

Sygn. akt VI ACa 1812/15

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 23 marca 2017 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie VI Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący – Sędzia SA Aleksandra Kempczyńska

Sędziowie: SA Ryszard Sarnowicz

SO (del.) Magdalena Sajur-Kordula (spr.)

Protokolant: starszy sekretarz sądowy Magdalena Męczkowska

po rozpoznaniu w dniu 23 marca 2017 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) sp. j. w S.

przeciwko Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek apelacji obu stron

od wyroku częściowego Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

z dnia 11 września 2015 r., sygn. akt XVII AmA 7/14

I. zmienia częściowo zaskarżony wyrok w punkcie pierwszym w ten sposób, że oddala odwołanie od rozstrzygnięcia zawartego w punkcie VI i IX podpunkt 5 decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2013 roku, nr (...);

II. oddala apelację powoda w całości.

Sygn. akt VI ACa 1812/15

UZASADNIENIE

Decyzją z dnia 13.11.2013 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów po przeprowadzeniu postępowania wszczętego z urzędu przeciwko (...) Sp.j. z siedzibą w S. na podstawie art. 26 ust 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej uokik) uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w:

I. w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 uokik stosowanie przez (...) Sp.j. z siedzibą w S. we wzorcu umowy o nazwie: „Ogólne warunki umów pożyczek (...) Spółka Jawna” postanowień, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone;

II. określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nieinformowanie w umowach pożyczki o: warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym i organie nadzoru właściwym w

sprawach ochrony konsumentów, co jest sprzeczne z art. 30 ust. 1 pkt 11, 15 i 21 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. nr 126, poz. 715 ze zm. dalej jako ustawa o kredycie konsumenckim) i nakazał zaniechanie jej stosowania;

III. określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nierzetelne informowanie w „Ogólnych warunkach umów pożyczek (...) Spółka Jawna”, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych z konsumentami, że odstąpienie konsumenta od umowy bez podania przyczyny w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczki zostanie zwrócona łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy, co jest sprzeczne z art. 53 ust. 1, 4 i 5 w zw. z art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim i nakazał zaniechanie jej stosowania;

I. określone w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez nierzetelne informowanie we wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki, że konsument ma obowiązek zwrócić kwotę pożyczki przed złożeniem oświadczenia o odstąpieniu od umowy i na potwierdzenie tego faktu do składanego oświadczenia powinien załączyć dowód zwrotu kwoty pożyczki, co jest sprzeczne z art. 54 ust. 2 ustawy o kredycie konsumenckim i nakazał zaniechanie jej stosowania;

II. określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik zamieszczenie przez (...) Sp.j. z siedzibą w S. nieprawdziwych twierdzeń w:

1. „Ogólnych warunkach umów pożyczek (...) Spółka Jawna”, stanowiących integralną część umów pożyczek zawieranych z konsumentami, wskazujących, że oznaczone postanowienia tego wzorca są zgodne z przepisami ww. ustawy o kredycie konsumenckim, dyrektywą 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005r. dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą 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 oraz dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającą dyrektywę Rady 87/102/EWG,

2. formularzach oświadczeń składanych przez konsumenta w związku z zawarciem umowy pożyczki, dotyczących wystąpienia z prośbą do ww. przedsiębiorcy o odwiedzinę w miejscu zamieszkania i wyrażenia zgody na przebywanie przedstawiciela Przedsiębiorcy w chwili przekazania oferty i podpisania umowy, zawarcia umowy na podstawie przedstawionej przez przedsiębiorcę oferty i możliwości zapoznania się z ofertą pod nieobecność przedstawiciela przedsiębiorcy oraz zamiaru dalszego utrzymywania kontaktów z przedsiębiorcą w związku z tą lub ewentualną inną transakcją, wskazujących, że złożenie ww. oświadczeń jest zgodne z dyrektywą Rady z dnia 20 grudnia 1985r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (85/577/EWG),

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 9 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. nr 171, poz. 1206 dalej jako upnpr) i nakazał zaniechanie jej stosowania;

VI. określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, zamieszczanie w reklamach prasowych haseł: „(...)” oraz „(...)”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd sugerując pewność uzyskania pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 upnpr i nakazał zaniechanie jej stosowania;

VII. określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, zamieszczanie w reklamach prasowych oznaczenia „(...)”, które może wprowadzać konsumenta w błąd co do urzędowego zatwierdzenia działań ww. przedsiębiorcy bądź podlegania jego działań państwowemu nadzorowi, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 upnpr i nakazał zaniechanie jej stosowania;

VIII. określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, zamieszczanie w reklamach prasowych nieprawdziwych informacji wskazujących, że oferowane przez przedsiębiorcę pożyczki są pożyczkami o najniższych kosztach w Polsce, co stanowi

nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 upnr i nakazał zaniechanie jej stosowania;

W punkcie IX decyzji Prezes UOKiK na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik nałożył, na (...) Sp.j. z siedzibą w S.:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 uokik, w zakresie opisanym w pkt I karę pieniężną w wysokości 9.654 zł,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, w zakresie opisanym w pkt II karę pieniężną w wysokości 4.827 zł,
3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 uokik, w zakresie opisanym w pkt III i IV w sentencji decyzji, karę pieniężną w wysokości 9.654 zł,
4. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, w zakresie opisanym w pkt V karę pieniężną w wysokości 4.827 zł,
5. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, w zakresie opisanym w pkt VI karę pieniężną w wysokości 4.827 zł ,
6. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, w zakresie opisanym w pkt VII karę pieniężną w wysokości 4.827 zł .
7. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, w zakresie opisanym w pkt VIII karę pieniężną w wysokości 4.827 zł

Od przedmiotowej decyzji odwołanie wniosła (...) Spółka Jawna, zaskarżając ją w całości i wnosząc o jej uchylenie.

Wyrokiem częściowym z dnia 11 września 2015 r. Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w pkt 1 uchylił zaskarżoną decyzję w punkcie VI i IX ppkt 5, w pkt 2 oddalił odwołanie w odniesieniu do punktu II, III, IV, V, VII, VIII i IX ppkt 2, 3, 4, 6, 7 zaskarżonej decyzji.

Sąd Okręgowy oparł rozstrzygnięcie na następujących ustaleniach faktycznych i rozważaniach prawnych:

(...) Sp.j. z siedzibą w S. jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod Nr (...). W ramach tej działalności udzielała pożyczek w wysokości: 300 zł, 400zł, 500 zł, 750 zł i 1000 zł, na okres 30 dni. Przedsiębiorca zawiera umowy w swojej siedzibie, w oddziałach, w miejscu zamieszkania klienta bądź w miejscu wskazanym przez klienta. Zawierając umowy powódka wykorzystuje wzorzec o nazwie: ramowa umowa o pożyczkę, którego integralną część stanowią między innymi Ogólne warunki umów pożyczek (...) Spółka Jawna. W umowach pożyczki zawieranych z konsumentami powódka nie zamieszczała informacji o warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kwocie odsetek należnych w stosunku dziennym i organie nadzoru właściwym w sprawach ochrony konsumentów. W Ogólnych warunkach umów pożyczek (...), stanowiących integralną część umów pożyczek w § 3 pkt 9 zawarte jest postanowienie, że odstąpienie konsumenta od umowy staje się skuteczne, jeżeli kwota udzielonej pożyczki zostanie zwrócona łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. Podobnie w doręczanym konsumentom wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy pożyczki, znalazła się nota „Jednocześnie informuję, że kwota udzielonej mi i wykorzystanej pożyczki została przez mnie zwrócona na potwierdzenie czego załączam dowód zwrotu wykorzystanej kwoty.”

(...) w Ogólnych warunkach umów pożyczek (...) zawarła odesłania do aktów prawnych różnej rangi stanowiące odniesienia do niektórych postanowień OWU oznaczonych gwiazdką *, wskazujące, że poszczególne postanowienia są zgodne z powołanymi w przypisie normami prawnymi.

I tak §1 pkt 1 stanowiący o udzieleniu pożyczki na okres nie dłuższy niż 30 dni i tylko w miejscu zameldowania pożyczkobiorcy posiada odesłanie do pkt 25 załącznika pt. „Praktyki handlowe uznawane za nieuczciwe w każdym

okolicznościach stanowiącym o składaniu wizyt osobiście w domu konsumenta w związku z egzekwowaniem zobowiązań umownych w świetle prawa krajowego” do dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005r dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą 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).

Natomiast §2 pkt 6 OWU, stanowiący o prawie pożyczkobiorcy do wcześniejszej spłaty pożyczki po uiszczeniu pożyczkodawcy rekompensaty z tego tytułu (w wysokości 0, 5% spłaconej przed terminem kwoty pożyczki) posiada odesłanie do treści art. 48 ustawy o kredycie konsumenckim.

W kolejnym 7 pkt § 2, który przewiduje uprawnienie dla pożyczkodawcy do żądania wyższej niż określona w pkt 6 § 2 kwoty rekompensaty (jeżeli udowodni, że strata jaką poniósł w wyniku wcześniejszej spłaty pożyczki jest wyższa niż rekompensata z pkt 6) znalazło się natomiast odesłanie do treści art. 16 pkt 4.b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającą dyrektywę Rady 87/102/EWG.

Odesłanie z § 5 pkt 9, stosowanie do którego pożyczkobiorca wyraża zgodę na stosowanie we wzajemnych kontaktach środków porozumiewania się na odległość w celach handlowych takich jak telefon, poczta elektroniczna itd., wskazuje, że jest to zgodne z Dyrektywą 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005r dotyczącą nieuczciwych praktyk rynkowych.

W dalszym 10 pkt §5 który reguluje złożenie przez konsumenta oświadczenie z załącznika 4 do umowy (upoważnienie dla pożyczkodawcy do wystąpienia do (...) Biura (...)) znalazło się odesłanie do art. 2 pkt j tej samej Dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych.

Podobnej treści odesłania wskazujące na zgodność z poszczególnymi aktami prawnymi znalazły się w formularzach oświadczeń składanych przez konsumenta w związku z zawarciem umowy pożyczki (oświadczenia k. 93 - 96). W szczególności w oświadczeniu dotyczącym wystąpienia z prośbą do przedsiębiorcy o odwiedzin w miejscu zamieszkania i wyrażenia zgody na przebywanie przedstawiciela Przedsiębiorcy w chwili przekazania oferty i podpisania umowy zawarto informację, że jest to zgodne z art. 1 dyrektywy Rady z dnia 20 grudnia 1985r. (85/577/EWG) (bez podania jednak tytułu aktu prawnego). Do tej samej dyrektywy, lecz do jej art. 3 pkt 2 c odwołują się dwa kolejne oświadczenia dotyczące zawarcia umowy na podstawie przedstawionej przez przedsiębiorcę oferty i możliwości zapoznania się z ofertą pod nieobecność przedstawiciela przedsiębiorcy oraz zamiaru dalszego utrzymywania kontaktów z przedsiębiorcą w związku z tą lub ewentualną inną transakcją. Stosowne odwołania zawarte w tych oświadczeniach także wskazują, że złożenie oświadczeń jest zgodne z powołaną dyrektywą.

Powódka reklamowała swoje usługi polegające na udzielaniu pożyczek w prasie lokalnej i regionalnej. W reklamach posługiwała się sformułowaniami „(...)” oraz „(...)”. Powódka w celu oceny zdolności kredytowej osób ubiegających się o kredyt korzystała z baz Biura (...) oraz (...). W reklamach publikowanych w prasie przedsiębiorca zamieszczał zwrot „(...)” lub “(...)”, obok którego był określony numer. Zwrot ten zamieszczano w pierwszej lub w ostatniej części ogłoszenia, bezpośrednio po wskazaniu firmy przedsiębiorcy.

Sąd Okręgowy uznał, że odwołanie powódki jest zasadne jedynie w części dotyczącej pkt. VI decyzji oraz odpowiadającego mu pkt. IX ppkt. 5 dotyczącego kary za praktykę opisaną w pkt. VI. W pozostałym zakresie (z pominięciem pkt. I decyzji i odpowiadającemu mu w zakresie kary pkt IX ppkt 1, co do których Sąd zawiesił postępowanie) odwołanie powódki okazało się bezzasadne, gdyż pozwany Prezes UOKiK prawidłowo ustalił, że doszło do naruszenia przez stronę powodową zbiorowych interesów konsumentów.

Sąd I instancji wskazał, iż pożyczki udzielane przez powódkę podlegają reżimowi prawnemu ustawy o kredycie konsumenckim, gdyż zgodnie z art. 3 ust 2 pkt 1 tej ustawy za umowę o kredyt konsumencki uważa się w szczególności umowę pożyczki. Przy czym przez umowę o kredyt konsumencki rozumie się umowę o kredyt w wysokości nie większej

niż 255 550 zł albo równowartość tej kwoty w walucie innej niż waluta polska, który kredytodawca w zakresie swojej działalności udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi.

Ustawa o kredycie konsumencki w art. 30 wskazuje szczegółowo co powinna określać umowa o kredyt konsumencki. W szczególności poza zupełnie podstawowymi informacjami dotyczącymi essentialia negotii umowy, w umowie winny znaleźć się postanowienia dotyczące m.in. warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego (pkt 11), kwota odsetek należnych w stosunku dziennym (pkt 15) i organu nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów (pkt 21). Umowa powinna także określać termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek (art. 30 ust 1 pkt 15). Kwestia odstąpienia od umowy została także uregulowana w przepisach art. 53-59 ustawy o kredycie konsumenckim. W świetle art. 53 konsument ma prawo, bez podania przyczyny, do odstąpienia od umowy o kredyt konsumencki w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy a kredytodawca jest zobowiązany przy zawarciu umowy wręczyć konsumentowi wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Dla zachowania terminu do odstąpienia od umowy wystarczające jest wysłanie oświadczenia przed jego upływem pod wskazany przez kredytodawcę adres. Przepis art. 54 stanowi natomiast, że konsument nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy o kredyt konsumencki, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu a kredytodawcy nie przysługują żadne inne opłaty, z wyjątkiem bezzwrotnych kosztów poniesionych przez niego na rzecz organów administracji publicznej oraz opłat notarialnych. Natomiast kwotę udostępnionego kredytu wraz z odsetkami w przypadku odstąpienia od umowy kredytobiorca obowiązany jest zwrócić niezwłocznie kredytodawcy, jednak nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Dla umów o kredyt konsumencki niezwykle istotny jest przepis art. 47 ustawy o kredycie konsumenckim, w myśl którego postanowienia umowne nie mogą wyłączać ani ograniczać uprawnień konsumenta przewidzianych w ustawie.

Odnosząc powołane regulacje do ustalonych praktyk powoda, Sąd stwierdził, że umowy zawierane z konsumentami nie zawierały wszystkich obligatoryjnych elementów wymaganych w treści przepisu art. 30. W szczególności w umowach tych zabrakło określenia kwoty odsetek należnej w stosunku dziennym. Uniemożliwia to konsumentowi bezpośrednie i łatwe obliczenie, jaką kwotę odsetek za okres korzystania z pożyczki winien zwrócić w przypadku odstąpienia od umowy. W umowie stosowanej przez powódkę nie znalazły się także postanowienia dotyczące warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. Wprawdzie w §3 pkt 4 OWU znajduje się zapis określający oprocentowanie pożyczki przeterminowanej, które wynosi „na dzień zawarcia umowy 20 % w skali roku” a w pkt 5 znalazła się informacja, że oprocentowanie pożyczki nie przekroczy czterokrotności wysokości zmiennej stopy lombardowej podawanej przez NBP na dzień zawarcia umowy, która wynosi 20 % w skali roku, to jednak nie spełnia to wymogów ustawowych, gdyż zabrakło w powołanych regulacjach warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. Natomiast posłużenie się określeniem, że w odniesieniu do wysokości odsetek karnych „na dzień zawarcie umowy” wynosi ona określoną w umowie wysokość, jednoznacznie świadczy o tym, że pożyczkodawca liczy się z możliwością ich zmiany, bo inaczej nie wskazywałby daty na jaką tą stawkę w umowie określił. Podobnie podanie górnej granicy tych odsetek, wyższej niż ustalona na dzień zawarcia umowy z odwołaniem się do zasady, że może ona maksymalnie stanowić czterokrotność stopy lombardowej podawanej przez NBP świadczy, że pożyczkodawca dopuszcza możliwość modyfikacji tej stawki, jednak nie jest to równoznaczne z określeniem warunków, kiedy może nastąpić zmiana rocznej stopy oprocentowania. Bez znaczenia pozostaje również podniesiony przez powódkę argument o bezzasadności wskazywania zmiany stopy oprocentowania w związku z krótkim okresem, na który zostaje udzielona pożyczka.

W ocenie Sądu I instancji, ewidentnie sprzeczne z art. 30 ust 1 pkt 21 ustawy o kredycie konsumenckim jest także niezamieszczenie w treści umowy informacji o organie nadzoru właściwym w prawach ochrony konsumentów.

Powyższa analiza wskazuje, że opisana w pkt II decyzji praktyka powoda polegająca na niepodaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w odniesieniu do kwestii które były wymagane treścią przepisu art. 30 ust 1 pkt 11,15 i 21 ustawy o kredycie konsumenckim, faktycznie miała miejsce i stanowiła naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

Do podobnych wniosków Sąd doszedł analizując praktykę opisaną w pkt III i IV decyzji. Sformułowania, którymi posługuje się strona powodowa w umowie w konsumentami w odniesieniu do możliwości odstąpienia od umowy (§ 9 OWU) jak i we wzorze oświadczenia o odstąpieniu, jednoznacznie wskazują, że jest to możliwe jeżeli kwota pożyczki zostanie zwrócona pożyczkodawcy łącznie z oświadczeniem o odstąpieniu od umowy (do oświadczenia ma zostać dołączony dowód zwrotu wykorzystanej kwoty pożyczki). Tymczasem treść art. 53 i 54 jednoznacznie wskazuje, że konsument dopiero po złożeniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy powinien zwrócić kwotę pożyczki, przy czym termin ten jest zastrzeżony na korzyść pożyczkobiorcy nawet do 30 dni od złożenia oświadczenia. Skoro zatem ustawodawca nie łączy skutecznego odstąpienia przez konsumenta od umowy ze zwrotem kwoty uzyskanej pożyczki to także nie może czynić tego pożyczkodawca, szczególnie, że treść art. 47 ustawy o kredycie konsumenckim nie pozwala mu wyłączać ani ograniczać uprawnień konsumenta przewidzianych w ustawie. Podawanie więc informacji o warunkach odstąpienia od umowy jak w OWU i oświadczeniu stanowi naruszenie obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W ocenie Sądu, nie może zmienić oceny praktyki powoda fakt, że udzielane przez niego pożyczki są pożyczkami krótkoterminowymi (na okres 30 dni), gdyż nie może to wpływać na skrócenie czasu przyznanego konsumentowi w ustawie na zwrot kwoty pożyczki w przypadku odstąpienia od umowy. Sąd przyjął, że przedsiębiorca znając treść regulacji ustawowych i podejmując działalność o określonym profilu, podejmuje też świadome ryzyko i godzi się na to, że jego kontrahenci – tu konsumenci będą korzystać ze swoich uprawnień ustawowych.

Jednym z kolejnych naruszeń wskazanych w decyzji Prezesa (pkt V) jest naruszenie art.24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez wskazanie nieprawdziwych twierdzeń zarówno w OWU jak również w oświadczeniach podpisywanych wraz z umową. Zarówno w podpisywanej przez konsumentów umowie jak również w dołączonych do niej oświadczeniach powódka powołuje się na przepisy unijne ale też na ustawy krajowe, przywołując regulacje zawarte w dyrektywach i rozporządzeniach Parlamentu Europejskiego i Rady jako stanowiące uzasadnienie dla przyjętych warunków umowy pożyczki.

W ocenie Sądu twierdzenia powódki o zgodności z powołanymi w odnośnikach aktami prawnymi nie odzwierciedlają rzeczywistego stanu rzeczy.

Powołanie się w §1 pkt 1 umowy dotyczącym udzieleniu pożyczki na okres nie dłuższy niż 30 dni i tylko w miejscu zameldowania pożyczkobiorcy na pkt 25 załącznika do dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych jest nieuzasadnione gdyż powołany akt nie reguluje kwestii zawierania umowy o czym z kolei stanowi § 1 pkt 1 umowy, a pkt 25 załącznika wskazuje, że jedną z agresywnych praktyk rynkowych jest składanie wizyt w domu konsumenta ale w celu wyegzekwowania zobowiązania a nie zawarcia umowy. Z kolei przewidziane w §2 pkt 7 umowy uprawnienie dla pożyczkodawcy do żądania wyższej niż określona w pkt 6 § 2 umowy kwoty rekompensaty za wcześniejszą spłatę pożyczki (jeżeli udowodni, że strata jaką poniósł w wyniku wcześniejszej spłaty pożyczki jest wyższa niż rekompensata z pkt 6) nie znajduje uzasadnienia w treści krajowego porządku prawnego, zaś powołany dla potwierdzenia uprawnienia art. 16 pkt 4.b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającą dyrektywę Rady 87/102/EWG – nie może stanowić samodzielnej podstawy dla kształtowania tego typu roszczeń pożyczkodawcy wobec konsumenta. Wprawdzie powołany art. 16 ust 4b dyrektywy stanowi, że państwa członkowskie mogą wprowadzić przepisy, zgodnie z którymi kredytodawca może wyjątkowo domagać się wyższej rekompensaty, jeżeli jest w stanie udowodnić, że strata jaką poniósł w wyniku wcześniejszej spłaty pożyczki przekracza kwotę ustaloną zgodnie z ust. 2 jednak wobec nieskorzystania przez polskiego ustawodawcę z możliwości przyznania kredytodawcom prawa do wyższych rekompensat są one ograniczone do wysokości podstawowej przewidzianej ust 2 art. 16 dyrektywy, którego odzwierciedlenie stanowi art. 50 ustawy o kredycie konsumenckim. Przewidziana w dyrektywie harmonizacja minimalna pozostawiała znaczny zakres swobody implementacyjnej państwom członkowskim, na co wyraźnie wskazuje art. 16 ust 4b dyrektywy. Skorzystanie przez państwo przy transpozycji dyrektyw z marginesu swobody jest w tym wypadku jak najbardziej dopuszczalne a dyrektywa jako nie wywierająca skutku bezpośredniego, jak to ma miejsce w przypadku rozporządzeń, nie może stanowić podstawy do roszczeń strony umowy wobec jej kontrahentów.

Skoro Polska skorzystała z uprawnienia i nie przyznała kredytodawcom prawa do wyższej rekompensaty, to zawarcie w umowie takiego uprawnienia jest niedopuszczalne w świetle art. 47 ustawy o kredycie konsumenckim gdyż ogranicza ona uprawnienia konsumenta przewidziane w ustawie – tu prawo konsumenta do pokrycie prowizji pożyczkodawcy tylko w takim zakresie jak to przewiduje art. 50 ustawy o kredycie konsumenckim.

Zatem powołanie się przez stronę powodowa na dyrektywę jako podstawę dla żądania od pożyczkobiorcy dodatkowej rekompensaty przewidzianej w §2 pkt 7 umowy nie było uprawnione, gdyż powołany przepis dyrektywy ani żaden przepis prawa krajowego nie uprawnia pożyczkodawcy do żądania wyższej rekompensaty niż przewidziana w art. 50 ustawy o kredycie konsumenckim i wskazanej także w §2 ust 6 umowy. Odesłanie zawarte w § 5 pkt 9 OWU wskazujące na harmonię wyrażanej w tym postanowieniu zgody na stosowanie we wzajemnych kontaktach środków porozumiewania się na odległość w celach handlowych takich jak telefon, poczta elektroniczna itd. z Dyrektywą 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005r dotyczącą nieuczciwych praktyk rynkowych także jest nieuprawnione. Powołana dyrektywa nie reguluje sposobów komunikowania się przedsiębiorców z konsumentami. Podobnie złożenie oświadczenia przez konsumenta stanowiącego załącznik nr 4 do umowy upoważniającego pożyczkodawcę do wystąpienie do (...) Biura (...) i którego złożenie stanowi konieczny warunek zawarcie umowy (§5 pkt 10 umowy) nie jest zgodne z art. 2 pkt j tej samej Dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych, chociaż powódka taką podstawę żądania od konsumenta oświadczenia wskazała. Powołany przepis zawiera definicję pojęcia „bezprawny nacisk”. Podobnej treści nieadekwatne i nieprawdziwe odesłania wskazujące na zgodność z poszczególnymi aktami prawnymi znalazły się w formularzach oświadczeń składanych przez konsumenta w związku z zawarciem umowy pożyczki. Przyjmując w tym zakresie za własne wszystkie ustalenia dokonane przez Prezesa UOKiK Sąd podzielił także dokonaną przez organ ocenę, że przytoczone w treści oświadczeń przepisy dyrektywy Rady z dnia 20 grudnia 1985r. (85/577/EWG) nie mogą stanowić podstawy działania powoda w jego relacjach z konsumentami, gdyż dyrektywa została implementowana do krajowego porządku prawnego ustawą z 2 marca 2000r o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny a kwestie do których odnoszą się przepisy dyrektywy zostały ujęte w art 1 i 5 ustawy. O ile z treści oświadczeń można wywnioskować, że wolą pożyczkodawcy jest wyłączenie stosowania tej regulacji prawnej chroniącej konsumenta w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa o tyle treść przepisów krajowych wskazuje, że nie jest możliwe wyłączenie stosowania tej regulacji na skutek zawarcia umowy na prośbę konsumenta o odwiedzinę sprzedawcy. Powyższe także pozwala przyjąć, że odwołanie się do przedmiotowej dyrektywy jako stanowiącej podstawę do żądania od konsumenta oświadczenia nie było uprawnione.

Sąd podzielił zapatrywania prawne Prezesa UOKiK w odniesieniu do opisanej wyżej praktyki strony powodowej, że mogą tego typu działania wywołać u przeciętnego konsumenta mylne wrażenie co do istnienia podstaw prawnych uzasadniających ukształtowanie praw i obowiązków stron jak w umowie, którą posługuje się pożyczkodawca. Podobnie jak odwołania do dyrektyw zastosowane w oświadczeniach konsumenta mogą wywołać błędne przekonanie o niezbędności podpisywania wszystkich wskazanych oświadczeń przy zawieraniu umowy pożyczki. Takie działanie przedsiębiorcy stanowiły naruszenia art. 7 pkt 9 upnpr. Zasadniczo stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych zakazane jest przez przepis art. 3 powołanej ustawy. Natomiast zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przedmiotowy przepis stanowi klauzulę generalną, która w okoliczność stosowania określonej praktyki podlega stosownej konkretyzacji. Jednocześnie ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału praktyk rynkowych na wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe (art. 4 ust. 2 upnpr). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać czynną i bierną, tj. polegać na działaniu (art. 5 upnpr) albo zaniechaniu (art. 6 upnpr) wprowadzającym w błąd. Wskazane praktyki nie stanowią praktyk zakazanych w każdych okolicznościach w przeciwieństwie do tych określonych w art. 7 oraz art. 9 upnpr..

Kolejną z nieuczciwych praktyk rynkowych zarzuconych powodowi w pkt VI Decyzji jest praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd a polegająca na prezentowaniu w reklamach prasowych haseł „(...)”, „(...)” co zdaniem Prezesa

UOKiK sugeruje pewność uzyskania pożyczki bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Z takim twierdzeniem organu nie sposób się zgodzić.

Jednak zdaniem Sądu przekaz zawarty w reklamie produktu powodza nie wprowadza konsumenta w błąd ani co do zakresu badania jego zdolności kredytowej ani też co do możliwości uzyskania pożyczki w każdych okolicznościach. Niewątpliwie jest, że posługiwanie się przez powódkę w reklamie informacją, że nie sprawdza zdolności kredytowej konsumentów w (...) było prawdziwe, gdyż powódka, nie ma do niej dostępu, ponieważ nie jest bankiem, a podmiotem prowadzącym działalność parabankową. Natomiast użycie określenie „bez (...)” nie sugeruje w żadnym zakresie, że udzielenie pożyczki jest bezwarunkowe. W przekonaniu Sądu racjonalny konsument na podstawie powyższej informacji może domniemywać, że nie będzie sprawdzany w (...), czy jest niesolidnym dłużnikiem, w żadnym razie nie powinien jednak przypuszczać, że jego możliwość zaciągnięcia pożyczki nie będzie w żaden sposób weryfikowana. Hasła stosowane przez powódkę: „(...)” oraz „(...)”, odzwierciedlały, zatem tylko wynikającą z samej ustawy niemożność sprawdzenia konsumenta przez Przedsiębiorcę w bazie (...), nie były dodatkową korzyścią przyznaną przez przedsiębiorcę. Przekaz ten nie może w tym zakresie wprowadzać w błąd, gdyż sam z siebie nie tworzy wyobrażenia o automatycznym udzieleniu pożyczki, bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Prawidłowy wniosek jest taki, że taka ocena odbywa się na podstawie innych kryteriów niż wymienione w reklamie.

Analizując kolejną zarzucaną powodowi praktykę określoną w pkt VII zaskarżonej Decyzji Sąd odwołał się, podobnie jak uczynił to Prezes UOKiK, do przepisu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Postawiony przedsiębiorcy zarzut podobnie jak wskazany w pkt VI dotyczy wprowadzania konsumenta w błąd. Istotne jest rozważenie czy używane przez przedsiębiorcę oznaczenia zamieszczane w reklamach prasowych „(...)” mogło wprowadzać konsumenta w błąd co do urzędowego zatwierdzenia działań (...) Sp.j., bądź podlegania jego działalności państwowemu nadzorowi. Używanie tego typu oznaczeń zdecydowanie wyróżnia spółkę na tle innych pożyczkodawców. Domniemana kontrola lub nadzorowanie przez organy państwowe przez analogię do stosowanych w dokumentach urzędowych oznaczeń repertoriów jak np. repertoriów sądowych czy notarialnych, powoduje wzrost zaufania do danego przedsiębiorcy i może prowadzić do podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, jakie faktycznie znaczenie ma oznaczenie.

Kolejny zarzut zawarty w pkt. VIII dotyczy również jak w punkt VI i VII wprowadzenia konsumenta w błąd. Sąd rozważył kwestię czy sformułowanie jakoby pożyczki oferowane przez powódkę były pożyczkami o najniższych kosztach było zgodne z rzeczywistością. W związku z faktem, iż przeciętny konsument zainteresowany uzyskaniem środków finansowych zwraca szczególną uwagę w reklamach pożyczek na koszt ich uzyskania, sformułowanie „najniższe” w sposób bezpośredni wskazuje na bezkonkurencyjność danej oferty. Podanie w materiałach reklamowych tego typu informacji sugerują posiadanie podstaw do przedstawiania takich twierdzeń. Zakwestionowane sformułowanie stosowane przez powódkę kierowane było do wszystkich konsumentów. W związku z tym przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd, ponieważ jest wysoce prawdopodobne, że decyzja dotycząca pożyczki, jest podejmowana po uzyskaniu informacji zaczerpniętych z materiałów reklamowych wskazujących na najniższe koszty usługi. Co do nieprawdziwości twierdzeń powódki w tym zakresie, to wystarczające jest odwołanie się do przykładu pożyczek udzielanych przez przedsiębiorcę powiązanego osobowo z powódką tj M. P. prowadzącą działalność pod firmą Przedsiębiorstwo (...) z siedzibą w B., który oferuje pożyczki o tożsamych kosztach co powódka ale także należy wskazać na koszty pożyczek w kwocie 1000 zł oferowanych przez spółkę (...) o koszcie niższym niż koszt pożyczki będącej w ofercie powódki. Podawanie w reklamie informacji o najniższych kosztach pożyczek w Polsce jest więc w tych okolicznościach twierdzeniem nieprawdziwym a więc powódka wprowadzała konsumenta w błąd sugerując zakwestionowanym hasłem swoją bezkonkurencyjność, co stanowi naruszenie art. 5 ust. 1 i 2 pkt, 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Nie jest przy tym istotne, że powódka posiadała w ofercie inne pożyczki o niższym koszcie niż jej konkurenci, gdyż nie zmienia to faktu, że wobec niezawężania reklamy tylko do tych pożyczek o koszcie niższym ale odnoszenia jej do całości oferty powódki, jej twierdzenie było nieprawdziwe i niewątpliwie mogło wprowadzać w błąd tych konsumentów, którzy chcieli skorzystać z ofert powódki pod wpływem reklamy, a która to oferta w rzeczywistości nie była najtańsza na rynku.

Nieuzasadnione są w ocenie Sądu również zarzuty dotyczące niezastosowania przez Prezesa UOKiK art. 28 uokik i nie wydania pomimo wniosku strony decyzji zobowiązujące do usunięcia skutków naruszeń. Jak wskazano już w orzecznictwie Sądu Najwyższego w sprawach III SK 5/09 oraz III SK 44/10 sądowa kontrola niezastosowania przez Prezesa Urzędu art. 28 uokik jest dopuszczalna, lecz ograniczona z racji ratio legis tej instytucji oraz trybu podejmowania przez Prezesa Urzędu decyzji o skorzystaniu z przysługującej mu w tym zakresie kompetencji. Twierdzenie przez powoda o aktywnej współpracy z Prezesem Urzędu nie uzasadniania jeszcze wniosku, że organ przekroczył granice swobodnego uznania w takim stopniu, że sąd powinien uznać zarzut naruszenia art. 28 uokik. Sąd podkreślił, że przedsiębiorca zmierzając do zakończenia postępowania w trybie art. 28 ust. 1 ustawy, powinien na stosunkowo wczesnym etapie postępowania złożyć wnioski o wydanie decyzji zobowiązującej, gdy sprawa nie jest jeszcze dostatecznie wyjaśniona, w szczególności zarzucane stronie praktyki nie zostały jeszcze udowodnione. Ponadto zobowiązanie się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom musi w ocenie organu ostatecznie eliminować niepożądane praktyki. O ile więc organ miał zastrzeżenia co do merytorycznej treści proponowanych zmian wzorca umowy, to uzasadnione było jego stanowisko co do uznania wniosku o wydanie decyzji zobowiązującej za niezasadny. W tych okolicznościach słuszne, bo uzasadnione okolicznościami sprawy, było stanowisko Prezesa Urzędu, że decyzja wydana została w oparciu o przepis art. 26 ust 1 uokik i 27 ust 1 i 2 uokik. Nie doszło zatem do przekroczenia zakresu uznania administracyjnego, zwłaszcza że art. 28 ustawy nie nakłada na Prezesa Urzędu obowiązku wydania decyzji zobowiązującej.

W tych okolicznościach prawidłowe było nałożenie na stronę powodową w pkt IX decyzji kary za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez stosowanie praktyk opisanych w pkt II, III, IV, V, VII i VIII decyzji. Podstawę prawną dla nałożenia kary stanowił przepis art. 106 ust 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w myśl którego karę można nałożyć na przedsiębiorcę w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Przy ustalaniu wysokości kary należy zgodnie z art. 111 powołanej ustawy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów, a także uprzednie naruszenia przepisów.

Mając na uwadze przedstawione okoliczności Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dzieląc zarzuty powódki tylko, co do praktyki opisanej w pkt VI decyzji i wynikającego z tego braku podstaw do wymierzenia za nią kary, uchylił zaskarżoną decyzję w pkt VI i IX.5 na mocy art. 479^{31a} § 3 k.p.c., a na podstawie art. 479^{31a} § 1 kpc oddalił odwołanie w odniesieniu do pozostałych punktów decyzji tj od punktu II do VIII decyzji. Z racji tego, że w odniesieniu do zarzutu opisanego w pkt I decyzji Sąd odrębnym postanowieniem zawiesił postępowanie w tej części na podstawie art. 177§1 pkt 1 k.p.c., wydany w sprawie wyrok jest wyrokiem częściowym, o jakim mowa w art. 317§1 kpc.

Konsekwencją wydania wyroku częściowego jest brak w nim rozstrzygnięcia o kosztach procesu, gdyż decyzja w tej kwestii znajdzie się, stosownie do treści art. 108 §1 k.p.c., w orzeczeniu kończącym sprawę w instancji.

Obie strony wniosły apelację od wyroku częściowego.

Powód zaskarżył wyrok w całości zarzucając:

1. naruszenie prawa procesowego art. 232 § 1 k.p.c poprzez dowolną a nie swobodną ocenę materiału dowodowego przedstawionego w sprawie;
2. naruszenie art. 353¹ k.c. przez jego niezastosowanie i nieuwzględnienie w skarżonym orzeczeniu przywołanego przepisu stanowiącego, że strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego;

3. naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez jego zastosowanie w przedmiotowej sprawie i uznanie że działanie powoda było bezprawne i wywołało negatywne skutki w sferze praw i obowiązków konsumentów w związku z art. 30 i 53 ustawy o kredycie konsumenckim;

4. naruszenie art. 471, art. 472, art. 473, art. 477, art. 481 kc przez ich nie zastosowanie i uznanie, że apelujący nie jest uprawniony na mocy obowiązujących przepisów do żądania od nierzetelnych dłużników rekompensaty o charakterze odszkodowawczym, zarówno tych rzeczywiście poniesionych, jak i tych dochodzonych tytułem utraconych korzyści;

5. wydanie orzeczenia w trybie pozwu o uznanie wzorca umownego za zawierającą klauzule niedozwolone realizowanym w sprzeczności z wytycznymi Dyrektyw europejskich dotyczących konieczności wprowadzenia do porządku prawnego zapisów w przedmiocie jak najlepszego realizowania ochrony praw i interesów konsumentów w pierwszej kolejności w trybie wzajemnych uzgodnień i procedowania prowadzącego do osiągnięcia konsensusu pomiędzy organem uprawnionym ustawowo a użytkownikiem kwestionowanego wzorca;

6. sprzeczność z Wytycznymi Komisji Europejskiej w sprawie stosowania art. 81 TWE poprzez wydanie skarżonego orzeczenia zasad wolnej konkurencji i ograniczenie tym samym możliwości swobodnego realizowania interesów gospodarczych przez spółkę;

7. naruszenie zasad ogólnych k.p.a. przez Sąd I instancji i uznanie, że w przedmiotowej sprawie nie miał miejsca brak należytego dążenia do szybkiego i pozytywnego dla stron załatwienia sprawy w toku postępowania przed Prezesem UOKiK.

Powód wniósł o zmianę zaskarżonego orzeczenia przez uznanie, że działania powoda nie wypełniają przesłanek art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, i uznanie za niezasadne stanowiska Sądu I instancji, odnośnie kwestii dokonywania należytej kontroli działań i oceny prawidłowości toku postępowania przed UOKiK na skutek rzekomego braku kompetencji Sądu I instancji, w tym zakresie, ewentualnie o uchylenie zaskarżonego orzeczenia w całości i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania, zasądzenie od powoda na rzecz pozwanego kosztów postępowania I i II Instancji.

Pozwany zaskarżył wyrok w pkt 1, zarzucając naruszenie prawa materialnego, tj.:

1. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (w brzmieniu obowiązującym w dacie wydania decyzji- Dz.U. nr 50 poz. 331 ze zm.) poprzez jego niezastosowanie, tj. uznanie, że zamieszczanie przez powódkę w reklamach prasowych haseł: „(...)” oraz „(...)” nie może wprowadzać konsumentów w błąd

2. art. 106 ust. 1 pkt 4 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez jego niezastosowanie i odstąpienie od nałożenia na powódkę kary pieniężnej za stosowanie tej praktyki.

W związku z powyższym wniósł o zmianę zaskarżonego wyroku w pkt 1 poprzez oddalenie odwołania powódki od decyzji Prezesa Urzędu nr (...) z dnia 13 listopada 2013r. w odniesieniu do pkt VI i IX ppkt 5, ewentualnie uchylenie zaskarżonego wyroku w pkt 1 oraz przekazanie w tym zakresie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja powoda okazała się bezzasadna, natomiast apelacja pozwanego, jako słuszna, prowadziła do zmiany wyroku w punkcie pierwszym poprzez oddalenie odwołania od decyzji Prezesa Urzędu nr (...) z dnia 13 listopada 2013r. w odniesieniu do pkt VI i IX ppkt 5.

Odnosząc się do apelacji pozwanego wskazać należy, że potwierdził się zarzut naruszenia prawa materialnego, tj. przepisu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. nr 50 poz. 331 ze zm.- dalej jako „ustawa okik”) w brzmieniu obowiązującym w dacie wydania decyzji, poprzez jego błędną

wykładnię, która doprowadziła Sąd I instancji do uznania, że zachowanie powoda polegające na stosowaniu haseł reklamowych: „(...)” oraz „(...)” nie może wprowadzać konsumentów w błąd, w konsekwencji nie stanowiło nieuczciwej praktyki rynkowej oraz praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 i 2 powołanej ustawy zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w tym między innymi nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik). Celem powyższego przepisu jest ochrona konsumenta jako nieprofesjonalnego uczestnika obrotu. Bezprawność oznacza sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z dobrymi obyczajami i zasadami współżycia społecznego. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc jest niezależna od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Jest również niezależna od wystąpienia szkody. Interes konsumentów, jedynie jako interes prawny (nie faktyczny) jest rozumiany jako ich określone potrzeby i uprawnienia, które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Interes jest zbiorowy, gdy odnosi się do wszystkich - aktualnych lub potencjalnych klientów przedsiębiorcy, gdy zagraża interesom członków zbiorowości konsumentów.

Przesłankami praktyki określonej w art. 24 ust. 2 ustawy okik są więc:

- 1) bezprawność działania przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl natomiast art. 4 ust. 2 tej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1. Stosownie do treści art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Ocena każdej praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę, w tym praktyki polegającej na wprowadzaniu w błąd musi się odnosić do przeciętnego konsumenta. Definicja przeciętnego konsumenta została zawarta w art. 2 pkt 8 ustawy pnpr i wynika z niej, że jest to konsument 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. W niniejszym przypadku Prezes Urzędu dokonał oceny praktyki biorąc pod uwagę ustalony model przeciętnego konsumenta t.j. osobę zainteresowaną uzyskaniem środków finansowych, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zaciąganiu zobowiązań finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta. Reklamy powoda nie były skierowane do określonej, dającej się wyodrębnić grupy konsumentów, uznać należy, że były one skierowane do nieograniczonego kręgu odbiorców.

Prezes UOKiK uznał, że adresatem reklam powoda nie był konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy. Konsument wie, że szczegółowe warunki oferty są określone w umowie pożyczki i może je poznać nawiązując bezpośredni kontakt z przedsiębiorcą. Jednocześnie oczekuje, że podane w reklamach informacje są rzetelne i nie wprowadzają w błąd.

Przy tak określonym na potrzeby niniejszej sprawy modelu przeciętnego konsumenta, w ocenie Sądu Apelacyjnego, uznać należy, że zastosowanie przez powoda w reklamach prasowych haseł reklamowych „(...)” i „(...)” mogło wprowadzać konsumentów w błąd, co do zakresu oferty przedsiębiorcy, sugerując bezwarunkowe udzielenie pożyczki, stanowiąc tym samym nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Hasło „(...)” sugeruje, że pożyczkodawca nie ocenia ryzyka kredytowego. (...)to w rzeczywistości skrót używany przez Biuro (...) S.A. z siedzibą w W.. Jest instytucją powołaną przez banki w 1997r. na mocy art. 105 ust. 4 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r.- Prawo bankowe (Dz.U. Nr 140 poz. 939 ze zm.), której celem jest gromadzenie, przetwarzanie i udostępnianie bankom, innym instytucjom ustawowo upoważnionym do udzielania kredytów, instytucjom kredytowym, instytucjom pożyczkowym i innym podmiotom określonym w przepisach ustawy o kredycie konsumenckim, określonych informacji stanowiących tajemnicę bankową. Instytucja ta współpracuje głównie z bankami, w oparciu o zawierane umowy w sprawie gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji o kredytobiorcach. Informacje zawarte w rejestrze prowadzonym przez Biuro (...) są różnego rodzaju, dotyczą nie tylko dłużników nie spłacających swych zobowiązań, ale również m.in.: o całkowitej spłacie zobowiązań, o ich wygaśnięciu, stwierdzeniu nieistnienia zobowiązań, korekcie jego wysokości, nowopowstałych zobowiązaniach. Generalnie - rejestr (...) stanowi źródło informacji kredytowej i gospodarczej, gromadzi i udostępnia informacje o tym, jak osoby fizyczne i podmioty gospodarcze realizują swoje zobowiązania kredytowe i finansowe.

W potocznym rozumieniu (...) oznacza sprawdzanie zdolności kredytowej, kojarzy się z „czarną listą” dłużników. Sprawdzanie w (...) wiąże się z ryzykiem, że kredytu czy pożyczki osoba wnioskująca nie otrzyma, gdyż może mieć negatywną historię kredytową. Określenie „(...)” wywołuje skojarzenie odstąpienia od procedury badania zdolności kredytowej, może sugerować pominięcie tego sprawdzenia. Przeciętny konsument mógł odnieść mylne wrażenie, że powód udziela pożyczek niezależnie od tego, czy konsumenci figurują w rejestrach dłużników. Tym samym mógł dojść do wniosku, że proces udzielania pożyczki nie jest sformalizowany. Określenie „(...)” wprowadza więc w błąd w zakresie oferty powoda i może mieć wpływ na podjęcie przez konsumenta decyzji co do zawarcia umowy, której inaczej by nie podjął. W rzeczywistości spółka dokonuje sprawdzenia zdolności kredytowej w biurach informacji gospodarczej np w bazach Biura (...) S.A. z siedzibą w W. (w skrócie (...)). Wskazać należy, że (...) jest instytucją, która udostępnia informacje gospodarcze o przeterminowanym zadłużeniu osób fizycznych i podmiotów gospodarczych. Jest to spółka odrębna od (...), ale powiązana z nią kapitałowo ((...) jest jej głównym akcjonariuszem). Powód dokonuje weryfikacji zdolności kredytowej potencjalnego kredytobiorcy, co więcej jest do tego obowiązany na mocy art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz. 715 ze zm.), z którego wynika że winna ona być dokonywana na podstawie informacji uzyskiwanych od konsumenta lub na podstawie informacji pozyskanych z odpowiednich baz danych lub zbiorów danych kredytobiorcy.

Wskazać należy, że przeciętny konsument nie posiada wiedzy o tym, że dane o kredytobiorcach są gromadzone przez biura informacji gospodarczych, gdyż wymagałoby to ponadprzeciętnej świadomości prawnej, a wręcz profesjonalnej znajomości przepisów prawa. Ponadto podobieństwo skrótów (...) i (...) powoduje ich utożsamianie przez przeciętnego konsumenta. (...) kojarzy się z bankami, co wzmacnia przekonanie, że hasło reklamowe „(...)” oznacza, że firma pozabankowa nie dokonuje oceny ryzyka kredytowego.

Zgodnie z art. 2 pkt 7 ustawy pnpr przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się decyzję podejmowaną przez konsumenta, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania.

W niniejszym przypadku uznać należy, że konsument pod wpływem reklamy powoda zainteresuje się ofertą spółki lub podjęciem czynności w celu uzyskania dodatkowych informacji. Samo zainteresowanie się ofertą spółki jest okolicznością wystarczającą dla uznania, że przeciętny konsument podjął decyzję dotyczącą umowy w rozumieniu

art. 2 pkt 7 ustawy pnpr. Sąd zakwestionowana reklama mogła zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta.

Wobec uznania, że powód dopuścił się praktyki opisanej w pkt VI decyzji, Sąd Apelacyjny uznał, że uzasadniony jest zarzut apelacji, dotyczący naruszenia art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik. Uzasadnione jest nałożenie na powoda kary pieniężnej w wysokości 4.827 zł. Sąd podziela przy tym stanowisko Prezesa UOKiK, że przedmiotowa praktyka ujawniła się na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest pozyskiwanie klientów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie ich do zawarcia kontraktu. Wskazać należy, że praktyka naruszała bezpośrednio interesy pozaekonomiczne konsumentów, ale mogła mieć też wpływ na interesy ekonomiczne. W wystarczającym zakresie została uwzględniona okoliczność okresu stosowania praktyki t.j. poniżej roku. Kara w wysokości 4.827 zł jest więc adekwatna do stopnia naruszenia ustawy, którego dopuścił się powód i spełni cele kary przede wszystkim prewencyjny i edukacyjny.

Z tych względów wyrok Sądu I instancji podlegał częściowej zmianie, w zakresie jak wskazano na wstępie, na mocy art. 386 § 1 k.p.c.

Apelacja powoda podlegała natomiast oddaleniu w całości.

Stwierdzić należy, że materiał dowodowy został oceniony przez Sąd I instancji wszechstronnie i właściwie, zgodnie z wymaganiami prawa procesowego, doświadczenia życiowego, regułami logicznego myślenia, bezstronnie oraz racjonalnie. Kwestionowanie dokonanej przez sąd oceny dowodów nie może polegać jedynie na zaprezentowaniu własnych, zadowalających dla skarżącego ustaleń stanu faktycznego, dokonanych na podstawie własnej, korzystnej dla skarżącego oceny materiału dowodowego (tak: postanowienie SN z 10 stycznia 2002 r. sygn. II CKN 572/99, Lex nr 53136). Powód nie wykazał, że Sąd wyprowadził z materiału dowodowego wnioski, które są nielogicznie i sprzeczne z zasadami doświadczenia życiowego, dlatego uznać należy, że ocena Sądu nie narusza reguł swobodnej oceny dowodów i nie została skutecznie podważona. Z tych względów Sąd Apelacyjny, podzielaając ustalenia faktyczne Sądu I instancji, uznaje je za swoje. Podkreślenia wymaga, że ustalenia Sądu zostały oparte przede wszystkim na stosowanych przez powoda wzorcach umownych oraz reklamach prasowych, których treść jest jednoznaczna i nie może budzić wątpliwości.

Wbrew zarzutom apelującego Sąd I instancji nie naruszył art. 353¹ k.c. Zgodnie z powyższym przepisem strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego. W niniejszym przypadku przepisy ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126 poz. 715) stanowią o tym, jakie unormowania winny być zawarte w tego rodzaju umowach. Zgodnie z art. 3 ust 2 pkt 1 ustawy za umowę o kredyt konsumencki uważa się w szczególności umowę pożyczki. Przy czym przez umowę o kredyt konsumencki rozumie się umowę o kredyt w wysokości nie większej niż 255 550 zł albo równowartość tej kwoty w walucie innej niż waluta polska, który kredytodawca w zakresie swojej działalności udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi. W art. 30 wskazano szczegółowo co powinna określać umowa o kredyt konsumencki. W szczególności poza zupełnie podstawowymi informacjami dotyczącymi essentialia negotii umowy, w umowie winny znaleźć się postanowienia dotyczące m.in. warunków zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego (pkt 11), kwota odsetek należnych w stosunku dziennym (pkt 15) i organu nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów (pkt 21). Umowa powinna także określać termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek (art. 30 ust 1 pkt 15). Kwestia odstąpienia od umowy została także uregulowana w przepisach art. 53-59 ustawy o kredycie konsumenckim. W świetle art. 53 konsument ma prawo, bez podania przyczyny, do odstąpienia od umowy o kredyt konsumencki w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy a kredytodawca jest zobowiązany przy zawarciu umowy wręczyć konsumentowi wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Dla zachowania terminu do odstąpienia od umowy wystarczające jest wysłanie oświadczenia przed jego upływem pod wskazany przez kredytodawcę adres. Przepis art. 54 stanowi natomiast, że konsument nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy o kredyt konsumencki, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu a kredytodawcy nie przysługują żadne inne opłaty, z

wyjątkiem bezzwrotnych kosztów poniesionych przez niego na rzecz organów administracji publicznej oraz opłat notarialnych. Natomiast kwotę udostępnionego kredytu wraz z odsetkami w przypadku odstąpienia od umowy kredytobiorca obowiązany jest zwrócić niezwłocznie kredytodawcy, jednak nie później niż w terminie 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Swoboda zawierania umów doznaje w tym przypadku ograniczenia wynikającego z ustawy, gdyż umowa zawierana z konsumentem musi zawierać w/w elementy i unormowania. Natomiast zgodnie z przepisem art. 47 ustawy o kredycie konsumenckim, postanowienia umowne nie mogą wyłączać ani ograniczać uprawnień konsumenta przewidzianych w ustawie.

Odnosząc powołane regulacje do ustalonych praktyk powoda, Sąd stwierdził, że umowy zawierane z konsumentami nie zawierały wszystkich obligatoryjnych elementów wymaganych w treści przepisu art. 30.

Wbrew zarzutowi apelującego, Sąd I instancji nie naruszył art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez jego zastosowanie w przedmiotowej sprawie i uznanie że działanie powoda było bezprawne i wywołało negatywne skutki w sferze praw i obowiązków konsumentów w związku z art. 30 i 53 ustawy o kredycie konsumenckim.

Niezasadny jest zarzut naruszenia art. 471, art. 472, art. 473, art. 477, art. 481 k.c. Przepisy powyższe dotyczą naprawienia szkody wynikłej z niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań. Powód nie może skutecznie wywodzić z powyższych przepisów swojego prawa do domagania się wyższej rekompensaty od konsumentów niż prowizja za wcześniejszą spłatę, która przewidziana została w art. 50 ustawy o kredycie konsumenckim.

Odnosząc się do zarzutu nr 5, wskazać należy, że wydaje się on dotyczyć praktyki opisanej w pkt I decyzji, zaś wyrok częściowy nie zawiera rozstrzygnięcia w tym zakresie.

Związku z powyższą sprawą nie mają również wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie stosowania art. 81 TWE (obecnie 101 TFUE), który zakazuje przedsiębiorcom zawierania porozumień ograniczających konkurencję na rynku wewnętrznym Unii Europejskiej. Powodowi nie zarzucono zawarcia niedozwolonego porozumienia, lecz stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stąd wytyczne nie mogą znaleźć zastosowania.

Brak również postaw by przyjąć, że Sąd I instancji naruszył ogólne zasady k.p.a. z tego powodu, że postępowanie przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest postępowaniem pierwszoinstancyjnym, merytorycznym, opartym na zasadzie kontradyktoryjności stron, toczącym się przy zastosowaniu przepisów kodeksu postępowania cywilnego. Jednocześnie, z uwagi na to, że wszczyna je odwołanie od decyzji administracyjnej -w tym wypadku Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- nie można odmówić SOKiK pewnych cech charakterystycznych dla sądu drugoinstancyjnego. Z tych względów, Sąd winien uwzględnić zarzuty dotyczące naruszenia procedury administracyjnej, o charakterze szczególnie rażącym, ewentualnie takie- gdy wady postępowania administracyjnego nie mogą zostać konwalidowane w postępowaniu sądowym. Pogląd dopuszczający weryfikację prawidłowości procedowania przez Prezesa Urzędu na etapie postępowania administracyjnego poprzedzającego wydanie decyzji, dopuścił Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 3 października 2013r. w sprawie o sygnaturze III SK 67/12, z którego wynika, że „przedmiotem merytorycznej oceny Sądu powszechnego powinny być bowiem dowody zgromadzone i ustalenia poczynione w prawidłowo przeprowadzonym postępowaniu antymonopolowym”. W niniejszej sprawie powód nie wykazał, że Prezes UOKiK wydając decyzję dopuścił się rażącego naruszenia przepisów procedury administracyjnej lub postępowanie jest dotknięte wadami, których nie można konwalidować w postępowaniu sądowym, stąd wskazany zarzut apelacji jest bezzasadny.

Z tych względów apelacja powoda podlegała oddaleniu w całości na mocy art. 385 k.p.c.