

*Sygn. akt VII AGa 808/18*

## WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

*Dnia 23 stycznia 2018 r.*

*Sąd Apelacyjny w Warszawie VII Wydział Gospodarczy w składzie:*

*Przewodniczący: SSA Ewa Stefańska (spr.)*

*Sędziowie: SA Tomasz Szancilo*

*SA Aldona Wapińska*

*Protokolant: sekr. sądowy Izabela Nowak*

*po rozpoznaniu w dniu 23 stycznia 2018 r. w Warszawie*

*na rozprawie sprawy z powództwa (...) Bank S. A. z siedzibą w W.*

*przeciwko Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*

*z udziałem Prokuratora Prokuratury (...) w W.*

*o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*

*na skutek apelacji powoda*

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

*z dnia 21 czerwca 2016 r., sygn. akt XVII AmA 129/14*

*I. oddala apelację;*

*II. zasądza od (...) Bank S. A. z siedzibą w W. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 1 080 zł (jeden tysiąc osiemdziesiąt złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym*

*Sygn. akt VII AGa 808/18*

## UZASADNIENIE

Decyzją nr (...) z dnia 31 grudnia 2013 r., po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm., zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów” lub „u.o.k.i.k.”) uznał za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stosowaną przez (...) Bank S.A. z siedzibą w W. polegającą 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, zwanej dalej „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym” lub „u.p.n.p.r.”) i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 3 grudnia 2012 r.;

II. na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 w związku z art. 27 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, określił środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci publikacji punktu pierwszego sentencji decyzji na stronie internetowej przedsiębiorcy (...) przez okres jednego miesiąca;

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nałożył na (...) Bank S.A. z siedzibą w W. karę pieniężną w wysokości 5.658.465 zł;

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciążył (...) Bank S.A. z siedzibą w W. kosztami postępowania w kwocie 30 zł.

Od powyższej decyzji powód (...) Bank S.A. z siedzibą w W. wniósł odwołanie, w którym zaskarżył decyzję w części obejmującej jej punkty I, II i III, domagając się ich uchylecia. Powód zaskarżonej decyzji zarzucił:

- co do punktu I:

1) naruszenie art. 33 ust. 5 i 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przekazanie sprawy Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w K., gdy właściwa miejscowo w niniejszej sprawie jest Delegatura Urzędu w W. (§ 5 ust. 1 oraz § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Dz. U. z 2009 r. Nr 1076, poz. 887), pomimo braku przesłanek uzasadniających, iż w niniejszej sprawie zachodzi szczególnie uzasadniony przypadek, o którym mowa w przepisie art. 33 ust. 5 ustawy, co skutkuje tym, że zaskarżona decyzja została wydana z naruszeniem przepisów o właściwości organu;

2) naruszenie art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez ich błędną interpretację i niewłaściwe zastosowanie i w konsekwencji przyjęcie, że działanie powoda wyczerpywało znamiona naruszenia zbiorowych interesów konsumentów;

3) naruszenie art. 7 k.p.a. poprzez bezpodstawne przyjęcie, że działanie powoda wyczerpywało znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w pierwszym przepisie oraz w art. 5 ust. 1 i art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym;

- co do punktu II:

4) naruszenie art. 7 i art. 77 k.p.a. w związku z art. 27 ust. 4 w związku z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez niewykazanie w decyzji, iż publikacja punktu pierwszego decyzji na stronie internetowej powoda jest konieczna i niezbędna dla usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, albowiem skutki te zostały już w bardzo dużej części usunięte, a ich dobrowolne usuwanie trwa;

- co do punktu III:

5) naruszenie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez bezpodstawne nałożenie kary pieniężnej i przyjęcie przy ustalaniu jej wysokości przesłanek, które w niniejszej sprawie nie znajdują zastosowania oraz pominięcie okoliczności zaistniałych w sprawie.

Pozwany Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wnosił o oddalenie odwołania.

Wyrokiem z dnia 21 czerwca 2016 r. Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zmienił zaskarżoną decyzję w punkcie trzecim w ten sposób, że nałożoną karę obniżył do 5.000.000 zł, zaś w pozostałej części oddalił odwołanie.

Wyrok Sądu Okręgowego został wydany w oparciu o poniższe ustalenia faktyczne i rozważania prawne.

(...) Bank S.A. z siedzibą w W. jest bankiem, który oferuje swoim klientom możliwość przystąpienia do różnych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. W przypadku tych ubezpieczeń Bank pełnił rolę ubezpieczającego, natomiast ubezpieczycielem było towarzystwo ubezpieczeń. Były to produkty inwestycyjne i dotyczyły środków pieniężnych wpłacanych przez konsumentów w placówkach Banku oraz w jego placówkach franchisingowych. Produkty cechowały się brakiem gwarancji uzyskania zysku, a jedynie oferowały zwrot określonej wartości na koniec okresu odpowiedzialności, z zastrzeżeniem ryzyka, tj.: 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.

Bank przedstawił wykaz produktów, których depozyty miały zapewnić na koniec okresu jego trwania ochronę kapitału, rozumianego jako środki pieniężne wpłacane przez ubezpieczonego, pomniejszone o opłaty pobierane przez Towarzystwo (...) (składki zainwestowane) i lokowane w Banku. Oznacza to, że z zastrzeżeniem ryzyka kredytowego (...) Bank S.A. i wystawcy instrumentu pochodnego, który nabywa Ubezpieczeniowy Fundusz Kapitałowy, cel funduszu zostanie osiągnięty. Bank twierdził, że pomimo, iż zgodnie z dokumentacją produktową fundusze nie gwarantują realizacji celu inwestycyjnego, to jednak konstrukcja produktów zapewniała ochronę składki zainwestowanej na koniec trwania okresu umów. Możliwość przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi była oferowana przynajmniej od lipca 2009r.

Bank prowadził szkolenia produktowe, celem podniesienia wiedzy merytorycznej pracowników zajmujących się procesem sprzedaży produktów. Szkolenia polegały na przekazaniu pracownikom informacji o produkcie, jego konstrukcji, formie prawnej, aktywach bazowych, procesach obsługujących. Bank dostarczał pracownikom materiały, które miały formę wydruków slajdów i zawierały informacje o cechach produktów w postaci potencjalnie możliwych do osiągnięcia korzyści, a także symulacje wyników historycznych w postaci danych liczbowych, wykresów, tabel. W końcowych częściach prezentacji pod nazwą „zastrzeżenia prawne” umieszczone zostały informacje dotyczące charakteru ubezpieczenia i wyjaśnienia dotyczące ryzyk.

Ponadto pracownicy Banku otrzymywali pocztą elektroniczną skrypty rozmów telefonicznych, jakie mogłyby być przeprowadzone z klientami. Były to sugestie dotyczące sposobu prowadzenia rozmowy, np.: „Nasza propozycja polega na tym, że może Pani skorzystać z wielu instrumentów finansowych takich jak lokaty nawet do 12,5%!”; „Tylko dla zaufanych klientów, którzy obdarzyli nas wyjątkowym zaufaniem przygotowaliśmy specjalną ofertą 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!”; „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”.

Pracownikom Banku zostały przekazane 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”.

Dodatkowo przekazane zostały propozycje odpowiedzi, które mogą wykorzystać pracownicy Banku w razie wątpliwości konsumentów: „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”; „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”; „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”; „Ale 4 lata to za długo (w prezentacji oferty nie pojawia się informacja o lokacie): Bardzo dobrze, że Pan o tym wspomniał. 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”; „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 niskooprocentowanym 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”.

Do wybranych klientów były wysyłane również imienne listy dotyczące oferty (...). Były one wysłane do klientów w wieku 30-60 lat, którzy nie przystąpili do produktów L./P., natomiast posiadających depozyty minimum 5.000 zł. Konsumentom byli informowani: „Mając na względzie naszą dotychczasową, pomyślną współpracę, proponujemy Panu szczególne rozwiązanie finansowe, przygotowane z myślą o nadchodzących zmianach w systemie emerytalnym”.

Pracownikom Banku zostały przekazane także materiały z zakresu sposobu sprzedaży, które zawierały konkretne techniki prowadzenia rozmów z konsumentami: „Pamiętaj, jesteś Doradcą i profesjonalnej obsługi oczekuje od Ciebie

Klient. Zaplanuj indywidualnie finanse klienta K.. Weź do ręki białą kartkę papieru i przy kliencie rozplanuj kwotę, którą dysponuje K.. (...); „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 Banku otrzymali również przykładowe scenariusze rozpoczęcia rozmów z klientami o emeryturze lub edukacji dzieci. Zostały im przedstawione konkretne metody prowadzenia rozmów z różnymi typami klientów.

Konsumenci składali skargi do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na działalność Banku w zakresie dotyczącym oferowania możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. W kierowanych do Urzędu pismach zamieszczali następujące informacje, m.in.: „Ponieważ jestem wieloletnim klientem (...) 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 (...). Produkt został mi sprzedany pod przykrywką wysoko oprocentowanej lokaty”; „Oba produkty sprzedano mi w sytuacji, gdy zgłosiłam się do oddziału banku (...) 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 (...) 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 (...) 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. (...) 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 najprostszyc 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”; „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”; „Na tym spotkaniu Pani poinformowała nas, że w tej chwili nie może nam wydrukować wszystkich dokumentów, tzn. Tabeli opłat i Certyfikatu (...) 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”.

W toku postępowania administracyjnego Bank poinformował Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o podjętych działaniach mających na celu poprawę jakości sprzedaży produktów. W dniu 29 sierpnia 2012 r. Zarządu Banku podjął uchwałę Nr (...) w sprawie wytycznych dotyczących sprzedaży produktów inwestycyjnych. Potwierdzono w niej, że w nomenklaturze Banku produkty w formie grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym są produktami inwestycyjnymi. Wprowadzone zostały: Karta informacyjna, Kwestionariusz oceny adekwatności oraz Pismo ostrzegające. Karta informacyjna zawiera informacje uwarunkowane cechami oferowanego ubezpieczenia, m.in. o fakcie pobierania opłat i przeprowadzaniu wyliczeń wartości wykupu. Kwestionariusz oceny adekwatności i odpowiedniości ma budowę pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru, które są zadawane konsumentom. Zawiera pytania do konsumenta wymagające oceny m.in. jego własnej sytuacji finansowej, stosunku do ewentualnego wyższego zysku niż standardowa lokata bankowa przy równoczesnym akceptowaniu utraty kapitału, stosunku 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. Konsument ma również określić, jaki procent swoich środków może zainwestować w długoterminowe produkty inwestycyjne. Na podstawie udzielonych odpowiedzi pracownik Banku określa produkt, który może spełniać oczekiwania konsumenta. Fakt odmowy wypełnienia kwestionariusza lub nieprzedstawienia informacji wystarczających do dokonania oceny

adekwatności i odpowiedniości produktów inwestycyjnych jest również odnotowywany. Konsument jest zobowiązany do podpisania oświadczenia o treści: „ 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 stosuje także dokument mający formę oświadczenia skierowanego do konsumenta, zawierający następujące informacje: „Na podstawie informacji otrzymanych od Pani/Pana w niniejszej ankiecie, (...) Bank S.A. z siedzibą w W. 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 ostrzega”. Konsument musi potwierdzić podpisem przyjęcie do wiadomości powyższego ostrzeżenia. Dodatkowo konsumenci muszą poświadczyć, że otrzymali i zrozumieli następujące dokumenty: Kartę informacyjną, Warunki Ubezpieczenia, regulamin Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego oraz Tabelę Opłat i Limitów.

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 (...) Bank S.A. Po wdrożeniu tych zmian odnotowano spadek ilości reklamacji. Ponadto, pomimo uznania reklamacji za nieuzasadnione, Bank często decyduje o zwrocie klientom wpłaconych środków. Według danych na dzień 27 listopada 2014 r. Bank zawarł 8.085 ugód, zaś według danych na dzień 24 maja 2016 r. ilość ugód wzrosła do około 12.500. Przychód Banku osiągnięty w 2012 r. został ustalony na podstawie zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych.

Stan faktyczny sprawy został ustalony przez Sąd Okręgowy na podstawie dowodów z dokumentów oraz wyjaśnień powoda. Sąd pierwszej instancji uznał za prawidłowe dokonanie ustaleń na podstawie dowodów z 93 skarg konsumentów, wskazując, że powód nie zaproponował na tę okoliczność innych dowodów. Oddalony został wniosek powoda o dopuszczenie dowodu z zeznań świadka P. G., albowiem ilość zawartych ugód nie była kwestionowana przez pozwanego.

Zdaniem Sądu Okręgowego odwołanie nie zasługiwało na uwzględnienie.

W szczególności za niezasadny został uznany zarzut nieważności postępowania administracyjnego, wobec istnienia upoważnienia z dnia 22 października 2012 r. Sąd pierwszej instancji wyjaśnił, że zgodnie z art. 29 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu jest jednoosobowym centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów. Zadania ustawowe Prezes Urzędu realizuje przy pomocy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Dyrektorzy delegatur Urzędu mają kompetencje do wydawania postanowień i decyzji w imieniu Prezesa Urzędu, co do zasady w sprawach z zakresu właściwości swoich delegatur, a drodze wyjątku: w wyniku przekazania sprawy delegaturze, bądź na podstawie indywidualnego upoważnienia Prezesa Urzędu wydanego na podstawie art. 268a k.p.a. w związku z § 2 ust. 1 Statutu (...).

Zdaniem Sądu pierwszej instancji „upoważnienie” z dnia 22 października 2012 r. zawiera upoważnienie Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w K. do podjęcia czynności wynikających z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczących wszczęcia i prowadzenia postępowania w trybie art. 49 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy, a także wydania decyzji przeciwko (...) Bank S.A. z siedzibą w W. w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych, o jakich 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, oraz upoważnienie dyrektora Delegatury M. F. do podpisania dokumentów wydawanych w toku postępowania, a także do wydania decyzji kończącej postępowanie. Upoważnienie to - pomimo powołania się na przepisy dotyczące przekazania - nie przekazuje sprawy delegaturze, tylko upoważnia ją do dokonania wymienionych

zadań. Upoważnienie delegatury do zadań, które nie mieszczą się w jej uprawnieniach określonych rozporządzeniem, tj. „wszczęcia postępowania” i „wydania decyzji”, stanowi przekazanie ustawowych kompetencji Prezesa Urzędu jednostce nieposiadającej osobowości prawnej, która nie może działać w imieniu organu. Tylko organ, jakim jest Prezes Urzędu, może wydać postanowienie o wszczęciu postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (art. 101 ust. 2 u.o.k.i.k.) i wydać decyzję w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (art. 31 ust. 2 u.o.k.i.k.).

Według Sądu Okręgowego, jedynie druga część upoważnienia przesądza, że zaskarżona decyzja została wydana przez uprawniony organ. Dyrektorowi Delegatury zostało bowiem udzielone indywidualne upoważnienie do działania w imieniu Prezesa Urzędu. Dlatego wydanie postanowienia o wszczęciu postępowania i wydanie decyzji w imieniu Prezesa Urzędu, w sprawie nie należącej do właściwości delegatury i która nie została przekazana delegaturze, mieściło się w granicach indywidualnego upoważnienia do działania w imieniu Prezesa Urzędu, udzielonego na podstawie art. 268a k.p.a. w związku z § 2 Statutu Urzędu.

Dokonując oceny zaskarżonej decyzji co do meritum, Sąd pierwszej instancji wskazał, że zgodnie z art. 24 ust. 1 i 2 u.o.k.i.k. (w brzmieniu obowiązującym w dacie jej wydania) zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przy czym przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, polegające m.in. na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych. Przepisanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zaistnienia działania przedsiębiorcy, które jest bezprawne i narusza zbiorowe interesy konsumentów.

W odwołaniu powód twierdził, że nie można przypisać mu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, skoro oferowane przez niego produkty były przeznaczone dla dotychczasowych klientów Banku, którzy byli zainteresowani deponowaniem środków. Klienci, do których adresowano ofertę, byli więc wystarczająco zindywidualizowani, aby wyodrębnić ich spośród ogółu klientów powoda i nie należeli do zbiorowości potencjalnych klientów. Natomiast według Prezesa Urzędu, potencjalnie każdy mógł zawrzeć umowę z zakresu usług oferowanych przez Bank, a następnie - już jako klient Banku - otrzymać ofertę przedmiotowego produktu. W dokumentach dotyczących tych produktów nie ma zastrzeżeń, aby były one przeznaczone wyłącznie dla stałych klientów. Z warunków umów ubezpieczenia, procedur czy regulaminów towarzystw ubezpieczeniowych lub Banku nie wynika, aby osoby, które nie były wcześniej klientami Banku, były wyłączone od możliwości powierzenia środków pieniężnych w ramach ubezpieczenia grupowego.

Zdaniem Sądu Okręgowego, dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów wystarczy ustalić, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma zdefiniowanego, określonego adresata, a zatem wszyscy potencjalni klienci przedsiębiorcy znajdują się w takim samym „negatywnym” położeniu. Tymczasem przedmiotowa praktyka Banku adresowana była do nieograniczonego kręgu konsumentów, tj. każdego, kto mógł stać się klientem Banku i następnie otrzymać ofertę produktu. Wskazywane przez powoda cechy, tj. przynależność do kręgu dotychczasowych klientów i kręgu klientów zainteresowanych w deponowaniu środków, nie stanowią o wyodrębnieniu klientów Banku ze zbiorowości konsumentów. Ponieważ każdy konsument mógł stać się klientem Banku i następnie otrzymać ofertę produktu, zbiorowość klientów Banku nie ma cech wyróżniających ze zbiorowości konsumentów. Na tle niniejszej sprawy nie można określić kryteriów warunkujących uzyskanie statusu klienta Banku. (...) Bank S.A. nie wymagał bowiem posiadania przez konsumenta szczególnej wiedzy, umiejętności czy większej niż przeciętna orientacji na rynku usług finansowych. Przy tym, posiadanie środków finansowych nie jest cechą wyróżniającą ze zbiorowości, bo Bank nie oznaczał granicy środków finansowych, powyżej której oferta mogła być skierowana. Jeżeli zaś postępowanie przedsiębiorcy godzi w interes konsumenta stającego się klientem Banku i jeżeli każdy konsument stający się klientem Banku spotkałby się z takim samym postępowaniem, to przeciwdziałanie temu postępowaniu służy ochronie konsumentów.

Sąd pierwszej instancji wskazał, że w zaskarżonej decyzji zarzucono powodowi stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych. Stosowanie tych praktyk jest zachowaniem bezprawnym, co wynika z zakazu praktyk tego rodzaju oraz z przesłanki sprzeczności zachowania przedsiębiorcy z dobrymi obyczajami, jako warunku uznania jego zachowania za nieuczciwą praktykę

rynkową. W związku z tym, o bezprawności działania przedsiębiorcy świadczy przypisanie mu praktyki uznanej przez ustawodawcę za nieuczciwą. Praktyka wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej, w rozumieniu z art. 4 ust. 1 i 2 u.p.n.p.r., 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. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową.

Sąd Okręgowy wyjaśnił, że zgodnie z treścią art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. 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. Szczególnym zaś przypadkiem działania wprowadzającego w błąd - przewidzianym w art. 5 ust. 3 pkt 2 u.p.n.p.r. - jest 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.

Powód w odwołaniu zarzucił, że Prezes Urzędu naruszył art. 7 k.p.a. poprzez zaniechanie zgromadzenia dowodów bezpośrednio potwierdzających wystąpienie zarzucanej praktyki i oparcie się na dowodach pośrednich, tj. 93 skargach konsumentów oraz wydrukach skryptów sprzedażowych wskazujących sposoby formułowania wypowiedzi dotyczących oferowania ochrony ubezpieczeniowej konsumentom, będącym uprzednio klientami Banku. Według powoda nie jest możliwe stwierdzenie nieuczciwej praktyki rynkowej na podstawie 93 skarg, ponieważ próba ta jest znikoma w stosunku do co najmniej 178.250 przypadków skutecznego objęcia ochroną ubezpieczeniową. Natomiast w materiale dowodowym brak jest dowodu bezpośredniego na okoliczność istnienia praktyk, w postaci zeznań samych konsumentów jako świadków, a także udokumentowania faktu, że pracownicy Banku bezpośrednio kontaktowali się ze skarżącymi celem potwierdzenia treści skarg lub uzyskania dalszych informacji na temat okoliczności udzielenia ochrony ubezpieczeniowej. Natomiast Prezes Urzędu wyjaśnił, że do materiału dowodowego zostały zaliczone tylko te skargi, co do których konsumenci wyrazili zgodę na ujawnienie ich danych osobowych. Ponadto ocena praktyki ma charakter merytoryczny, a nie ilościowy, zaś skargi konsumentów zostały przez niego ocenione w aspekcie wprowadzenia ich w błąd.

Sąd Okręgowy stwierdził, że na podstawie art. 231 k.p.c. Prezes Urzędu mógł uznać za ustalone fakty mające istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy, jeżeli wniosek taki można było wyprowadzić z innych ustalonych faktów. Ocena dowodów w postaci skarg konsumentów oraz materiałów wewnętrznych powoda, pokazała obraz praktyki stosowanej przez Bank. Prezes Urzędu nie musiał przeprowadzać dowodów ze źródeł osobowych, w sytuacji, gdy analiza zgromadzonych dokumentów wystarczała do uznania, że organ sprostał ciężarowi dowodu, a wniosek o dopuszczenie dowodu z zeznań świadków na okoliczności przeciwne nie został złożony przez powoda.

Według Sądu pierwszej instancji zbadanie, czy skutek działania powoda doszło do naruszenia art. 5 ust. 3 pkt 2 u.p.n.p.r., wymaga ustalenia wzorca konsumenta korzystającego z produktów Banku. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. za przeciętnego uznaje się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Przy tym, oceny tej należy dokonać 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.

Według Sądu Okręgowego, w przedmiotowej sprawie 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 Bank. Utrwalone 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. W złożonych skargach przewija się określenie „lokata” i utożsamianie z nią produktów oferowanych przez Bank.

Sąd pierwszej instancji zauważył, że oferowane przez powoda produkty należały do grupy tzw. produktów strukturyzowanych. Wiedza na temat tych produktów nie jest powszechna nawet wśród pracowników Banku, zaś umowy odnoszące się do nich nie należą do umów standardowych. Konsument nie ma więc świadomości, że Bank może mu zaproponować skomplikowany i ryzykowny produkt zamiast tradycyjnej, znanej mu lokaty terminowej. Nie podając cech produktu, lecz przenosząc uwagę konsumenta na wyniki podpisanej umowy, Bank mógł pozbawić konsumenta wiedzy, która była potrzebna do podjęcia decyzji dla oceniającego sprawę rozsądnie konsumenta. Ponieważ ze skarg klientów nie wynika, aby Bank ujawniał swoją rolę w zawieranych umowach (ubezpieczający), należy przyjąć, że konsumenci działali w ramach utrwalonego wyobrażenia o zakresie działalności banków. Otrzymując wybiórcze informacje, przeciętny konsument mógł być łatwo wprowadzony w błąd co do cech, jakie ma oferowany produkt.

Sąd Okręgowy wskazał ponadto, że praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd musi mieć potencjalną lub rzeczywistą zdolność kierowania wyborem konsumenta. Wyjaśnił, że stosowana przez Bank praktyka to praktyka wprowadzająca w błąd przeciętnego konsumenta na etapie przedkontraktowym. Konsumenci przychodzili do Banku w celu założenia lokat terminowych, zaś pracownicy powoda oferowali im produkty, które miały przynosić większe korzyści, niż lokaty terminowe. Praktyka ta doprowadziła do powstania fałszywego wyobrażenia, prowadzącego do podjęcia lub możliwości podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Z uwagi na treść materiałów marketingowych i jednolitość opisów w skargach konsumentów co do informacji przekazywanych im przez pracowników Banku, pomimo że dotyczą one różnego czasu i różnych ofert przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, Sąd pierwszej instancji uznał, 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.

Sąd pierwszej instancji stwierdził, że stosowane przez pracowników powoda techniki prezentacji produktów eksponowały korzyści związane z inwestycją, pomijając ryzyka związane z przystąpieniem do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Ponadto konsumenci nie mieli zamiaru nabywać produktów długoterminowych, a ich uwaga dotyczyła bądź krótkoterminowych lokat depozytowych, bądź krótkoterminowych umów. Z przedstawionych w skargach opisów prowadzonych spotkań wynika, że pracownicy Banku prowadzili z konsumentami rozmowy w taki sposób, aby wierzyli oni, że przedmiotem rozmów są produkty odpowiadające lokatom terminowym. W trakcie rozmów wykorzystywane były materiały zawierające wykresy, tabele, kalkulatory, zaś pracownicy powoda wyliczali symulacje zysków. Dzięki wykorzystaniu tych instrumentów u konsumentów wywoływane było przekonanie, że podejmują racjonalne decyzje w oparciu o rzetelne dane i analizy. Tymczasem sposób prezentacji produktów wynikał z zaleceń Banku. Wewnętrzna korespondencja sugerowała używanie określonych sformułowań w trakcie rozmów z konsumentami, podczas których była im oferowana możliwość przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Oprócz propozycji konkretnych sformułowań, sugerowane były konkretne scenariusze prowadzenia rozmów i budowania zainteresowania produktami u konsumentów.

Sąd Okręgowy wskazał, że pracownicy Banku posiadali gotowe przykłady odpowiedzi na wątpliwości konsumentów związane m.in. z długością trwania umów. Jednak ich zadaniem było prezentowanie potencjalnych korzyści finansowych wynikających z podwyższonego oprocentowania i możliwości rozwiązania umowy. Konsumenci byli informowani, że oferta dotyczy „lepszyc lokat” o wyższym oprocentowaniu. Otrzymywali zapewnienia, że dzięki skorzystaniu z oferty uzyskają znacznie wyższe korzyści finansowe, niż gdyby powierzyli środki pieniężne w ramach standardowych lokat terminowych. Byli również informowani o możliwości wycofania wpłaconych środków i pomimo tego zachowania prawa do odsetek. Prawo do wycofania wkładów było jednym z ważniejszych warunków branych pod uwagę przez konsumentów przy podejmowaniu decyzji o skorzystaniu z przedstawianej im oferty. Już

samo zapewnienie, że w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy konsument nie straci żadnej kwoty z powierzonych środków, mogło determinować podjęcie decyzji o zawarciu umowy.

W związku z informacjami Banku mogło dojść do przeświadczenia konsumenta, że otrzyma produkt posiadający wszystkie cechy zwykłej lokaty oraz dodatkowe korzyści. Deklarując chęć zawarcia lokat krótkoterminowych i otrzymując od Banku propozycję „czegoś lepszego”, konsument nie miał podstaw, aby uważać, że proponowany produkt nie spełnia cech lokaty terminowej. Konsument stał się przygotowany do wysłuchania informacji o szczegółach związanych z oferowanymi korzyściami, bez obawy przed zainwestowaniem swoich oszczędności w proponowany produkt. Korzyści, jakie były prezentowane przez pracowników Banku, dotyczyły głównie możliwości rozwiązania umowy przed terminem oraz uzyskania wysokich odsetek. Ponieważ dla konsumentów ważna jest możliwość wycofania środków w dowolnym momencie, uzyskanie takiego prawa było czynnikiem, który mógł doprowadzić do podjęcia decyzji o zawarciu umowy, której nie podjęliby, gdyby zdawali sobie sprawę ze wszystkich warunków umowy.

Sąd pierwszej instancji podkreślił, że prezentacje Banku pomijały ryzyka związane z przystąpieniem do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Są to m.in.: ryzyko utraty części lub całości środków w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem okresu ubezpieczenia, gdyż Ubezpieczeniowe Fundusze Kapitałowe mają na celu zapewnienie ochrony kwoty odpowiadającej składce wpłaconej przez ubezpieczonego w okresie subskrypcji, na koniec okresu ubezpieczenia; ryzyko nieosiągnięcia 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). Na podstawie przekazanych informacji konsumenci uważali, że w przypadku rozwiązania umów przed upływem terminu otrzymają przynajmniej zwrot wpłaconych środków pieniężnych. Tymczasem kwota, jaka miała zostać im zwrócona, była znacznie niższa niż wartość wpłaconych środków pieniężnych, o czym nie byli informowani.

Sąd Okręgowy ocenił jako prawidłowe stanowisko Prezesa Urzędu, że konsumenci powinni być informowani o wszystkich kosztach, które są pobierane z wpłaconych przez nich środków, a które mają wpływ na wypłaconą im kwotę w razie rozwiązania umowy przed terminem. Konsumentom nie była przedstawiana konstrukcja umowy, gdzie ochroną jest objęta jedynie „składka zainwestowana”, przez którą należy rozumieć środki pieniężne wpłacane przez ubezpieczonego, pomniejszone o opłaty pobierane przez towarzystwo ubezpieczeń. „Składka zainwestowana” nie jest więc równoznaczna z wartością wpłaconych jednorazowo lub sukcesywnie w trakcie realizacji umowy środków pieniężnych. Od dokonywanych wpłat są pobierane opłaty, które nie występują w przypadku powierzenia Bankowi środków pieniężnych w ramach lokat depozytowych, więc kwota, którą otrzymają konsumenci w momencie zakończenia realizacji umowy, może być niższa od łącznej kwoty wpłaconych środków.

Sąd pierwszej instancji wskazał, że również 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), nie było wyraźnie przedstawiane konsumentom. Ryzyko to wiąże się z niepewnością ostatecznego efektu inwestycyjnego, a więc wartości, jaką konsument może otrzymać na koniec okresu trwania umowy. W przypadku produktów na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym istniała możliwość nieotrzymania przez konsumenta żadnych środków pieniężnych. Głównym czynnikiem ryzyka powodującym możliwość wystąpienia takiej sytuacji, było ryzyko wynikające z niewywiązywania się z zawartej umowy przez emitenta instrumentów finansowych wchodzących w skład Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego. Ryzyko kredytowe to także zagrożenie, że płatności emitenta nie zostaną uregulowane w terminie lub zostaną uregulowane tylko częściowo. Tymczasem Bank nie przekazywał konsumentom informacji o ryzyku utraty całości lub części środków.

W wielu przypadkach konsumenci dopiero po przeczytaniu wysłanej przez Bank korespondencji rocznicowej, bądź po zapoznaniu się z informacjami na forach internetowych, dowiadywali się o powyższych ryzykach. Ich reakcje na powyższe informacje świadczą to o tym, że w momencie zawierania umów nie zdawali sobie sprawy z cech produktów, o których powinni byli zostać poinformowani przez powoda. Konsumenci 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. Konsumenci byli rozczarowani niezgodnością faktycznych cech produktów z cechami przedstawionymi im przez Bank.

Sąd Okręgowy wskazał, że przeciętny konsument miał prawo do otrzymania pełnych, rzetelnych, nie wprowadzających go w błąd informacji o cechach oferowanych przez powoda produktów, a w szczególności 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. Konsumenci nie musieli się bowiem spodziewać, że przychodząc do Banku i chcąc powierzyć mu 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. Podnoszona przez Bank okoliczność, że konsumenci składali oświadczenia o świadomości podstawowych cech produktu oraz otrzymaniu Warunków Ubezpieczenia, Tabeli Opłat i Limitów oraz regulaminu Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego, nie oznacza eliminacji błędu co do cech produktu, gdy cechy te nie zostały przedstawione im w sposób dostatecznie jasny i jednoznaczny, zaś umowa była podpisywana „od ręki”. Oceny tej nie zmienia również fakt, że podawana informacja była częściowo prawdziwa (oprocentowanie).

Sąd pierwszej instancji zaznaczył, że zmiana procedur przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, poprzedzona uchwałami (...) Banku (...) i (...) Banku nr (...) została przyjęta za datę zakończenia stosowania praktyki wprowadzającej w błąd. Jako środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów Prezes Urzędu zastosował poinformowanie konsumentów o stosowanej praktyce na stronie internetowej powoda. Tymczasem powód w odwołaniu zarzucił naruszenie art. 7 i art. 77 k.p.a. w związku z art. 27 ust. 4 w związku z art. 26 ust. 2 u.o.k.i.k. poprzez niewykazanie, że publikacja punktu pierwszego decyzji na stronie internetowej Banku jest konieczna i niezbędna. Zdaniem powoda, skutki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zostały już w bardzo dużej części usunięte i powód dokłada wszelkich starań w celu ich usunięcia. Od połowy sierpnia 2012 r. Bank prowadzi aktywne działania zmierzające do usunięcia skutków ewentualnego naruszenia zbiorowych interesów konsumentów związanych z oferowaniem ochrony ubezpieczeniowej, w ten sposób, że w ramach prowadzonego postępowania reklamacyjnego zawiera wspólnie z towarzystwami ubezpieczeń albo z własnej inicjatywy porozumienia reklamacyjne będące ugodami, na mocy których wypłaca sam albo za pośrednictwem towarzystw, niezależnie od wyników inwestycyjnych danego ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego, wszelkie kwoty, które konsumenci jako ubezpieczeni wpłacali tytułem składki ubezpieczeniowej. W okresie od 1 stycznia 2013 r. do 23 sierpnia 2013 r. Bank zawarł z konsumentami 3.424 ugody przewidujące zwrot wszelkich kwot, które konsumenci wpłacili tytułem składek ubezpieczeniowych. Na dzień wniesienia odwołania, ugody obejmowały łącznie kwotę 140.921.255,50 zł, przy czym partycypacja Banku w tej kwocie wynosiła co najmniej 50 %. Na dzień wniesienia odwołania środki zostały wypłacone co najmniej 40 % skarżących. Według powoda, nałożenie na niego obowiązku publikacji nie jest celowe, ponieważ Bank zmierza do zaspokojenia wszelkich uzasadnionych roszczeń konsumentów w związku z ich stratami inwestycyjnymi i robi to dobrowolnie, bez konieczności wytaczania powództw przez konsumentów oraz w sposób nie powodowany działaniami władz publicznych.

Natomiast według Prezesa Urzędu, nałożenie na powoda obowiązku publikacji zaskarżonej decyzji było celowe, albowiem w dacie jej wydania trwały skutki stosowanej przez Bank praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Część konsumentów może nadal być w sporze z Bankiem co do okoliczności, w jakich przystąpili do grupowych ubezpieczeń. Konieczne jest więc określenie środka usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez przekazanie możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców informacji o działaniu Banku uznanym za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną

oraz prewencyjną, ma on bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób należy przekazywać konsumentom informacje, a jednocześnie ostrzegać przedsiębiorców, że w przypadku naruszenia interesów konsumentów muszą oni liczyć się z sankcjami. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez powoda dodatkowych kosztów. Zarazem zastosowanie tego środka umożliwi niezwłoczne dotarcie informacji o wydanej decyzji do dużej liczby konsumentów korzystających z usług Banku.

Zdaniem Sądu Okręgowego, zastosowanie powyższego środka jest celowe z uwagi na wyeliminowanie skutków stosowanej praktyki. Informacja o stosowaniu praktyki przez powoda była podawana w przestrzeni publicznej w 2012 r., co skutkowało wnoszeniem przez konsumentów reklamacji, na podstawie których Bank zawiera umowy. Istnieje więc prawdopodobieństwo, że dalsi konsumenci nie są poinformowani o przedmiotowej praktyce.

Zdaniem Sądu pierwszej instancji, nałożona na powoda kara pieniężna jest zgodna z przepisem art. 106 ust. 1 u.o.k.i.k. Kara pieniężna ma na celu prewencję, tj. zapobieganie w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy, a także represję, a więc powinna stanowić odczuwalną dolegliwość za ich naruszenie. Jednocześnie wymiar kary ustalonej w zaskarżonej decyzji uwzględnia dyrektywy określone w art. 111 u.o.k.i.k. (w brzmieniu obowiązującym w dacie jej wydania), tj. okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także przychody osiągnięte przez przedsiębiorcę. Powód stosował praktykę ujawniającą się na etapie przedkontraktowym przez długi okres czasu (od 2009 r.). Naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów było co najmniej nieumyślne. Praktyka mogła powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której nie podjąłby, gdyby przekazywane informacje co do cech produktów były rzetelne. Ustalona kwota bazowa 8.083.521 zł odnosi się do przychodu Banku (dane co do przychodu i procentowego ujęcia kary w przychodzie objęte są tajemnicą przedsiębiorstwa) i uwzględnia okoliczność łagodzącą w postaci zaniechania stosowania praktyki (obniżenie o 30 %). Wynik tych działań doprowadził do wyliczenia kwoty kary pieniężnej w wysokości 5.658.465 zł.

Sąd Okręgowy nie uwzględnił podniesionego w odwołaniu zarzutu nieuwzględnienia jako okoliczności łagodzącej, wskazanej w „Wyjaśnieniach w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów”, dobrowolnej kompensacji osobom poszkodowanym szkody poniesionej na skutek naruszenia, co powinno prowadzić do zmniejszenia kary w przedziale 10 % - 20 %. Podzielił pogląd Prezesa Urzędu, że zawierane z konsumentami porozumienia nie były efektem czynności Banku, a jedynie odpowiedzią na reklamacje składane przez konsumentów. Powód nie przedstawił żadnego harmonogramu podejmowanych działań mających na celu doprowadzenie do usunięcia skutków stosowanej praktyki, polegających na poinformowaniu konsumentów o możliwości zwracania się do Banku o zwrot wpłaconych środków pieniężnych w związku z przystąpieniem do ubezpieczeń. Tym samym brak było podstaw do uznania, że Bank podjął odpowiednie czynności, które kwalifikować można jako dobrowolną kompensację strat osobom poszkodowanym przez stosowanie niedozwolonej praktyki. Środki pieniężne były zwracane konsumentom, gdy Bank uznał zasadność reklamacji. Ponadto konsumenci otrzymują propozycje zawarcia porozumień na różnych warunkach, a więc zasady kompensacji strat nie są ani dobrowolne, ani jednolite.

Sąd pierwszej instancji podkreślił, że kara pieniężna powinna pełnić funkcję prewencji szczególnej i ogólnej, a więc być realną i odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, stanowiącą reakcją na naruszenie przepisów prawa, a także ostrzeżeniem na przyszłość zapobiegającym powtarzaniu się nagannych zachowań. Jednakże zmniejszył wymiar nałożonej na powoda kary pieniężnej, mając na uwadze wzrost ilości ugód zawieranych z poszkodowanymi konsumentami. Wyjaśnił, że pomimo, iż dokonywana kompensacja nie odpowiada wytycznym uprawniającym do zmniejszenia wysokości kary, to gotowość powoda do zaspokajania roszczeń tych konsumentów, którzy sami zwrócili się o to do Banku, powinien znaleźć symboliczne przełożenie na wymiar kary.

Od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie apelację wniósł powód (...) Bank S.A. z siedzibą w W..

Apelacją powód zaskarżył wyrok w całości, wnosząc o jego zmianę poprzez uwzględnienie odwołania i uchylenie zaskarżonej decyzji w całości, ewentualnie zmianę zaskarżonego wyroku poprzez zmianę zaskarżonej decyzji w części

dotyczącej wymierzenia powodowi kary pieniężnej (punkt III decyzji) oraz jej uchylenie w części dotyczącej nałożenia na powoda obowiązku informacyjnego (punkt II decyzji). Powód zarzucił wyrokowi Sądu Okręgowego naruszenie:

1) art. 268a k.p.a. poprzez jego błędne zastosowanie oraz interpretację i w konsekwencji przyjęcie, że pismo z dnia 22 października 2012 r. stanowi indywidualne upoważnienie Dyrektora Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w K. w rozumieniu powołanego przepisu;

2) art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez jego błędne zastosowanie i przyjęcie, że działania powoda nosiły znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, podczas gdy oferta powoda ubezpieczenia na życie i dożycie w ramach grupowych umów ubezpieczenia z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi była skierowana do skategoryzowanej grupy adresatów, tj. klientów powoda będących deponentami;

3) art. 231 w związku z art. 233 § 1 k.p.c. poprzez uznanie za ustalone faktów mających istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy na podstawie wnioskowania z innych ustalonych faktów, tj. ustalenie faktu wniesienia do Prezesa Urzędu 93 skarg konsumenckich oraz ustalenia faktu istnienia skryptów sprzedażowych o określonej treści i na tej podstawie ustalenie stosowania przez powoda nieuczciwej praktyki rynkowej naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na naruszeniu przepisów o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przy czym wymienione drugie ustalenie poprzez wnioskowanie zostało oparte na dowolnej ocenie materiału dowodowego, a w szczególności na wnioskowaniu z treści 93 niebezpośrednich dowodach o całokształcie działalności powoda w zakresie oferowania ochrony ubezpieczeniowej w ramach grupowych ubezpieczeń z funduszami kapitałowymi, co uchybia zasadą logiki, albowiem próba znajdująca się w materiale dowodowym jest zbyt mała dla wyciągania jakichkolwiek wniosków co do rzeczywistej działalności powoda;

4) art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 2 w związku z art. 26 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez jego błędne zastosowanie, albowiem w sprawie w chwili orzekania skutki praktyki zostały już przez powoda usunięte, a powód zaprzestał z końcem 2013 r. oferowania ubezpieczeń na podstawie umów grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, zaś jego twierdzenia w tym zakresie zawarte w piśmie z dnia 27 listopada 2014 r. nie zostały zakwestionowane przez pozwanego;

5) art. 106 ust. 1 pkt. 4 w związku z art. 111 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 111 ust. 3 pkt 1 lit. a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez nie zastosowanie ostatniego z wymienionych przepisów i w konsekwencji zaniechanie obniżenia kary na tej podstawie, albowiem w sprawie w chwili orzekania skutki praktyki zostały już przez powoda usunięte.

Pozwany Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wnosił o oddalenie apelacji i zasądzenie na jego rzecz kosztów postępowania apelacyjnego.

### **Sąd Apelacyjny zważył:**

Apelacja powoda nie zasługuje na uwzględnienie.

Sąd Okręgowy dokonał prawidłowych ustaleń faktycznych i Sąd Apelacyjny przyjmuje je za własne. Także rozważania prawne Sądu pierwszej instancji są w większości trafne.

Wprawdzie ma rację skarżący zarzucając Sądowi pierwszej instancji naruszenie art. 268a k.p.a. poprzez wadliwe przyjęcie, że pismo z dnia 22 października 2012 r. stanowi indywidualne upoważnienie Dyrektora Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w K., jednakże wadliwość ta nie miała wpływu na treść zapadłego w niniejszej sprawie orzeczenia.

W aktach administracyjnych (k. 1) znajduje się upoważnienie udzielone przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, na podstawie art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w związku z § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

(Dz. U. Nr 107, poz. 887), na rzecz: Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w K. - do podjęcia czynności wynikających z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i wydania przeciwko (...) Bank S.A. decyzji w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, oraz na rzecz M. F. dyrektora tej Delegatury - do podpisywania dokumentów wydawanych w toku postępowania i wydania decyzji kończącej postępowanie.

Z przepisów art. 29, art. 31 pkt 1 i art. 33 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm., zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów” lub „ustawą”) bezspornie wynika, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów, do zakresu działania którego należy wydawanie decyzji m.in. w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zaś Urząd jest wyłącznie jego aparatem pomocniczym, który nie posiada własnych kompetencji. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ma strukturę rozczłonkowaną terytorialnie i rzeczowo, albowiem w jego skład wchodzi: Centrala w Warszawie, delegatury Urzędu w Bydgoszczy, w Gdańsku, w Katowicach, w Krakowie, w Lublinie, w Łodzi, w Poznaniu, w Warszawie i we Wrocławiu oraz laboratoria nadzorowane przez Prezesa Urzędu (art. 33 ust. 1 ustawy). Delegaturami Urzędu kierują dyrektorzy delegatur (art. 33 ust. 2 ustawy). Dyrektorzy Delegatur nie są organami administracji i nie mogą wydawać decyzji administracyjnych we własnym imieniu, albowiem ustawodawca nie przyznał im takich kompetencji. Jednakże dyrektorzy Delegatur wydają decyzje w imieniu Prezesa Urzędu na podstawie pełnomocnictwa administracyjnego, tj. upoważnienia wynikającego z mocy ustawy (art. 33 ust. 6 ustawy) albo upoważnienia udzielonego przez właściwy organ (art. 268a k.p.a. w związku z § 2 ust. 1 i ust. 3 zarządzenia nr 146 Prezesa Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów, M.P. Nr 97, poz. 846 ze zm., zwanego dalej „Statutem Urzędu”). Przy tym, istnienie w danej sprawie ustawowego upoważnienia powoduje, że zbędne jest udzielenie upoważnienia przez Prezesa Urzędu.

Zgodnie z treścią art. 33 ust. 6 ustawy decyzje i postanowienia w sprawach z zakresu właściwości delegatur oraz w sprawach przekazanych do załatwienia przez Prezesa Urzędu na podstawie ust. 5, dyrektorzy Delegatur wydają w imieniu Prezesa Urzędu. Oznacza to istnienie ustawowego pełnomocnictwa administracyjnego na rzecz dyrektora Delegatury w dwóch sytuacjach: gdy sprawa należy do właściwości Delegatury na podstawie przepisów Rozporządzenia, bądź gdy sprawa została przekazana do załatwienia Delegaturze przez Prezesa Urzędu. Istnienie ustawowego pełnomocnictwa administracyjnego zostało przewidziane na rzecz dyrektorów Delegatur, albowiem skoro zgodnie z przepisami wydanego na podstawie art. 33 ust. 3 ustawy Rozporządzenia Delegatury są „właściwe” miejscowo i rzeczowo do załatwiania określonej części spraw, nadmiernym obciążeniem byłoby wymaganie od Prezesa Urzędu udzielania każdorazowo upoważnienia do załatwienia danej sprawy. Natomiast w nietypowych sytuacjach Prezes Urzędu ma możliwość udzielenia takiego upoważnienia dyrektorom Delegatur na podstawie art. 268a k.p.a. w związku z § 2 ust. 1 i ust. 3 Statutu (...). Przepisy te przewidują możliwość udzielenia upoważnienia do podejmowania decyzji w imieniu Prezesa Urzędu, w określonych sprawach, nie tylko dyrektorom Delegatur, ale także innym osobom wymienionym w § 2 ust. 1 Statutu (...), tj. wiceprezesom, dyrektorowi generalnemu oraz dyrektorom komórek organizacyjnych wymienionych w § 4 ust. 1 (por. uzasadnienia wyroków Sądu Najwyższego z dnia 9 września 2015 r., sygn. akt III SK 40/14, LEX nr 1792428 i z dnia 23 maja 2017 r., sygn. akt III SK 35/16, LEX nr 2312220).

W ocenie Sądu Apelacyjnego, oświadczeniem z dnia 22 października 2012 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów niniejszą sprawę przekazał do załatwienia Delegaturze Urzędu w K., czego skutkiem było wykreowanie ustawowego upoważnienia dla dyrektora Delegatury do wydawania decyzji i postanowień w tej sprawie. Wprawdzie treść powołanego pisma jest nieprecyzyjna, lecz wadliwość ta nie skutkuje bezskutecznością przekazania sprawy na podstawie art. 33 ust. 5 ustawy, skoro wynika z niego jednoznacznie wola Prezesa Urzędu, aby skonkretyzowaną podmiotowo i przedmiotowo sprawę załatwiła Delegatura Urzędu. Wprawdzie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów „upoważnił” Delegaturę Urzędu w K. do podjęcia czynności wynikających z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dotyczących wszczęcia i prowadzenia postępowania oraz do wydania decyzji w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko (...) Bank S.A., lecz skoro wyliczenie tych działań obejmuje wszystkie etapy postępowania, należy przyjąć, że wola organu w rzeczywistości obejmowała „przekazanie” sprawy do załatwienia, a nie udzielenie upoważnienia. Taka wykładnia

oświadczenia woli Prezesa Urzędu jest uzasadniona także z tej przyczyny, że zgodnie z obowiązującymi przepisami nie mógł on udzielić upoważnienia Delegaturze Urzędu jako części swojego aparatu pomocniczego. Zgodnie bowiem z poglądami wyrażanymi w piśmiennictwie, upoważnienie do wykonywania kompetencji (tzw. pełnomocnictwo administracyjne) może zostać udzielone przez organ: pracownikowi aparatu pomocniczego tego organu, innemu organowi, bądź innemu podmiotowi (zob. M. Wierzbowski, A. Wiktorowska, w: Prawo administracyjne pod red. M. Wierzbowskiego, Wolters Kluwer, Warszawa 2017, s. 100-101). Upoważnienie mogło zostać udzielone przez Prezesa Urzędu dyrektorowi Delegatury jako pracownikowi aparatu pomocniczego organu, jednakże było to zbędne w sytuacji przekazania sprawy do załatwienia Delegaturze Urzędu, wobec istnienia upoważnienia ustawowego na podstawie art. 33 ust. 6 w związku z ust. 5 ustawy. Dlatego nie jest istotny zawarty w analizowanym piśmie zapis o udzieleniu dyrektorowi Delegatury upoważnienia do wydania decyzji. Na podstawie powołanych przepisów dyrektor Delegatury Urzędu w K. był bowiem upoważniony do wydawania decyzji i postanowień w niniejszej sprawie.

Mając na uwadze powyższe rozważania, brak jest podstaw do przyjęcia, że zaskarżona decyzja została wydana z naruszeniem przepisów o właściwości oraz bez upoważnienia. Ponadto, wbrew wątpliwościom powoda wyrażonym w apelacji, w judykaturze wyjaśniono, że brak uzasadnienia „szczególnie uzasadnionego przypadku” przy przekazaniu sprawy przez Prezesa Urzędu, nie powoduje, iż decyzja wydana przez dyrektora Delegatury Urzędu jest wydana z naruszeniem przepisów o właściwości. O takim naruszeniu można by mówić w przypadku wydania decyzji przez dyrektora Delegatury Urzędu bez stosownego przekazania sprawy przez Prezesa Urzędu. Natomiast jeżeli sprawa została przekazana Delegaturze Urzędu do załatwienia, jej dyrektor wydaje decyzję w imieniu Prezesa Urzędu, w ramach wewnętrznej dekoncentracji kompetencji w aparacie pomocniczym, co oznacza, że pojęcie „właściwość” w art. 33 ust. 3 ustawy jest użyte przez ustawodawcę w innym znaczeniu, niż w przepisach k.p.a. W tej sytuacji decyzja jest traktowana jako wydana przez umocowany ustawowo organ i nie może być mowy o naruszeniu przepisów o właściwości. Należy jednak podkreślić, że z uwagi na treść art. 33 ust. 5 ustawy, należy oczekiwać od Prezesa Urzędu choćby minimalnego uzasadnienia powodów przekazania sprawy do rozpoznania Delegaturze Urzędu (por. uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z dnia 9 września 2015 r., sygn. akt III SK 40/14, LEX nr 1792428).

Nie zasługują na uwzględnienie także pozostałe zarzuty apelacji, które dotyczą kwestii, do których Sąd Okręgowy odniósł się obszernie i prawidłowo w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku. W szczególności niezasadny jest zarzut naruszenia art. 231 w związku z art. 233 § 1 k.p.c. poprzez ustalenie stosowania przez powoda nieuczciwej praktyki rynkowej naruszającej zbiorowe interesy konsumentów na podstawie faktów wniesienia do Prezesa Urzędu 93 skarg konsumenckich oraz istnienia skryptów sprzedażowych o określonej treści. W ocenie Sądu Apelacyjnego, Sąd pierwszej instancji prawidłowo przyjął, że dowody w postaci skarg konsumentów oraz wewnętrznych materiałów sprzedażowych powoda były wystarczające do udowodnienia stosowania praktyki przez Bank. Prezes Urzędu nie był obowiązany do przeprowadzenia dowodów ze źródeł osobowych, w sytuacji, gdy analiza zgromadzonych dokumentów wystarczała do uznania, że organ sprostał ciężarowi dowodu, a wniosek o dopuszczenie dowodu z zeznań świadków na okoliczności przeciwne nie został zgłoszony przez powoda. Przy tym, dowodów ze skarg konsumentów nie należy oceniać wyłącznie ilościowo, mając na uwadze fakt, że do materiału dowodowego zostały one zaliczone tylko wówczas, gdy konsument wyraził zgodę na ujawnienie jego danych osobowych.

Nie ma racji również skarżący zarzucając naruszenie art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez przyjęcie, że działania powoda nosiły znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, podczas gdy oferta powoda ubezpieczenia na życie i dożycie w ramach grupowych umów ubezpieczenia z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi była skierowana do skategoryzowanej grupy adresatów, tj. klientów powoda będących deponentami. Sąd pierwszej instancji trafnie bowiem wyjaśnił, że dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów wystarczy ustalić, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma zdefiniowanego, określonego adresata, a zatem wszyscy potencjalni klienci przedsiębiorcy znajdą się w takim samym „negatywnym” położeniu. Tymczasem przedmiotowa praktyka Banku adresowana była do nieograniczonego kręgu konsumentów, tj. każdego, kto mógł stać się klientem Banku i następnie otrzymać ofertę produktu. Ponieważ każdy konsument mógł stać się klientem Banku i następnie otrzymać ofertę produktu, zbiorowość klientów Banku nie ma cech wyróżniających ze zbiorowości konsumentów.

Nietrafny jest także zarzut naruszenia art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 2 w związku z art. 26 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez jego zastosowanie, w sytuacji, gdy skutki praktyki zostały już przez powoda usunięte. Sąd Okręgowy prawidłowo przyjął, że zastosowanie środka w postaci nakazania publikacji punktu pierwszego decyzji na stronie internetowej Banku jest celowa w uwagi na wyeliminowanie skutków praktyki. Informacja o stosowaniu praktyki przez powoda była bowiem podawana w przestrzeni publicznej w 2012 r., co skutkowało wnoszeniem przez konsumentów reklamacji, na podstawie których Bank zawiera umowy. Istnieje jednak prawdopodobieństwo, że dalsi konsumenci nie są poinformowani o przedmiotowej praktyce i zgłoszenie przez nich roszczeń do Banku wymaga uprzedniego uzyskania informacji o stosowaniu praktyki. Przy tym, publikacja informacji na własnej stronie internetowej, nie będzie wiązała się z koniecznością poniesienia przez powoda kosztów. Także okres publikacji, wynoszący jeden miesiąc, powoduje, że nałożony obowiązek nie jest uciążliwy.

Nie ma też racji skarżący zarzucając naruszenie art. 106 ust. 1 pkt. 4 w związku z art. 111 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 111 ust. 3 pkt 1 lit. a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez zaniechanie obniżenia kary, w sytuacji, gdy skutki praktyki zostały już przez powoda usunięte. Sąd pierwszej instancji słusznie przyjął, że w niniejszej sprawie nie wystąpiła przesłanka łagodząca wymiar kary, polegająca na dobrowolnej kompensacji osobom poszkodowanym szkody poniesionej na skutek naruszenia. Zawierane z konsumentami porozumienia nie były bowiem efektem czynności Banku, a jedynie odpowiedzią na reklamacje składane przez konsumentów. Powód nie przedstawił również harmonogramu podejmowanych działań mających na celu doprowadzenie do usunięcia skutków stosowanej praktyki, polegających na poinformowaniu konsumentów o możliwości zwracania się do Banku o zwrot wpłaconych środków pieniężnych w związku z przystąpieniem do ubezpieczeń. Nie ma podstaw do uznania, że Bank podjął odpowiednie czynności, które kwalifikować można jako dobrowolną kompensację strat osobom poszkodowanym przez stosowanie niedozwolonej praktyki. Relacje Banku ograniczają się bowiem jedynie do osób, które złożyły reklamacje, natomiast pomijają osoby, które takich reklamacji nie złożyły na skutek braku wiedzy o stosowaniu przez powoda praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jedynie ubocznie wskazać należy, że uwzględniając wzrost ilości umów zawartych przez Bank, Sąd pierwszej instancji zmienił zaskarżoną decyzję w zakresie kary pieniężnej, obniżając ją w niewielkim zakresie.

Podstawą orzeczenia Sądu Apelacyjnego był art. 385 k.p.c. O kosztach procesu orzeczono na zasadzie art. 98 § 1 i 3 w związku z art. 108 § 1 k.p.c.