zainwestowanego kapitału w sytuacji gdyby (...) nie będzie w stanie wypełnić swoich zobowiązań płatniczych w terminie wykupu certyfikatów na których oparty jest produkt (...)” (dowód: karta nr 3369), „(...) inwestorzy mogą stracić część lub całość zainwestowanych środków” (dowód: karta nr 3137). Jednocześnie analiza informacji przekazywanych przez Bank sprzedawcom za pośrednictwem maili, jako wytyczne co do prowadzenia rozmów nie zostały umieszczone żadne wzmianki o występującym ryzyku utraty środków pieniężnych.

Z przytoczonych powyżej fragmentów skarg konsumentów wynika, że byli oni zapewniani o ochronie jaką są objęte wpłacone środki. Dlatego też zostało stwierdzone, że nie przekazywano konsumentom w sytuacji proponowania im przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym informacji o ryzyku utraty całości środków, a które to ryzyko było znane Bankowi w tym czasie. W efekcie tego konsumenci w trakcie zawieraniu umów nie mieli świadomości o istnieniu opisanego powyżej ryzyka. Biorąc pod uwagę konsekwencje jakie wiążą się z tym ryzykiem, a więc możliwość utraty wszystkich oszczędności, przekazanie konsumentom informacji o istnieniu tego ryzyka jest dla nich bardzo ważne.

Odnosząc się do stwierdzenia Banku, że nie istnieją instrumenty finansowe, które mogą dać konsumentowi pewność otrzymania 100% zainwestowanych środków przy przyjęciu kryterium wykluczenia nawet teoretycznych ryzyk, Prezes Urzędu uznał, że ta argumentacja nie ma w ocenianej sprawie znaczenia. Jak zostało ustalone w części zawierającej charakterystykę konsumenta oraz opis statusu przedsiębiorcy instytucje finansowe oferują konsumentom produkty wiążące się z różnym ryzykiem utraty powierzonych im środków. Przedmiotowa sprawa dotyczy produktów oferowanych przez Bank, których cechy nie są dobrze znane konsumentom. Dodatkowo istotne znaczenie w tym przypadku mają oczekiwania konsumentów co do oferowanych produktów wynikające z przekazanych im informacji. Jak wynika z zacytowanych powyżej skarg, konsumenci byli informowani o ochronie powierzanych środków pieniężnych, a nie o występujących ryzykach. Ze względu na powyższe, tak ważne jest, aby rodzaj przekazywanych informacji był dostosowany do sprzedawanych produktów oraz wiedzy konsumentów, a także ich nastawienia odnośnie poziomu ryzyka, jaki mogą zaakceptować. Dodatkowo ważna jest sytuacja finansowa konsumenta. Dlatego też zostało uznane, że Bank nie wykonywał obowiązku przekazywania pełnych i rzetelnych informacji o przedmiotowym ryzyku.

Bank dostarczył dokumenty określone jako prezentacje grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Materiały te zawierają informacje o cechach produktów w postaci potencjalnie możliwych do osiągnięcia korzyści, symulacji wyników historycznych, w postaci danych liczbowych, wykresów, tabel. Natomiast w końcowych częściach prezentacji pod nazwą „Zastrzeżenia prawne” umieszczone zostały informacje i przypisy dotyczące charakteru ubezpieczenia, wyjaśnienia dotyczące ryzyk, do których odnosiła się prezentacja w części głównej (dowód: karty nr 3045-3071). Struktura tych prezentacji potwierdza fakt, iż Bank poświęcił dużo więcej miejsca prezentacji korzyści, jakie ewentualnie może osiągnąć konsument niż ewentualnym zagrożeniom oraz ryzykom. W wyniku analizy tych dokumentów Prezes Urzędu stwierdził, iż w materiałach zawierających informacje o produktach przekazywanych pracownikom większość miejsca poświęcono potencjalnym korzyściom, a nie ryzyku oraz kosztom, jakie wiążą się z powierzeniem Bankowi środków pieniężnych. Przedmiotowy wniosek potwierdza zarzut postawiony w sentencji decyzji, że ilość przekazywanych informacji o potencjalnych korzyściach jakie mogą wynikać z zakupionych produktów powodowała, że konsumenci nie identyfikowali zagrożeń, jakie z nich wynikają.

W piśmie z dnia 28 listopada 2012r. Bank zarzucił, iż Urząd pominął fakt szkolenia i doszkalania pracowników (dowód: karta nr 9255). Jednak należy stwierdzić, że Prezes Urzędu do całości zgromadzonego materiału odnosi się dopiero w decyzji kończącej postępowanie. Biorąc pod uwagę postawiony zarzut przedmiotem oceny były rozmowy prowadzone przez sprzedawców z konsumentami, a nie fakt ich szkolenia. Dokonując oceny stosowanej praktyki Prezes Urzędu uwzględnił przekazane przez Bank materiały, które były wykorzystywane w trakcie szkoleń. Oceniono strukturę przekazywanych pracownikom informacji o cechach produktów. Natomiast sam fakt prowadzenia szkoleń nie ma w tym przypadku znaczenia. W przedmiotowej sprawie istotne jest to, jakie informacje sprzedawcy przekazywali konsumentom przy oferowaniu im zawarcia umów. Przy dokonaniu oceny stosowanej praktyki Prezes Urzędu wykorzystał nie tylko otrzymywane skargi konsumentów, ale także całość dostarczonego przez Spółkę materiału. Natomiast odnosząc się do stwierdzenia Banku, że wewnętrzne dokumenty powinny zostać ocenione przez pryzmat nieformalnych relacji, Prezes Urzędu wskazuje, że w niniejszym postępowaniu przekazane materiały zostały ocenione pod kątem ich wpływu na sposób prowadzenia przez sprzedawców rozmów z potencjalnymi klientami Banku.

Skuteczność stosowanych praktyk marketingowych mających na celu doprowadzenie konsumentów do podjęcia decyzji zgodnych z oczekiwaniem Przedsiębiorcy można ocenić po ich sposobie postępowania po upływie pewnego czasu od zawarcia umów. W tym przypadku ważne jest to, że konsumenci w skargach stawiali zarzuty co do cech produktów, które nie zgadzały się z obietnicami sprzedawców w szczególności z możliwością rozwiązania umów przed terminem, na które zostały zawarte bez ponoszenia kosztów. Zostało to szczegółowo opisane wcześniej.

Bardzo często konsumenci dopiero w przypadku przeczytania korespondencji rocznicowej wysłanej przez Bank, czy też po zapoznaniu się z informacjami umieszczonymi na forach internetowych dowiadywali się o ryzykach, jakie wiążą się z zakupionymi produktami (dowód: karty nr 13491, 13826). Reakcje skarżących na otrzymywane informacje świadczą to o tym, że w momencie zawierania umów nie zdawali sobie sprawy z cech produktów, o których powinni byli zostać poinformowani:

- *„Dopiero po upływie prawie roku, kiedy po przeczytaniu informacji internetowych, dowiedziałem się, że z tym funduszem coś jest nie tak, wymusiłem wreszcie na Getin Noble Banku SA przedmiotowe OWU i zaczęłam je szczegółowo czytać i dochodzić do wniosku, że zostały napisane tak trudnym językiem, że trudno cokolwiek zrozumieć, ale zrobiono to w celu ukrycia niedozwolonych klauzul, czyniących klientów bezwolnymi płatnikami składek do funduszu, który od samego początku nie gwarantował im dochodów o których mówili pracownicy Getin Noble Banku oraz reklamy”* (dowód: karta nr 13826).
- *„Informację o tym, że jest to niekorzystne rozwiązanie dowiedziałem się w sierpniu 2012r. w zw. z materiałem wyemitowanym przez Telewizję Polską nt. polis lokat sprzedawanych przez Getin Bank SA. Po zweryfikowaniu tych informacji w oddziale banku okazało się, że z rachunku pobrano ponad 30% wpłaconych środków, o czym nie zostałem poinformowany na etapie przedkontraktowym przez ...”* (dowód: karta nr 13865).
- *„W związku z otrzymaniem listów rocznicowych do Kwartalnych Zysków i Programów Regularnego Oszczędzania – sprawdziłem wartość rachunków – nie tylko nie przyniosły one zysków, ale również są poniżej wartości wpłaconej początkowo. Również odsetki, które rzekomo miałem otrzymywać nie wpływały na moje konto”* (dowód: karta nr 13911).
- *„Dopiero w ... 2012r. z Internetu i TV dowiedziałem się o co chodzi z tymi „Tabelami opłat” i całym ubezpieczeniem kwartalny profit. Wtedy też zrozumiałem, że zostałem wprowadzony w błąd przez konsultantkę Banku”* (dowód: karta nr 14246).

Ważne przy ocenie niniejszej sprawy jest to, że skarżący informowali o zaistniałych problemach instytucje nadzorcze oraz instytucje ustawowo zajmujące się ochroną interesów konsumentów. Kierowali pisma do Komisji Nadzoru Finansowego, Rzecznika Ubezpieczonych, Federacji Konsumentów, Arbitra Bankowego (dowód: karty nr 13463, 13551, 13870, 13966). Świadczy to o tym, że konsumenci byli rozczarowani niezgodnością faktycznych cech produktów z cechami przedstawionymi im przez sprzedawców. Dlatego też uznano, że w sytuacji, gdyby konsumenci zdawali sobie sprawę z ryzyk, a także kosztów jakie wiążą się z realizacją tych umów, nie podjęliby decyzji o przystąpieniu do tych ubezpieczeń.

Na podstawie powyżej przedstawionej analizy Prezes Urzędu stwierdził, że część z konsumentów zgłaszających się do Banku posiadających oszczędności chciała je powierzyć w ramach oferowanych przez Bank lokat terminowych. Sprzedawcy dowiadując się, że konsumenci chcą podjąć decyzję o powierzeniu nowych środków pieniężnych lub o odnowieniu umów zawartych wcześniej proponowali im rozwiązanie określane jako

korzystniejsze od standardowych lokat terminowych. Przedstawiali możliwość osiągnięcia znacznych korzyści poprzez prezentowanie konkretnych kwot, jakie będą wypłacane na koniec okresu umowy. Na zadawane przez konsumentów pytania dotyczące np. możliwości wypłaty środków pieniężnych w dowolnym czasie, czy też bardzo długiego czasu trwania umów sprzedawcy udzielali odpowiedzi w sposób utwierdzający ich w przeświadczeniu, że zawierają bardzo korzystne dla nich umowy. Korzyści jakie przedstawiali sprzedawcy zostały szczegółowo opisane wcześniej. W opinii Prezesa Urzędu sposób oraz obszerność przedstawiania korzyści w porównaniu z ewentualnymi informacjami o możliwości wystąpienia ryzyk opisanych wcześniej powodował, że konsumenci podejmowali decyzje pod wpływem błędnego przeświadczenia o cechach oferowanych im produktów w szczególności co do ryzyk. Mieli przeświadczenie, że powierzając środki pieniężne w ramach oferowanych produktów otrzymują gwarancje jakie dają lokaty terminowe, przy czym otrzymują dodatkowe korzyści w postaci wyższego zysku.

Jak wynika z przekazanych Urzędowi skarg konsumenci byli informowani wyłącznie o potencjalnych korzyściach, jakie mogą oni uzyskać z powierzenia środków w związku z prezentowanymi produktami. Powyżej przytoczone fragmenty są jedynie przykładami w jaki sposób konsumenci odbierali przedstawiane im przez sprzedawców informacje.

Odnosząc się do podniesionej przez Bank sprawy, że każdy chcąc przystąpić do ubezpieczenia zobowiązany był podpisać deklarację przystąpienia do ubezpieczenia, a klient składał oświadczenie świadomości podstawowych cech produktu oraz m.in. o fakcie otrzymania Warunków Ubezpieczenia, Tabeli Opłat i Limitów oraz regulaminu Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego, Prezes stwierdził, co następuje: Zgodnie z orzecznictwem SOKiK, przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży³. Można stąd wnioskować, że konsument na każdym etapie zawarcia umowy ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

W niniejszej sprawie przeciętny konsument, miał prawo do otrzymania pełnych, rzetelnych, niewprowadzających go w błąd informacji o cechach oferowanych produktów, w szczególności miał prawo do otrzymania informacji o wszelkich ryzykach jakie wiążą się z inwestowaniem oszczędności w przedmiotowe produkty. Informacje na temat korzyści, ale również zagrożeń oraz kosztów powinny być podawane w sposób pełny, nie zdominowany przez jeden z rodzajów informacji. Konsument nie musieli się spodziewać, że przychodząc do Banku i chcąc powierzyć Bankowi swoje oszczędności mogą zawrzeć umowy na podstawie, których przystąpią do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, co będzie się wiązało z powstaniem zobowiązania długoterminowego. W wyniku przekazanych konsumentom informacji w trakcie ich wizyt w Banku, nawet ostrożni i uważni, a także wyedukowani konsumenci przy dochowaniu należytej staranności mogli podjąć decyzje o zawarciu umowy, których by nie podjęli, gdyby Przedsiębiorca nie stosował zakwestionowanej w niniejszej decyzji praktyki.

Dlatego też zostało uznane, że Bank stosował praktykę naruszającą dobre obyczaje. Przez dobry obyczaj w niniejszej sprawie należy uznać dostarczanie konsumentom pełnych informacji zarówno o korzyściach jak i ryzykach jakie wiążą się z produktami w takiej ilości, aby konsument mógł podjąć racjonalną decyzję co do rozporządzania swoim mieniem.

³ wyrok SOKiK z dnia 19.12.2007 roku, sygn. XVII Ama 64/07 potwierdzony w wyroku z dnia 8.10.2008 roku, sygn. VI ACa 656/08.

Powyżej przedstawiona analiza zaistniałych okoliczności zawierania umów przez konsumentów pozwoliła Prezesowi Urzędu na uznanie, że konsumenci co najmniej podejmowali decyzje przystąpienia do ubezpieczeń, których by nie podejmowali, gdyby posiadali pełną wiedzę o cechach oferowanych produktów w szczególności o ryzykach, jakie wiążą się z tymi produktami.

W związku z faktem, że zaistniały łącznie przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy oraz naruszanie zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał ocenianą praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Stwierdzenie zaniechania stosowania przez Bank praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wskazanych w pkt I sentencji decyzji:

W czasie trwania niniejszego postępowania Przedsiębiorca dokonał zmiany stosowanej praktyki. Bank podjął liczne uchwały dotyczące prowadzenia sprzedaży przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Jedną z nich dotyczyła wprowadzenia dodatkowych instrumentów wykorzystywanych przy oferowaniu tych produktów konsumentom, które mają na celu doprowadzenie do podejmowania przez konsumentów racjonalnych decyzji inwestycyjnych.

Wprowadzone zostały następujące dokumenty: rozszerzona Karta informacyjna, Kwestionariusz oceny adekwatności oraz Pismo ostrzegające. Zostały one wprowadzone do stosowania odpowiednio: w pionie bankowości detalicznej Getin Bank: uchwałami Zarządu Banku nr 1349/2012 z dnia 24 października 2012 r. – Kwestionariusz oceny adekwatności i odpowiedzialności oraz nr 1348/2012 z dnia 24 października 2012 r. – Karty informacyjne. Pierwszy komunikat do doradców został przekazany mailowo dnia 26 października 2012r. W pionie bankowości prywatnej Noble Bank: uchwałą Zarządu Banku nr 1618/2012 z dnia 30 listopada 2012 r. Pierwszy komunikat do doradców w tym pionie został przekazany mailowo dnia 03 grudnia 2012 r.

Bank rozpoczął stosowanie Kwestionariusza oceny adekwatności i odpowiedzialności. Ma on budowę pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru, które są zadawane konsumentom. To znaczy, że konsument musi wybrać jedną z przykładowych odpowiedzi, która odpowiada jego stosunkowi do możliwości inwestowania swoich oszczędności. W części I umieszczane są dane identyfikujące konsumenta. Część II kwestionariusza zawiera ocenę wykształcenia, wiedzy o inwestowaniu, doświadczenia inwestycyjnego i profilu inwestycyjnego (wypełnia klient). Kwestionariusz zawiera m.in. pytania dotyczące oceny sytuacji finansowej konsumenta, stosunku do ewentualnego wyższego zysku niż standardowa lokata bankowa przy równoczesnym akceptowaniu utraty kapitału, stosunek do dostępności oraz braku dostępności do środków w zamian za potencjalne wyższe zyski niż na standardowej lokacie bankowej, sposobów zachowania się w stosunku do powierzonych środków w przypadku znacznego przejściowego spadku bieżącej wartości długoterminowego produktu inwestycyjnego. Dodatkowo konsument ma zadeklarować, czy jest zainteresowany wyłącznie standardowymi lokatami bankowymi, czy produktami chroniącymi inwestowany kapitał, czy też produktami bez takiej ochrony. Ma on również określić, jaki procent swoich środków może zainwestować w długoterminowe produkty inwestycyjne (dowód: karty nr 9296-9302). Na podstawie udzielonych odpowiedzi sprzedawca określa produkt, który może spełniać oczekiwania konsumenta. Fakt odmowy wypełnienia kwestionariusza lub nie przedstawienia informacji wystarczających do dokonania oceny adekwatności i odpowiedzialności produktów

inwestycyjnych jest również odnotowywany. W przypadku, gdy klient na przynajmniej jedno z pytań udzielił odpowiedzi, która świadczy o tym, że nie zgadza się na zawarcie umowy innej niż dotycząca lokaty terminowej, Bank ocenia, że produkty inwestycyjne nie są odpowiednie dla klienta. W przypadku wystąpienia takiej sytuacji w części IV tego dokumentu umieszczona jest informacja, którą podpisuje konsument. Przez podpisanie tego dokumentu konsument stwierdza, że *„powyższe dane są zgodne z prawdą, akceptuję proponowaną w części III niniejszego kwestionariusza adekwatność i odpowiedniość produktów inwestycyjnych dla mnie oraz potwierdzam, że są one zgodne z moimi celami inwestycyjnymi i poziomem tolerancji ryzyka”*.

Bank poinformował, że dzień 26 października 2012r. może zostać uznany za rozpoczęcie stosowania przez pracowników rozszerzonych Kart informacyjnych w procesie przystępowania do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi (dowód: karta nr 9450).

Bank dodatkowo wprowadził dokument ostrzegający przed inwestowaniem środków w niektóre produkty. W dokumencie tym zawarta zostaje informacja, że na podstawie otrzymanych za pośrednictwem ankiety informacji Bank dokonał oceny adekwatności i odpowiedniości produktu inwestycyjnego do potrzeb, wiedzy i skłonności do podejmowania ryzyka przez konsumenta. Za pomocą tego dokumentu Bank ostrzega, że produkt inwestycyjny wybrany przez konsumenta i o którego zakup się on stara nie jest dla niego odpowiedni. Konsument musi podpisać przyjęcie do wiadomości przedmiotowego ostrzeżenia. Wprowadzenie do stosowania tej praktyki zostało potwierdzone przez faktycznie wypełnione dokumenty ostrzegające konsumentów o nieadekwatności wnioskowanych produktów. Dokumenty te zostały podpisane przez konsumenta w dniu 26 października 2012r. Konsument własnoręcznie potwierdził również, że otrzymał i zrozumiał Kartę informacyjną, Warunki Ubezpieczenia, Regulamin Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego oraz Tabelę Opłat i Limitów (dowód: karty nr 9612-9618). Tym samym Bank już w październiku 2012r. rozpoczął proces zmierzający do zaniechania zakwestionowanej praktyki.

Bank poinformował również o działaniach podjętych w celu realizacji uchwały Zarządu Banku Nr 960 A/2012 z dnia 29 sierpnia 2012r. w sprawie wytycznych dotyczących sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz wzmocnienia monitoringu procesów sprzedaży. Dotyczą one cyklicznej analizy ilości reklamacji składanych na produkty inwestycyjne, w celu wykrycia potencjalnych kumulacji reklamacji na poszczególnych opiekunów, czy placówek bankowych. Co miesiąc monitorowana jest ilość i zasadność reklamacji. Bank opisał konsekwencje służbowe wyciągane w przypadku naruszania obowiązków pracowniczych związanych z procesem dystrybucji. Przedstawione zostały dane liczbowe o podjętych działaniach w miesiącach październiku, listopadzie i grudniu 2012r. Wyjaśniono, że w październiku 2012r. wprowadzono dodatkowy element podnoszący i kontrolujący wiedzę pracowników, w postaci okresowych comiesięcznych testów ze znajomości oferty produktów inwestycyjnych oraz procedur ich obsługi. Wprowadzony został również proces certyfikacji polegający na dodatkowej weryfikacji wiedzy i umiejętności pracowników w zakresie dystrybucji produktów inwestycyjnych. Na proces certyfikacji składają się dodatkowe szkolenia zawierające podstawowe informacje o rynku kapitałowym, szczegółowe testy wiedzy dotyczące parametrów i cech oferowanych produktów oraz rozmowy egzaminacyjne ze szczególnym uwzględnieniem badania potrzeb i zasad etyki. Do certyfikacji przystępują nowo zatrudnieni pracownicy podczas szkolenia wstępnego. Również pozostali pracownicy sprzedający już wcześniej produkty o charakterze inwestycyjnym także przeszli proces certyfikacji. Za każdym razem przed wprowadzeniem nowego produktu inwestycyjnego do dystrybucji, wszyscy pracownicy przechodzą kolejne certyfikacje do

sprzedaży nowego produktu. Bez zaliczenia certyfikacji pracownik nie może oferować danego produktu inwestycyjnego (dowód: karty nr 9451-9459).

Z przedstawionych powyżej informacji wynika, że rozszerzona została procedura zawierania umów przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Obecnie stosowana procedura przewiduje wypełnienie ankiety przez konsumentów zawierającej pytania co do ewentualnej możliwości zainwestowania oszczędności w produkty związane z większym ryzykiem niż standardowe lokaty terminowe. Bank wprowadził zalecenie, że w sytuacji, gdy konsumenci stwierdzą m.in. że nie chcą zawierać innych umów niż lokaty terminowe otrzymują informację, że produkty związane z większym ryzykiem nie są dla nich właściwe. Tym samym Bank zapewnił, że konsumenci są ostrzegani, że produkty, których dotyczy przedmiotowe postępowanie wiążą się z innymi ryzykami, niż lokaty terminowe.

Na podstawie przekazanych informacji i dokumentów zostało stwierdzone, że zostały wprowadzone do stosowania nowe procedury oceny adekwatności produktów dla konsumentów. Dodatkowo konsumenci samodzielnie sporządzają potwierdzenia, że otrzymali określone dokumenty. Dzięki tej procedurze konsumenci potwierdzają faktyczne otrzymanie dokumentów, których nazwy własnoręcznie piszą. Chroni to konsumentów przed koniecznością udowadniania, że nie byli poinformowani o dokumentach, które powinny zostać im wydane. W opinii Prezesa Urzędu powyżej opisane działania mogą zostać uznane za podjęcie działań wystarczających do stwierdzenia, że zaniechano stosowania zakwestionowanej praktyki.

Wprowadzenie do stosowania powyższych procedur zostało potwierdzone faktycznie wypełnionymi przez konsumentów opisanymi powyżej dokumentami. Dodatkowo Bank potwierdził, że przedmiotowe dokumenty zostały rozesłane do pracowników za pomocą poczty elektronicznej. W dniu 3 grudnia 2012 r. został wysłany drugi i ostatni mail wprowadzający przedmiotowe procedury w całym Banku.

W związku z powyższym uzasadnione stało się uznanie na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzenie zaniechania jej stosowania z dniem 3 grudnia 2012 r.

Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie I sentencji decyzji.

Ad II Środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (rozstrzygnięcie w punkcie II sentencji decyzji)

Prezes Urzędu nałożył na Spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 uokik, wskazany w sentencji decyzji środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Wobec decyzji wydawanej na podstawie art. 27 ust. 2 uokik, przepis art. 26 ust. 2 uokik znajduje odpowiednie zastosowanie. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca zaniechanie jej stosowania może zatem zawierać elementy dodatkowe, m.in. w postaci: zobowiązania Przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie lub zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt Przedsiębiorcy, zmierzające do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środka zmierzającego do usunięcia skutków stosowanej praktyki przez poinformowanie konsumentów o stosowanej praktyce dotyczącej przystępowania do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi.

Jak uznał Prezes Urzędu, Spółka zaniechała stosowania wskazanej w punkcie I sentencji niniejszej decyzji praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z dniem 3 grudnia 2012 r.

W dacie wydania przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji trwają jednak skutki stosowanej przez Bank praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Część z konsumentów może być nadal w sporze z Bankiem co do okoliczności, w jakich przystąpili do grupowych ubezpieczeń. W świetle powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, konieczne jest określenie Spółce środka usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów polegającego na opublikowaniu punktu I sentencji niniejszej decyzji na stronie internetowej Przedsiębiorcy o adresie www.getinbank.pl.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. obowiązek publikacyjny zmierza do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez przekazanie do możliwie najszerszego kręgu odbiorców (konsumentów – również tych niebędących klientami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniu Banku uznanym za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną; ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób należy przekazywać konsumentom informacje, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku naruszenia interesów konsumentów muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej. Zastosowanie tego środka umożliwi niezwłoczne dotarcie informacji o wydanej decyzji do dużej liczby konsumentów korzystających z usług Banku.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

Ad III Kara pieniężna

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

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Zawodowy (profesjonalny) charakter świadczenia usług wymaga prowadzenia działalności w sposób zapewniający poszanowanie dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów, co wiąże się z respektowaniem obowiązujących przepisów prawa.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez Przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Przedsiębiorca w 2012r. osiągnął przychód w wysokości (tajemnica przedsiębiorcy) zł (słownie: tajemnica przedsiębiorcy) (dowód: karty nr 12892-12893), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to tajemnica przedsiębiorcy zł (słownie: tajemnica przedsiębiorcy złotych).

Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I sentencji decyzji. Polegało ono na przekazywaniu przez pracowników Banku w trakcie prezentowania cech produktów w placówkach Banku oraz placówkach franchisingowych informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów. Zarzucone zostało, że wyeksponowane zostały korzyści związane 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. Stwierdzone zostało, iż praktyka jest sprzeczna z 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.

Biorąc pod uwagę fakt, iż przedmiotowa praktyka narusza interesy konsumentów Prezes Urzędu za celowe uznał nałożenie na Spółkę kary pieniężnej, o jakiej mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Informacje, które są przekazywane konsumentom przy zawieraniu umów dotyczących powierzenia Bankowi oszczędności są bardzo ważne. Konsument posiadający ograniczoną wiedzę o rodzajach produktów oferowanych przez banki, a także o ich cechach podejmują decyzje opierając się na danych dostarczanych przez sprzedawców. Konsument traktują sprzedawców jako ekspertów w zakresie oferowanych produktów przez co obdarowują ich zaufaniem. Dlatego też sprzedawcy powinni sobie zdawać z tego sprawę i przykładać szczególną uwagę do przedstawiania konsumentom wszystkich cech produktów w szczególności związanych z ryzykami jakie wiążą się z danymi produktami. Bank powinien dołożyć należytej staranności, aby sprzedawcy oferujący ich produkty posiadali wystarczającą wiedzę co do produktów, a także aby w sposób pełny przedstawiali kompletne informacje.

W przedmiotowym przypadku ustalając wyjściowy poziom kary pieniężnej wzięto pod uwagę naturę naruszenia. W efekcie stosowania zakwestionowanej praktyki konsument powierza swoje oszczędności Bankowi przy czym oczekiwali, iż warunki realizacji umów oraz ryzyka jakie wiążą się z tymi produktami są inne niż faktyczne ich cechy. Tym samym podejmowali decyzje inne, niż decyzje, które by podejmowali, gdyby dysponowali pełną, rzetelną informacją.

Analizując powyższą sytuację stwierdzone zostało, iż Bank dopuścił się stosowania praktyki na etapie przedkontraktowym, tj. na etapie przed zawarciem kontraktu.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu bierze pod uwagę spełnienie przesłanki określonej w ww. przepisie tj. uznanie, iż naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. W niniejszej sprawie zgromadzono informacje dotyczące rozmów przeprowadzanych z konsumentami dotyczących ich przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Informacje te pochodziły od konsumentów, którzy zawarli umowy oraz od Banku, który dostarczył wewnętrzną korespondencję. Analiza tych dokumentów pozwoliła na uznanie, że Bank stosował praktykę naruszającą interesy konsumentów. Nakładając karę pieniężną, uwzględniono całokształt okoliczności sprawy, z których wynika że nie ma dowodów wyraźnej intencji wskazującej na umyślne naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Zebrane w trakcie postępowania wyjaśnienia i informacje wskazują zatem na działanie nieumyślne. Pomimo tego, jak wskazano powyżej,

samo stwierdzenie nieумыślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

Na podstawie zgromadzonych informacji stwierdzone zostało, iż konsumenci wnosili skargi na okoliczności umów zawartych już w 2009r. Dodatkowo niektóre z informacji przekazywanych pracownikom drogą mailową były wysyłane w 2011r. W kontekście analizy wagi stwierdzonego naruszenia na podstawie tych danych zostało stwierdzone, że praktyka była stosowana długotrwale.

W oparciu o osiągnięty przez Przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszeń uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (tajemnica przedsiębiorcy) % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2012r., czyli na poziomie 8 083 521 zł (słownie: ośmiu milionów osiemdziesięciu trzech tysięcy pięciuset dwudziestu jeden złotych).

Wyliczając ostateczny wymiar kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę okoliczność łagodzącą. Istotne jest, iż Przedsiębiorca zaniechał stosowania zakwestionowanej praktyki. Podjęte przez Bank działania w przedmiotowej sprawie zostały uznane za wystarczające do stwierdzenia zaniechania stosowania zakwestionowanej w punkcie I sentencji decyzji praktyki. Procent obniżen zastosoany z uwagi na występującą w sprawie okoliczność łagodzącą wyniósł w przypadku przedmiotowej praktyki 30%. W oparciu o powyższe przesłanki ostatecznie wysokość kary obniżono o 30%. Dodatkowo zostało stwierdzone, iż Bank nie naruszył do tej pory przepisów prawa w zakresie objętym przez punkt I sentencji niniejszej decyzji.

W związku z powyższym ustalono wysokość kary na kwotę 5 658 465 **złotych** (słownie: pięciu milionów sześciuset pięćdziesięciu ośmiu tysięcy czterystu sześćdziesięciu pięciu złotych), co stanowi (tajemnica przedsiębiorcy) % osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2012 r. przychodu oraz (tajemnica przedsiębiorcy) % maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest ona adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że orzeczona kara powinna pełnić funkcję dyscyplinującą i prewencyjną tak, aby zapobiec w przyszłości stosowaniu podobnych naruszeń. Niniejsza kara powinna pełnić również funkcję edukacyjną i wychowawczą, a także podkreślać naganność zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu zachowań Przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie III sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.

Ad IV Koszty postępowania

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie natomiast z art. 264 § 1 k.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze

postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **30 złotych** (słownie: trzydziestu złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

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

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Maciej Fragsztajn