



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Decyzja wersja jawna

Bydgoszcz, dnia 3 lutego 2020 r.

Znak: RBG-610-03/18/AS

DECYZJA NR RBG -1/2020

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.)- po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie polegające na:

1. proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umową o lokatę bankową, nabycia obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o:

- charakterystykę produktów dostępnych w ofercie Idea Bank Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie z których dotychczas korzystali ww. konsumenci

oraz

- oświadczenia składane przez tych konsumentów w toku oferowania im obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie przez Idea Bank Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie,

co stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2018 r.

2. proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umową o lokatę strukturyzowaną lub umową ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym nabycia, obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie, w sytuacji, w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o:



- wypełniane przez konsumentów - przy nabywaniu lokaty strukturyzowanej lub umowy ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym - ankiety, o których mowa w art. 21 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Dz. U. z 2018r., poz. 999 ze zm.)

oraz

- oświadczenia składane przez tych konsumentów w toku oferowania im obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie przez Idea Bank Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie,

co stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2018 r.

3. proponowaniu konsumentom, którzy nie byli związani z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umową, nabycia obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego przez nich ryzyka inwestycyjnego nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o ich oświadczenia złożone w toku oferowania im obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie przez Idea Bank Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie, **co stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2018 r.**

- II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r., poz. 369 ze zm.) - po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nakłada się na Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, o których mowa w pkt I niniejszej decyzji według następujących zasad:

1. Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie dokona wypłaty wszystkim obligatariuszom, którzy nabyli obligacje GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie w związku ze złożeniem im propozycji nabycia tych obligacji przez Idea Bank Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie, **rekompensaty publicznej w wysokości 20% liczonej od kwoty zainwestowanych środków w wysokości 50.000 zł jako minimalnego progu wymaganego przy zapisie na obligacje GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie, przy czym dla konsumentów, którzy łącznie zainwestowali jedynie 40.000 zł, kwota rekompensaty będzie obliczana od tej kwoty faktycznie zainwestowanej - w terminie 1 miesiąca od dnia otrzymania od konsumenta wypełnionego wniosku, o którym mowa w pkt II.3.c. niniejszej decyzji wraz z informacjami wskazanymi w pkt II.3.d. - II.3.e., z zastrzeżeniem pkt II.2 przedmiotowej decyzji;**
2. wypłata rekompensaty, o której mowa w pkt II.1. niniejszej decyzji nie dotyczy obligatariuszy, którzy na dzień złożenia przez nich wniosku, o którym mowa w pkt II.3.c. niniejszej decyzji :

- a. zawarli ugodę z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie w związku z nabyciem za pośrednictwem ww. Banku obligacji GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie
albo
 - b. uzyskali prawomocne orzeczenie sądu powszechnego lub sądu polubownego albo innej instytucji uprawnionej do prowadzenia postępowania w sprawie pozasądowego rozstrzygnięcia sporów konsumenckich, w której stroną tychże rozstrzygnięć była Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie,
albo
 - c. w oparciu o inne zdarzenia, niewymienione w pkt 2.a i b. powyżej, uzyskali całkowity zwrot środków finansowych pierwotnie zainwestowanych w obligacje GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie zaoferowane przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie,
 - d. w oparciu o inne zdarzenia, niewymienione w pkt 2.a i b. powyżej, uzyskali częściowy zwrot środków finansowych pierwotnie zainwestowanych w obligacje GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie zaoferowane przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, jeżeli łączna wypłata tych środków finansowych ze wszystkich źródeł (tj. łącznie z rekompensatą, o której mowa w pkt II.1. niniejszej decyzji) miałyby przekroczyć sumę pierwotnie zainwestowanych przez nich środków finansowych w obligacje GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie. W takiej sytuacji wartość wypłacanej rekompensaty z pkt II.1. niniejszej decyzji ulega stosownemu obniżeniu, tak aby łączna jej wartość nie przekroczyła sumy pierwotnie zainwestowanych przez nich środków finansowych w obligacje GetBack Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie. Wartość uzyskanego z innych źródeł częściowego zwrotu środków finansowych obliczana jest w oparciu o wniosek konsumenta, o którym mowa w pkt II.3 wraz z jego oświadczeniem zawierającym informacje wskazane w pkt II.3.e., na moment złożenia tego oświadczenia.
3. Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie wyśle do każdego obligatariusza, o którym mowa w pkt II.1. niniejszej decyzji pismo zawierające oświadczenie ww. Banku, w którym zamieści:
- a. informację o wydaniu niniejszej decyzji przez Prezesa UOKiK wraz z przytoczeniem sentencji tej decyzji oraz z informacją (czcionką pogrubioną), że decyzja ta jest prawomocna, a także że: *„Prawomocna decyzja Prezesa UOKiK ma charakter prejudykatu w indywidualnym postępowaniu sądowym. Oznacza to, że ustalenia Prezesa Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu powszechnego wiążące. Nie musi on w tym zakresie prowadzić własnego postępowania dowodowego. Konsumenti mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie. Ponadto informujemy, iż wydanie niniejszej decyzji nie zamyka konsumentom drogi do indywidualnego dochodzenia roszczeń.”*;
 - b. oświadczenie o gotowości wypłacenia obligatariuszowi rekompensaty publicznej w wysokości, o której mowa w pkt II.1. niniejszej decyzji ;
 - c. informację dla obligatariusza o możliwości złożenia przez niego wniosku o wypłatę rekompensaty do Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, w którym zostanie wskazany aktualny numer rachunku bankowego, na który ma zostać przekazana rekompensata publiczna;

- d. informację, iż wniosek, o którym mowa w pkt II.3.c. niniejszej decyzji - może być złożony w formie pisemnej (korespondencyjnie lub bezpośrednio w oddziale), za pośrednictwem infolinii lub bankowości elektronicznej Idea Banku Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, przy czym ww. Bank nie może wymagać od obligatariusza - jako obligatoryjnej przesłanki ważności oświadczenia konsumenta - podania innych danych przy składaniu wniosku przez konsumenta, niż ich imię, nazwisko, PESEL oraz numer rachunku bankowego, a także informacji z pkt II.3.e niniejszej decyzji, o czym poinformuje obligatariusza w korespondencji;
 - e. informację, o konieczności podania we wniosku, o którym mowa w pkt II.3.c. niniejszej decyzji:
 - i. łącznej sumy pieniężnej, jaką obligatariusz odzyskał ze środków finansowych zainwestowanych pierwotnie w Getback Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie za pośrednictwem Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ale tylko w sytuacji, gdy środki finansowe pochodziły od innego podmiotu, niż Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie,
 - ii. dane podmiotu od którego uzyskali ww. środki (jeżeli jest to inny podmiot niż Idea Bank S.A.),
 - iii. datę uzyskania tych środków,
 - iv. podstawę faktyczną ich uzyskania (np. orzeczenie sądu, ugoda, etc.);
 - f. termin na złożenie przez obligatariuszy wniosku, o którym mowa w pkt II.3.c. niniejszej decyzji, wynosi **3 miesiące** od momentu otrzymania pisma z oświadczeniem Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie,
- w **terminie 1 miesiąca** od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - listem poleconym za potwierdzeniem odbioru na ostatni adres korespondencyjny każdego z obligatariuszy, znany Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie. W sytuacji nieodebrania przez poszczególnych obligatariuszy ww. korespondencji - Idea Bank ma obowiązek powtórzyć do nich wysyłkę w takim samym trybie (tj. listem poleconym z potwierdzeniem odbioru i na ostatni znany adres korespondencyjny) w terminie do 14 dni od dnia otrzymania informacji o nieodebraniu pierwszego listu. Względem obligatariuszy, o których mowa w pkt II.2.a. - II.2.c. oświadczenie Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nie musi zawierać elementów z pkt II.3.b. - II.3.f.

4. Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie opublikuje oświadczenie o treści:

„W związku z wydaniem decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RBG-1/2020 z dnia 3 lutego 2020 r., niniejszym uprzejmie informujemy, iż Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie stosowała wobec konsumentów praktyki:

- 1) polegające na proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umową o lokatę bankową nabycia obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów,*
- 2) polegające na proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umową o lokatę strukturyzowaną lub umową ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*

nabycia obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie, w sytuacji których warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów,

- 3) polegające na proponowaniu konsumentom, którzy nie byli związani z Idea Bank Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umową o nabycie obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji w Warszawie, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego przez nich ryzyka inwestycyjnego nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów.

Ponadto, uprzejmie informujemy, iż Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył także na Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie obowiązek wypłaty rekompensaty publicznej.

Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK nr RBG- 1/2020 z dnia 3 lutego 2020 r. opublikowanej na stronie [...] ([link do przedmiotowej decyzji na stronie www.uokik.gov.pl](#)).

Jednocześnie informujemy, iż **prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym**. Oznacza to, że ustalenia Prezesa Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące. Nie musi on w tym zakresie prowadzić własnego postępowania dowodowego. Konsumentom mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw przed sądem powszechnym.

Ponadto informujemy, iż wydanie niniejszej decyzji nie zamyka konsumentom drogi do indywidualnego dochodzenia roszczeń”;

5. Oświadczenie, o którym mowa w pkt II.4 przedmiotowej decyzji Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie opublikuje - w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - na swój koszt, na swojej stronie internetowej, która na dzień wydania decyzji mieści się pod adresem www.ideabank.pl (na stronie głównej, używanej w momencie publikacji) w ten sposób, że:
 - a. treść przedmiotowego oświadczenia będzie dostępna i utrzymana na tej stronie internetowej przez okres 12 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji,
 - b. tekst powyższego oświadczenia będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff),
 - c. tekst zostanie zamieszczony w górnej części strony głównej domeny ideabank.pl bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika; oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
 - d. wielkość czcionki powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, tekst umieszczony w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony,

- e. fragment oświadczenia o treści „na stronie www.uokik.gov.pl pod tym adresem” powinien być zamieszczony w formie hiperłącza (linka) do niniejszej decyzji.

- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 i 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) w związku z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2018 r., poz. 2096 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża **Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie** kosztami ww. postępowania w sprawie o stwierdzenie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, zobowiązując tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **3.215,92 złotych** (słownie: trzy tysiące dwieście piętnaście złotych 92/100), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W dniu 11 czerwca 2018 r. - postanowieniem Nr RBG-30/2018 - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes Urzędu, Prezes UOKiK lub organ ochrony konsumentów**) - w związku z napływającymi skargami konsumentów oraz w oparciu o informacje medialne, a także informacje zebrane w toku postępowania wyjaśniającego prowadzonego pod sygn. DOIK-403-3/18 - wszczął postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy działania podejmowane w związku z oferowaniem i sprzedażą obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w Warszawie (dalej: **GetBack, Emitent**) przez Idea Bank Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie (dalej: **Idea Bank, Bank, Przedsiębiorca, Spółka**) oraz Polski Dom Maklerski Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie (**obecnie: PNP S.A. z siedzibą w Warszawie, dalej: PDM, Dom Maklerski,**) mogły naruszyć przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) - dalej: **uokik** - w sposób uzasadniający wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy.

W toku postępowania wyjaśniającego, w dniach 20 - 22 czerwca 2018r. przeprowadzona została kontrola w siedzibie Idea Banku, podczas której odebrano oświadczenia od pracowników Spółki, m. in. od _____, członka Zarządu Idea Banku, _____, Dyrektora Departamentu Sieci Sprzedaży Private Banking, _____, Managera ds. Wsparcia Sieci Private Banking, a także pozyskano dokumentację, m.in. umowy o współpracy z podmiotami współpracującymi przy proponowaniu nabycia obligacji GetBack, reklamacje konsumentów składane w związku z ich proponowaniem.

Ponadto, w toku ww. postępowania Prezes UOKiK wzywał Spółkę do przedstawienia określonych dokumentów i informacji w trybie art. 50 ust. 1 i 2 uokik.

W wyniku dokonanej analizy zebranego w toku postępowania wyjaśniającego materiału dowodowego, w dniu 10 października 2018r. postanowieniem nr RBG-50/2018 (dalej: **Postanowienie**) Prezes UOKiK wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Idea Bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji:

- a) co do gwarancji zysku z obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez informowanie konsumentów o stałym, gwarantowanym oprocentowaniu ww. obligacji w skali roku;
- b) co do gwarancji bezpieczeństwa obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez przekazywanie konsumentom informacji sugerujących, że ww. obligacje są bezpieczne tak jak lokata bankowa albo obligacje skarbowe bądź, że emisje nadzorowane są przez Komisję Nadzoru Finansowego;

co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070, ze zm.; dalej: upnpr) oraz naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik;

2. wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack poprzez rozpowszechnianie informacji:

- a) co do ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez sugerowanie, że dostęp do ww. obligacji jest limitowany lub jest dużo chętnych inwestorów na ich nabycie lub oferta nabycia ww. obligacji ma charakter niepowtarzalny;
- b) co do dostępności czasowej oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez wskazywanie, że obligacje tego przedsiębiorcy będą dostępne tylko przez bardzo krótki czas,

w celu nakłonienia konsumentów do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia ich tym samym możliwości świadomego wyboru produktu, pomijając informację o dotychczasowej częstotliwości emisji tych obligacji, w których uczestniczyła Idea Bank, co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070, ze zm.) oraz naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik;

3. proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z Idea Bank umową o lokatę bankową nabycia obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o:

- charakterystykę produktów dostępnych w ofercie Idea Bank z których dotychczas korzystali ww. konsumenci
- lub
- oświadczenia składane przez tych konsumentów w toku oferowania im obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack przez Idea Bank,

co może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik;

4. proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z Idea Bank umową o lokatę strukturyzowaną lub umową ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym nabycia obligacji korporacyjnych

wyemitowanych przez GetBack), w sytuacji których warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o:

- wypełniane przez konsumentów - przy nabywaniu lokaty strukturyzowanej lub umowy ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym - ankiety, o których mowa w art. 21 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Dz.U. z 2018 r. poz. 999, ze zm.; dalej: uodur) lub
- oświadczenia składane przez tych konsumentów w toku oferowania im obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack przez Idea Bank,

co może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik;

5. proponowaniu konsumentom, którzy nie byli związani z Idea Bank umową, nabycie obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego przez nich ryzyka inwestycyjnego nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o ich oświadczenia złożone w toku oferowania im obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack przez Idea Bank, co może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik.

W okresie od stycznia do lutego 2019 r. przed Prezesem UOKiK przeprowadzono 5 rozpraw administracyjnych, na których przesłuchano 17 świadków, w tym 14 konsumentów - obligatariuszy GetBacku:

-

oraz trzech sprzedawców:

- , pracownika Idea Banku w okresie od lutego 2013 r. do lipca 2018 r. (od lutego 2018 r. Dyrektora Oddziału Idea Banku w Toruniu),

- , senior bankiera w Idea Banku w okresie od 18.04.2016 r. do 30.11.2018 r.,

- , private bankiera Idea Banku w okresie od 2016 r. do lutego 2018 r.

Do Prezesa UOKiK, na działania Idea Banku związane z oferowaniem obligacji GetBack, wpłynęło od konsumentów ponad .

Dnia 4 lutego 2019 r. Prokurator Prokuratury Regionalnej w zgłosił udział w postępowaniu dotyczącym stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Idea Bank, działając na podstawie art. 183 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego; dalej: kpa.

Następnie, pismem z dnia 4 lipca 2019r. skierowano do Spółki oraz Prokuratora, działającego na prawach strony, zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości przeglądania akt i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego. Strony nie skorzystały z tego uprawnienia.

Dnia 1 sierpnia 2019 r. Prezes UOKiK wydał decyzję częściową nr RBG-13/2019, w której na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 uokik w zw. z art. 104 § 2 kpa w zw. z art. 83 uokik **uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Idea Bank** polegające na:

1. wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji:
 - a) co do gwarancji zysku z obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez informowanie konsumentów o stałym, gwarantowanym oprocentowaniu ww. obligacji w skali roku;
 - b) co do gwarancji bezpieczeństwa obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez przekazywanie konsumentom informacji sugerujących, że ww. obligacje są bezpieczne tak jak lokata bankowa albo obligacje skarbowe bądź, że emisje nadzorowane są przez Komisję Nadzoru Finansowego,co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr i tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik i **stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2018 r.**
2. wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack poprzez rozpowszechnianie informacji:
 - a) co do ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez sugerowanie, że dostęp do ww. obligacji jest limitowany i jest dużo chętnych inwestorów na ich nabycie lub oferta nabycia ww. obligacji ma charakter niepowtarzalny;
 - b) co do dostępności czasowej oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez GetBack poprzez wskazywanie, że obligacje tego przedsiębiorcy będą dostępne tylko przez bardzo krótki czas,w celu nakłonienia konsumentów do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia ich tym samym możliwości świadomego wyboru produktu, pomijając informację o dotychczasowej częstotliwości emisji tych obligacji, co mogło spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjął, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr i tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik i **stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 30 kwietnia 2018 r.**

Na dzień wydania niniejszej decyzji decyzja częściowa nr RBG-13/2019 z dnia 1 sierpnia 2019 r. nie jest jeszcze prawomocna. Dnia 2 września 2019 r. Spółka złożyła odwołanie od tej decyzji do Sądu Okręgowego w Warszawie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (**dalej: Odwołanie**).

Pozostała zatem do rozstrzygnięcia część zarzutów dotycząca praktyk, o których mowa w pkt I.1, I.2 i I.3 sentencji niniejszej decyzji. Praktyki te związane są z tzw. misselingiem, a określone zostały w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik.

Następnie w piśmie z dnia 8 października 2019 r. Spółka przedłożyła propozycję zobowiązania, o którym mowa w art. 28 ust. 1 i 2 uokik. Powody nieprzyjęcia zobowiązania Prezes UOKiK wskazał w dalszej części decyzji.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

Przedsiębiorca

Na podstawie zebranych w toku postępowania dokumentów organ ochrony konsumentów ustalił, iż Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000026052, o numerze identyfikacji podatkowej (NIP) 526-030-75-60. Przedsiębiorca posiada status banku w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz.U. z 2019 r. poz. 2357 ze zm.). Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. wykonywanie czynności zleconych, związanych z emisją papierów wartościowych.

Bank posiada wyodrębniony strukturalnie oddział - Idea Bank Spółka Akcyjna Oddział Lion's Bank w Warszawie (dalej: **Lion's Bank**).

Dnia 12 listopada 2018r. Idea Bank została wpisana przez Komisję Nadzoru Finansowego (dalej: KNF) na listę ostrzeżeń publicznych w związku z prowadzeniem działalności maklerskiej bez zezwolenia w zakresie oferowania instrumentów finansowych, a także doradztwa inwestycyjnego¹. Ostrzeżenie zamieszczono w związku ze skierowaniem przez KNF zawiadomienia do Prokuratury Regionalnej w Warszawie w zakresie naruszenia art. 178 w zw. z art. 69 ust. 2 pkt 5 i 6 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.²

KNF poinformowała, że „podstawą wpisania Idea Banku na listę ostrzeżeń publicznych KNF były ustalenia dotyczące czynności wykonywanych przez Bank w latach 2016-18 w zakresie aktywności na rynku kapitałowym bez posiadania odpowiednich zezwoleń KNF. Odnosiło się to do procesu oferowania instrumentów finansowych (obligacji GetBack) - w okresie co najmniej od sierpnia 2016 r. do października 2017 r. oraz doradztwa inwestycyjnego - w okresie co najmniej od września 2016 r. do marca 2018 r.”³

Działania podejmowane przez Idea Bank w związku z oferowaniem, proponowaniem konsumentom obligacji GetBack

Idea Bank począwszy od 22 grudnia 2016 r. pełni rolę Agenta Firmy Inwestycyjnej (dalej: AFI) na rzecz Noble Securities Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie. Bank nie pełnił roli AFI na rzecz innego podmiotu.

¹ Vide: https://www.knf.gov.pl/o_nas/komunikaty?articleId=63722&p_id=18, także: <https://www.tvp.info/39934781/rzecznik-knf-idea-bank-na-liscie-ostrzezen-publicznych>; pobrano dnia 25.04.2019r.

²https://www.knf.gov.pl/dla_konsumenta/ostrzezenia_publiczne?warningName=idea+bank&warningTypeId=51%C2%A0029; pobrano dnia 25.04.2019r.

³<https://www.bankier.pl/wiadomosc/Idea-Bank-trafil-na-liste-ostrzezen-KNF-7625808.html>; pobrano dnia 25.04.2019r.

Z zebranego przez Prezesa UOKiK materiału dowodowego wynika, iż proponowanie nabycia konsumentom obligacji GetBack przez Idea Bank odbywało się w trakcie spotkań w Oddziale Banku, przy czym - jeżeli konsument był klientem Banku - spotkania poprzedzał wcześniejszy kontakt telefoniczny (rozmowy, smsy) lub mailowy. Możliwe było również nabycie obligacji GetBack, bez konieczności osobistej wizyty w Oddziale Banku, a jedynie przy kontakcie za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość.

która kontaktowała się z klientami wyłącznie w sposób zdalny (komunikacja drogą telefoniczną) i przekazywał konsumentom informacje o możliwości nabycia obligacji firmy GetBack. Proces przekazywania informacji o możliwości nabycia obligacji odbywał się podczas nagrywanej rozmowy telefonicznej. Bank przedłożył także Prezesowi UOKiK przykładowy skrypt takiej rozmowy oraz nagrania z przeprowadzonych z konsumentami rozmów, z których wynikało, jakie informacje i argumenty były przez pracowników Banku wykorzystywane w procesie proponowania nabycia tych obligacji. Bank wskazał ponadto, iż w opisywanym procesie skontaktował się ze konsumentami, z czego finalnie na zakup zdecydowało się konsumentów.

Idea Bank w okresie od 25 sierpnia 2016 r. do 30 kwietnia 2018 r. proponował nabycie konsumentom obligacje korporacyjne GetBack S.A. (vide: k. 8011v). Z dokumentów i oświadczeń pozyskanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania wynika, że Bank w związku z dystrybucją obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack w okresie od współpracował z Mercurius Financial Advisors Sp. z o.o. (vide: k. 8011v), w okresie od współpracował z MIA Sp. z o.o. (dalej: **Mia**) (vide; k. 8011v), zaś w okresie od współpracował z **PDM**, (vide: k. 8011v). Współpraca ta objęła łącznie emisje obligacji emitowanych przez GetBack, spośród których przy seriach Idea Bank współpracował ze spółką Mercurius Financial Advisors Sp. z o.o., przy seriach ze spółką Mia, oraz przy seriach z PDM.

Umowa ze spółką Mia została zawarta w dniu

strony zawarły aneks do ww. umowy, w którym dokonano zmiany przedmiotu umowy oraz zasad wynagradzania.

Z ustaleń poczynionych w toku postępowania wyjaśniającego wynika, że współpraca między Mia a Idea Bankiem dotyczyła

wyłącznie dystrybucji obligacji GetBack. Z pisma Idea Bank z dnia 17 czerwca 2019r. wynika, że strony współpracowały ze sobą przy emisjach obligacji GetBack. Na mocy porozumienia z dnia nastąpiło rozwiązanie umowy o współpracy z Mia. Porozumienie weszło w życie w dniu jego zawarcia.

Natomiast w ramach współpracy Idea Banku i PDM w drodze uchwały Zarządu Banku nr została wyrażona zgoda na nawiązanie współpracy Idea Banku z PDM w formie konsorcjum w zakresie związanym z pośrednictwem w proponowaniu nabycia obligacji spółki GetBack w ofercie niepublicznej. Dla każdej emisji obligacji GetBack, której oferującym był PDM, była zawierana odrębna umowa konsorcjum.

strony współpracowały ze sobą przy emisjach obligacji GetBack (średnio przy emisjach obligacji w tygodniu). Okres przyjmowania zapisów na obligacje w ramach ww. emisji wynosił z reguły 1 lub 2 dni, zaś wpłata na obligacje musiała nastąpić najpóźniej w następnym dniu roboczym po dniu przyjmowania formularzy przyjęcia propozycji nabycia obligacji danej serii na rachunek bankowy PDM prowadzony przez Idea Bank. W zależności od serii emisji minimalna kwota, za jaką można było nabyć obligacje GetBack została określona przez emitenta na poziomie 40 000 zł lub 50 000 zł, ponieważ przy jednostkowej wartości nominalnej obligacji określonej w kwocie 10 000 zł wprowadzono warunek nabycia minimum 4 lub 5 obligacji (vide: warunki emisji obligacji poszczególnych serii).

Na podstawie skarg otrzymanych od konsumentów oraz wyjaśnień pracowników Przedsiębiorcy złożonych w toku kontroli Prezes Urzędu ustalił, w jaki sposób wyglądał proces sprzedaży obligacji GetBack. Informacje o możliwości nabycia obligacji GetBack konsument otrzymywał od pracowników Banku w drodze wiadomości tekstowych sms, wiadomości e-mail, podczas rozmów prowadzonych telefonicznie lub w oddziałach Idea Bank i Lion's Bank. Oferta obligacji korporacyjnych przedstawiana była zarówno dotychczasowym klientom Banku, jak również konsumentom, którzy zamierzali nimi zostać tzn. w celu zapoznania się z produktami znajdującymi się w ofercie Banku udali się do oddziału Idea Bank lub Lion's Bank.

Zapisy na obligacje GetBack przyjmowane były wyłącznie drogą elektroniczną za pośrednictwem systemu informatycznego opracowanego przez PDM.

W okresie współpracy Banku z Mia procedura zapisu na obligacje GetBack wyglądała w następujący sposób. W przypadku zainteresowania konsumenta nabyciem obligacji pracownik Banku wypełniał formularz w formacie .xlsx (tzw. **formatka**) i wysyłał go drogą mailową do Biura Wsparcia Sprzedaży Idea Bank. Następnie, pracownik Biura Wsparcia Sprzedaży za pomocą udostępnionej przez PDM ścieżki dostępu w postaci linku umieszczonego na stronie internetowej ww. domu maklerskiego (do którego dostęp otrzymywał drogą telefoniczną od pracowników PDM) wypełniał wstępny formularz w celu wygenerowania spersonalizowanej propozycji nabycia obligacji GetBack w ramach serii (**dalej: wstępny Formularz**), w jakiej aktualnie prowadzono zapisy.

Po wypełnieniu wstępnego Formularza przez pracownika Biura Wsparcia Sprzedaży Idea Bank konsument otrzymywał na swój adres e-mail automatycznie wygenerowaną wiadomość e-mail, w której znajdowały się skróte informacje na temat spółki GetBack, opis procedury składania zapisu na obligacje oraz wykaz z odnośnikami (linkami) do następujących dokumentów: Elektroniczny Formularz Przyjęcia Propozycji Nabycia (**dalej: Formularz**), Informacja o ofercie, Prezentacja, Warunki Emisji Obligacji, Sprawozdania finansowe. Do tej wiadomości dołączony był również plik w formacie .pdf z Propozycją Nabycia Obligacji.

Aby dokonać zapisu w dalszej kolejności należało kliknąć w znajdujący się w mailu link do Formularza i uzupełnić go o dane osobowe przyszłego obligatariusza, liczbę obligacji, które zamierza nabyć, a także wskazać rachunek bankowy do wypłaty odsetek. Jak wynika ze skarg konsumentów oraz z zeznań świadków, formularz wypełniany był w przeważającej części przypadków przez pracownika Banku.

Po uzupełnieniu Formularza (jeśli konsument nie zaznaczył w Formularzu pola z prośbą o przestanie mu powiadomienia o przydziale Obligacji w formie papierowej), otrzymywał mailowo od PDM (z adresu elektronicznego zapisy@polskidm.com.pl) odpowiedź z załączonym spersonalizowanym Formularzem w formacie .pdf i potwierdzeniem, iż dokonano zapisu na obligacje GetBack danej serii, a w celu zakończenia procesu zapisu niezbędne było dokonanie wpłaty odpowiedniej kwoty, za którą konsument chciał nabyć obligacje, na rachunek bankowy PDM. Po zaksięgowaniu środków konsument otrzymywał od PDM informację mailową (lub w formie papierowej, jeżeli wyraził taką wolę przy wypełnianiu Formularza), iż emisja obligacji danej serii doszła do skutku i dokonano przydziału konsumentowi obligacji.

W okresie współpracy z PDM, proces zapisu na obligacje GetBack różnił się o tyle od wyżej wymienionego, że Bank otrzymywał dostęp do linku pozwalającego na wystawienie propozycji nabycia obligacji GetBack na mocy łączących strony umów konsorcjum. We wstępnym Formularzu wpisywany był również adres mailowy pracownika oddziału Banku (e-mail Doradcy). Po wypełnieniu wstępnego Formularza przez pracownika Biura Wsparcia Sprzedaży Idea Bank konsument oraz pracownik oddziału Banku otrzymywali na swoje adresy mailowe automatycznie wygenerowaną wiadomość e-mail, w której znajdowały się skrótowe informacje na temat spółki GetBack, opis procedury składania zapisu na obligacje oraz ww. załączniki, w tym Formularz. Tak jak w okresie współpracy Banku z Mia, Formularz mógł być też wypełniany przez pracownika Banku.

Jeśli do zapisu na obligacje GetBack dochodziło w trakcie wizyty konsumenta w oddziale Banku (tzn. pracownik Banku dokonywał zapisu drogą elektroniczną podczas spotkania z konsumentem i wypełniał Formularz) jedynym dokumentem, jaki otrzymywał konsument po zakończeniu procedury zakupu obligacji było potwierdzenie przelewu środków na rachunek bankowy PDM.

Z odebranych w toku kontroli od pracowników Przedsiębiorcy wyjaśnień oraz pisma Banku z dnia 17 września 2018 r. wynika, że Bank nie przyjął wewnętrznej procedury dotyczącej zasad postępowania w toku prezentacji obligacji korporacyjnych GetBack, tzn. nie określił rodzaju oraz formy informacji, jakie mają zostać przekazane konsumentom.

W piśmie z dnia 6 lipca 2018 r. Przedsiębiorca określił rodzaje produktów znajdujących się w ofercie Banku w okresie od stycznia 2017 r. do marca 2018 r., z których korzystali konsumenci (klienci Banku) bezpośrednio przed nabyciem - za pieniądze ulokowane bądź zainwestowane w ww. produkty - obligacji GetBack. Z danych przekazanych przez Przedsiębiorcę wynika, że poza lokatami bankowymi oraz rachunkami oszczędnościowo - rozliczeniowymi, w ofercie Banku znajdowały się również lokaty strukturyzowane oraz ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (dalej: **ubezpieczenia na życie z UFK**).

Z przekazanych przez Bank zestawień (pismo z dnia 8 kwietnia 2019 r.) wynika, że liczba klientów, którzy nabyli obligacje w związku z udziałem Idea Banku w dystrybucji wynosi , z czego osoby to były osoby posiadające wyłącznie produkty depozytowe (lokaty depozytowe lub rachunek oszczędnościowy), osób to klienci,

posiadający wyłącznie produkt inwestycyjny (np. lokaty strukturyzowane lub umowy ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym), ale bez produktów depozytowych, osób to klienci posiadający zarówno produkty inwestycyjne, jak i produkty depozytowe, jak i produkty depozytowe oraz osób, to klienci nie posiadający żadnych produktów w Banku przed nabyciem obligacji GetBack. Łączna kwota, jaką obligatariusze wpłacili na poczet obligacji emitowanych przez GetBack a oferowanych przez Idea Bank wyniosła

W pismach z dnia 6 lipca, 17 września oraz 18 września 2018 r. Bank określił rodzaje produktów, w stosunku do których w okresie od dnia 1 września 2016 r. do dnia 1 maja 2018 r. wymagał przeprowadzenia ankiety, o której mowa w art. 21 ust. 1 uodur lub innej ankiety wprowadzonej przez Spółkę w celu lepszego dopasowania oferty produktowej do potrzeb klienta (konsumenta).

Bank wskazał, że ankiety były przeprowadzane w odniesieniu do znajdujących się w jego ofercie lokat strukturyzowanych oraz ubezpieczeń na życie z UFK, a regulacją wewnętrzną, która opisywała zasady oferowania ww. produktów była „*Procedura sprzedaży Produktów ubezpieczeniowych z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym oraz Lokat strukturyzowanych w Idea Bank S.A.*” (dalej: **Procedura**). Zgodnie z przedmiotową procedurą, pracownik Banku obsługujący klienta (stacjonarnie w oddziale Banku lub za pośrednictwem kanału bankowości telefonicznej) zobowiązany był dokonać analizy wiedzy i doświadczenia inwestycyjnego klienta, jego potrzeb oraz skłonności do ryzyka inwestycyjnego.

Analiza odbywała się przed zawarciem umowy o produkt inwestycyjny przy użyciu ankiety opracowanej przez Bank o nazwie „*Analiza Finansów Osobistych*” (dalej: **AFO**), która służyła do oceny profilu inwestycyjnego klienta.

Na podstawie odpowiedzi na ww. pytania konsumenta zaliczano do grona klientów o konserwatywnym, umiarkowanym lub dynamicznym profilu inwestycyjnym.

Źródło: Tabela załączona do punktu 4 pisma Przedsiębiorcy z dnia 18 września 2018 r. (sygn. akt RBG-403-01/18)

W przypadku odmowy wypełnienia ankiety następowało automatyczne przydzielenie klientowi profilu nieokreślonego. Wedle oświadczenia Banku, klient był informowany, iż w związku z odmową przedstawienia danych niezbędnych do przeprowadzenia analizy, Bank nie jest w stanie dokonać oceny, czy produkt finansowy stanowi inwestycję odpowiednią dla klienta, przy czym nie stanowiło to podstawy do odmowy zawarcia umowy o dany produkt. Brak udzielenia odpowiedzi na wszystkie lub część pytań zamieszczonych w AFO skutkowało brakiem możliwości dokonania oceny adekwatności danego produktu dla klienta.

Po udzieleniu przez klienta odpowiedzi na wszystkie pytania zamieszczone w AFO pracownik Banku informował klienta, które z produktów dostępnych w aktualnej ofercie są dla klienta adekwatne, przy czym klient miał prawo wybrać produkt niezgodny z ustalonym profilem inwestycyjnym.

W piśmie z dnia 18 września 2018 r. Bank wskazał, że oferując produkty ubezpieczeniowe z UFK w ramach współpracy z towarzystwami ubezpieczeń - Open Life Towarzystwo Ubezpieczeń Życie Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie EUROPA Spółka Akcyjna z siedzibą we Wrocławiu, Vienna Life TU na Życie Spółka Akcyjna Vienna Insurance Group z siedzibą w Warszawie - przeprowadzał odrębną od AFO Ankiety potrzeb klienta zainteresowanego zawarciem umowy ubezpieczenia (dalej: **Ankieta**) oraz przedłożył wzorce ankiet (odrębne dla każdego towarzystwa ubezpieczeń) obowiązujące w okresie od dnia 1 września 2016 r. do dnia 1 maja 2018 r. Bank poinformował, że Ankieta przeprowadzana była przed podpisaniem przez klienta wniosku o zawarcie umowy ubezpieczenia, a jej wypełnienie było dobrowolne. W przypadku odmowy wypełnienia przez klienta Ankiety, zawarcie umowy ubezpieczenia

było możliwe po podpisaniu przez klienta oświadczenia o żądaniu zawarcia umowy ubezpieczenia.

W piśmie z dnia 18 września 2018 r. Bank przedstawił zestawienie obrazujące jakie rodzaje produktów były wskazywane przez Bank jako adekwatne dla jego klientów z uwzględnieniem ustalonego dla nich profilu inwestycyjnego (w oparciu o przeprowadzone przez Spółkę ankiety). Bank poinformował, że dla klientów o konserwatywnym profilu inwestycyjnym jako adekwatne wskazywane były znajdujące się w jego ofercie lokaty strukturyzowane (z wyłączeniem lokaty strukturyzowanej o nazwie Absolute Selection), zaś dla klientów o umiarkowanym profilu inwestycyjnym jako adekwatne wskazywano wszystkie znajdujące się w ofercie Banku lokaty strukturyzowane.

W piśmie z dnia 17 września 2018 r. Bank poinformował, że **przed zaprezentowaniem konsumentom informacji o możliwości nabycia obligacji GetBack nie przeprowadzał żadnej ankiety potrzeb w celu lepszego dopasowania oferty produktowej do potrzeb klienta (konsumenta)**, z uwagi na okoliczność, że obligacje te nie były produktem objętym obowiązującą w Banku Procedurą, która określała rodzaje produktów w stosunku, do których wykonywana była AFO i były to wyłącznie produkty ubezpieczeniowe z UFK oraz lokaty strukturyzowane.

Powyższe potwierdzają zeznania świadków przesłuchanych w toku rozpraw.

Zgodnie z zeznaniami _____, przedstawiciela Idea Banku, który na rozprawie administracyjnej przeprowadzonej dnia 30 stycznia 2019r. zeznał odnośnie badania preferencji klientów, iż *„Badanie preferencji klientów w zależności od produktów, np. w ramach tzw. ufk to mieliśmy coś takiego jak analiza finansów osobistych. To było robione w banku. Pod koniec mojej pracy, było coś takiego jak ankiety, przygotowane przez same firmy, określające preferencje klienta. (...) Bardziej chodziło o preferencje inwestycyjne klienta, czy klient posiada doświadczenie, czy korzystał z innych produktów, jeśli tak to z jakich, np. czy to są akcje, obligacje, z czego czerpie wiedzę. Wtedy wychodził tzw. profil klienta, czy to jest klient konserwatywny, czy dynamiczny, czy akceptuje stratę, czy nie akceptuje.”* Na pytanie pracownika UOKiK o treści: *„Czy tego rodzaju ankieta była przeprowadzana w toku oferowania obligacji GetBack?”* Świadek odpowiedział, że „nie”.⁴

Z zeznań _____ sprzedawcy w Idea Banku, również wynika, iż *„nie było ram profilowania klientów w ramach obligacji GetBack⁵. (...) Poza obligacjami GetBack, była wykonywana przed nabyciem analiza finansów osobistych (AFO). Przełożony powiedział, że przy obligacjach GetBack bank nie wymaga AFO⁶.”*

Według zeznań _____, sprzedawcy Idea Banku: *„Každy produkt który trafiał do oferty banku przed nabyciem miał ankietę MIFIDową, jaki poziom ryzyka akceptuje klient. GetBack był jedynym produktem, gdzie takiej ankiety nie było. Pytałem o to dyrektora Oddziału Idea Banku, _____, ale odpowiedzi nie uzyskałem, dyrektor odpowiadał, że nie ma wiedzy co do tego⁷.”*

W toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Bank wskazał, że liczba konsumentów, którzy złożyli reklamacje do Idea Banku

⁴ Vide: Transkrypcja z zeznania świadka _____ odebranych na rozprawie administracyjnej z dnia 30.01.2019 r. stanowiąca załącznik nr 7 do Protokołu z rozprawy administracyjnej z 30.01.2019 r., strona 3 transkrypcji; k. 5068 akt,

⁵ Protokołu z rozprawy administracyjnej z 27.02.2019 r., strona 5, k. 6583 akt,

⁶ Ibidem, strona 8, k.6585,

⁷ Ibidem, strona 15, k. 6589,

w związku z nabyciem obligacji GetBack według stanu na dzień 16 czerwca 2019r. wynosi

W pismach z dnia 17 września 2018 r. oraz 24 września 2018 r. Bank przedłożył listę konsumentów, których zaprosił do procesu polubownego. Na dzień 8 kwietnia 2019r. Bank zawarł ugody w związku z nabyciem przez konsumentów obligacji korporacyjnych GetBack i na poczet tych ugód wypłacił kwotę .⁸

Z pisma Idea Banku z dnia 8 kwietnia 2019r. wynikało, iż jako powód wystosowania propozycji ugody do konsumenta Bank wskazywał, że była to „

Prezes UOKiK ustalił, iż obrót Banku za rok obrotowy 2018r. wyniósł Bank wskazał jednocześnie, iż przychód z tytułu uczestniczenia Idea Banku w procesie sprzedaży obligacji GetBack w latach 2016 - 2018 wyniósł zł. Koszty prowizji wypłacone doradcom Idea Banku wyniosły zł. Łączna kwota, jaką obligatariusze wpłacili do Idea Banku na poczet obligacji GetBack wyniosła złotych.

Uwarunkowania prawne dotyczące obligacji korporacyjnych

Poniżej zostaną przedstawione uwarunkowania prawne, jakie obowiązywały w okresie oferowania obligacji GetBack.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 15 stycznia 2015 r. o obligacjach (Dz.U. z 2018 r. poz. 483 - **dalej: ustawa o obligacjach**) obligacja jest papierem wartościowym emitowanym w serii, w którym emitent stwierdza, że jest dłużnikiem właściciela obligacji, zwanego dalej „obligatariuszem”, i zobowiązuje się wobec niego do spełnienia określonego świadczenia.

Jednym z rodzajów obligacji wyodrębnionym ze względu na osobę emitenta są obligacje korporacyjne, które emitowane są przez podmioty ściśle określone w ustawie o obligacjach (vide art. 2), w tym m.in. przez osoby prawne prowadzące działalność gospodarczą (np. spółki akcyjne).

Rynek obligacji korporacyjnych w Polsce można podzielić na dwie podstawowe kategorie:

- rynek pierwotny,
- rynek wtórny.

Zawarcie transakcji na rynku pierwotnym następuje, jeśli inwestor uzgodni porozumienie bezpośrednio z emitentem (co nie wyklucza uczestnictwa w procesie nabycia podmiotów pośredniczących - np. banków czy domów maklerskich). W praktyce oznacza to nabycie obligacji podczas ich pierwszej emisji (wprowadzenia na rynek) po cenie emisyjnej, która na ogół odpowiada cenie nominalnej.

Na rynku wtórnym obligacji inwestorzy, którym udało się nabyć papiery dłużne bezpośrednio u emitenta, mogą je zbyć na rzecz innych zainteresowanych inwestorów.

⁸ Vide: pismo Banku z dnia 18.12.2018r., informujące, że Bank na ten dzień zawarł ugody z konsumentami, oraz pismo z dnia 08.04.2019r., informujące, że w okresie od 18 grudnia do 8 kwietnia 2019r. zawarto oraz pismo z dnia 27 maja 2019r., informujące, że zawarto ugody;

Na rynku pierwotnym emisja obligacji może nastąpić w drodze:

- oferty publicznej,
- oferty niepublicznej (prywatnej).

Niniejsze postępowanie dotyczy sprzedaży obligacji korporacyjnych na rynku pierwotnym w trybie emisji prywatnej.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy z 29 lipca 2005r. ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Dz. U. z 2018r., poz. 512 ze zm.) ofertą publiczną jest udostępnianie, co najmniej 150 osobom na terytorium jednego państwa członkowskiego lub nieoznaczonemu adresatowi, w dowolnej formie i w dowolny sposób, informacji o papierach wartościowych i warunkach ich nabycia, stanowiących wystarczającą podstawę do podjęcia decyzji o nabyciu tych papierów wartościowych. *A contrario* zatem ofertą niepubliczną (prywatną) jest proponowanie nabycia papierów wartościowych skierowane do najwyżej 149 imiennie wskazanych osób. W przypadku oferty niepublicznej nie jest konieczne sporządzanie prospektu emisyjnego ani memorandum informacyjnego, które wymagają zatwierdzenia przez Komisję Nadzoru Finansowego oraz udostępnienia ich do publicznej wiadomości.

W trybie emisji prywatnej sporządzana jest propozycja nabycia zgodnie z ustawą o obligacjach i udostępniana zostaje wybranym osobom. W propozycji nabycia zamieszcza się warunki emisji oraz informacje, które umożliwiają ocenę sytuacji finansowej emitenta. Przyjęcie propozycji następuje przez złożenie odpowiedniego oświadczenia woli oraz dokonanie wpłaty na wskazany rachunek subskrypcyjny.

Co do zasady, zgodnie z art. 42 ust. 1 ustawy o obligacjach, zapis na obligacje lub przyjęcie propozycji nabycia obligacji składa się na piśmie pod rygorem nieważności. Zgodnie z art. 42 ust. 1 zdanie drugie tej ustawy zapis na obligacje lub przyjęcie propozycji nabycia obligacji mogą zostać złożone w postaci elektronicznej, jeżeli emitent w warunkach emisji tak postanowił. Tak też było w sytuacji emisji obligacji emitowanych przez GetBack, zapis na które był prowadzony w postaci elektronicznej.

Oferować obligacje korporacyjne może sam emitent, ale mogą to również robić podmioty prowadzące działalność maklerską, czyli firmy inwestycyjne. Pod pojęciem firmy inwestycyjnej rozumie się dom maklerski, bank prowadzący działalność maklerską, zagraniczną firmę inwestycyjną prowadzącą działalność maklerską na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz zagraniczną osobę prawną z siedzibą na terytorium państwa innego niż państwo członkowskie, prowadzącą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej działalność maklerską (art. 3 pkt 33 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dz. U. z 2017r., poz. 1768 ze zm.).

Ustawa o obrocie instrumentami finansowymi przewiduje ponadto możliwość by firma inwestycyjna powierzyła, w drodze umowy zawartej w formie pisemnej, agentowi firmy inwestycyjnej (dalej: AFI) stałe lub okresowe wykonywanie w imieniu i na rachunek firmy inwestycyjnej czynności pośrednictwa w zakresie działalności prowadzonej przez nią, w tym pozyskiwania klientów lub potencjalnych klientów usług maklerskich. Status AFI może przysługiwać osobie fizycznej, osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej nieposiadającej osobowości prawnej. AFI może wykonywać czynności wyłącznie na rzecz jednej firmy inwestycyjnej (zasada wyłączności).

Mając na względzie powyższe ustalenia faktyczne, Prezes UOKiK zważył co następuje:

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa UOKiK jest prowadzona w interesie publicznym*. Prezes UOKiK podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym, tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach⁹. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes. Podejmując więc działania określone w przywołanej ustawie, organ ochrony konkurencji występuje w funkcji rzecznika interesu publicznego¹⁰. Z przywołanej klauzuli generalnej wynika zatem, iż Prezes UOKiK podejmuje działania jedynie wtedy, gdy w następstwie działań naruszających ustawę zagrożony lub naruszony został interes publiczny.

Do naruszenia tego interesu dochodzi zatem, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotycząc potencjalnych podmiotów na danym rynku, a nie jedynie ściśle określonej ich grupy.¹¹ Odbierane sygnały o niezgodnych z prawem działaniach przedsiębiorców, Prezes UOKiK ocenia pod kątem ich wpływu na ogół konsumentów.

Niniejsze postępowanie dotyczy stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w zakresie proponowania konsumentom, którzy:

- byli związani z Idea Bankiem umową o lokatę bankową lub rachunku bankowego,
- byli związani z Idea Bankiem umową o lokatę strukturyzowaną lub umową ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym lub
- nie byli związani z Idea Bankiem umową,

nabycia obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów.

Według zeznań świadków, pracowników Banku:

„Oferta obligacji korporacyjnych GetBack była dla klientów, którzy mieli bądź nie mieli wcześniej produktu inwestycyjnego według oświadczenia klienta”¹².

„Obligacje mieliśmy oferować każdemu klientowi, który miał środki”¹³.

⁹ Por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08.

¹⁰ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001r., sygn. akt XVII Ama 108/00.

¹¹ Por. Wyrok Sądu Najwyższego z 20 kwietnia 2017r., sygn. akt: III SK 21/16; Sąd Antymonopolowy w wyroku z dnia 3 kwietnia 2002r., sygn. akt XVII Ama 88/01, wyraźnie wskazał, iż „Celem ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie jest ochrona prywatnoprawnego interesu przedsiębiorcy bądź konsumenta”; Wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 12 czerwca 2002r., sygn. akt XVII AmA 47/2001.

¹² Zeznania świadka _____, protokół z rozprawy z dnia 27.02.2019r., s.10, k. 6586 akt,

¹³ Ibidem, s. 4, k. 6583 akt,

„*Był to każdy klient Banku bez względu na wiek i doświadczenie inwestycyjne. Przełożeni opisywali produkt GB jako pierwszy produkt, produkt na otwarcie*” (...),¹⁴

„Zdarzały się sytuacje, że przychodził klient z ulicy po lokatę, który nie był wcześniej klientem, wtedy oferowano mu lokatę oraz była informacja, że mamy również inne produkty inwestycyjne, np. ufki, produkty idea leasing. Jeżeli wtedy były oferowane obligacje GB to były one również oferowane. Klient z ulicy mógł nabyć obligacje GetBack SA.”¹⁵

Z ustalonego w sprawie stanu faktycznego wynika, że oferta mogła być skierowana do wszystkich klientów Idea Banku, jak i klientów nowych, którzy udaliby się do banku w celu nabycia jakiegokolwiek usługi finansowej, a posiadali wystarczającą ilość środków.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy byli lub mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Idea Bank. Spółka prowadziła działalność na terenie całego kraju w oddziałach swojego Banku oraz telefonicznie bez żadnych ograniczeń wiekowych, bez względu na doświadczenie inwestycyjne konsumenta.

Zauważyć także należy, iż formalnie, emisje prywatne ograniczone są do kręgu 149 osób, którym można zaoferować nabycie obligacji korporacyjnych w ramach jednej emisji. Jednakże z uwagi na fakt licznych, następujących szybko po sobie emisji obligacji GetBack, nie można było *a priori* założyć, iż ta właśnie emisja będzie ostatnia, a zatem działania mogły dotyczyć nieokreślonej z góry liczby konsumentów.

W tym stanie rzeczy Prezes UOKiK uznał, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie interesu publicznego, a zatem możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Idea Banku dalszej ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez Bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w formie tzw. misselingu.

Bezprawność działania przedsiębiorcy

Przepis art. 24 ust. 1 uokik stanowi, iż *„zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów”*, natomiast art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik określa, iż *„Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru”*.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktykami określonymi w wyżej wymienionym przepisie należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:

- A. działania przedsiębiorcy,**
- B. bezprawność tych działań,**
- C. naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.**

¹⁴ Ibidem, s.3, k. 6582 akt,

¹⁵ Ibidem, s.8, k. 6585 akt,

A. Idea Bank jako przedsiębiorca

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik, przez przedsiębiorcę rozumie się m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r., poz. 1292 ze zm.). Jednocześnie art. 4 ust. 1 ww. ustawy reguluje, że przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Natomiast stosownie do art. 3 Prawa przedsiębiorców, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.

Idea Bank S.A. prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000026052. Przedsiębiorca posiada status banku w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz.U. z 2019 r. poz. 2357, ze zm). W okresie objętym przedmiotową decyzją Spółka prowadziła działalność maklerską polegającą na oferowaniu obligacji korporacyjnych. Głównym zaś przedmiotem jej działalności jest działalność bankowa. Nie ulega zatem wątpliwości, że Spółka posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Idea Bank przy wykonywaniu działalności gospodarczej, podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą być oceniane w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż Bank - prowadząc działalność gospodarczą jako osoba prawna - jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

B. Bezprawność działań.

Bezprawność w rozumieniu art. 24 ust. 1 uokik polega na zachowaniu przedsiębiorcy - w postaci działania, jak również zaniechania - które jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym lub dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym czynnikiem obiektywnym, a więc niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość przedsiębiorcy istnienia naruszeń lub wystąpienia szkody.

Misseling

Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru.

Pod pojęciem misselingu rozumie się *„sprzedaż produktów niedopasowanych do potrzeb konsumenta. Misseling jest kojarzony ze zbiorem wątpliwych pod względem prawnym i etycznym praktyk, których celem jest jedno - sprzedać produkt finansowy za wszelką cenę, nawet jeśli nie jest on potrzebny klientowi. Określany jest potocznie mianem*

„złej sprzedaży (...). Misseling jako nieetyczna praktyka polega na prezentowaniu przez instytucję finansową nieprawdziwych cech dostarczanego produktu lub usługi, przekonując o jej atrakcyjności i konieczności nabycia przez klienta mimo, że analiza jego profilu wskazuje poważne wątpliwości i ryzyko niewywiązania się z zaciągniętego zobowiązania.”¹⁶

Jak wskazuje się w doktrynie, „na skutek nieuczciwych zachowań przedsiębiorcy konsument podejmuje decyzję, której nie podjąłby, gdyby przedsiębiorca nie dopuścił się w stosunku do niego nieuczciwej praktyki. Wpływ na decyzję konsumenta mogą mieć zarówno działania przedsiębiorcy (np. przedstawienie nieprawdziwych lub mylących informacji), jak i zaniechania (zatajenie przed konsumentem określonych informacji, które powinien on uzyskać, aby dokonać świadomego wyboru określonego produktu).”¹⁷

Zakazane formy tzw. missellingu dotyczą praktyk przedsiębiorcy stosowanych na etapie przedkontraktowym.

Rozpatrując praktykę misselingu należy wziąć pod uwagę następujące przesłanki, których analiza pozwoli odpowiedzieć na pytanie, czy praktyka misselingu wystąpiła w niniejszej sprawie. Będą to następujące przesłanki:

- 1) zachowanie przedsiębiorcy polegające na proponowaniu konsumentom nabycia usług finansowych,
- 2) nieodpowiedniość (niedopasowanie) proponowanych konsumentom usług finansowych do ich potrzeb, ustalonych z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów,

Ad 1.

Proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych

Jak wskazano w części ustalającej niniejszej decyzji, z zebranego przez Prezesa UOKiK materiału dowodowego wynika, iż proponowanie nabycia konsumentom obligacji GetBack przez Idea Bank odbywało się w trakcie spotkań w Oddziale Banku, przy czym - jeżeli konsument był klientem Banku - spotkania poprzedzał wcześniejszy kontakt telefoniczny (rozmowy, smsy) lub mailowy. Możliwe było również nabycie obligacji GetBack, bez konieczności osobistej wizyty w Oddziale Banku, a jedynie przy kontakcie za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość.

która kontaktowała się z klientami wyłącznie w sposób zdalny (komunikacja drogą telefoniczną) i przekazywał konsumentom informacje o możliwości nabycia obligacji firmy GetBack. Proces przekazywania informacji o możliwości nabycia obligacji odbywał się podczas nagrywanej rozmowy telefonicznej. Bank przedłożył także Prezesowi UOKiK przykładowy skrypt takiej rozmowy oraz nagrania z przeprowadzonych z konsumentami rozmów, z których wynikało, jakie informacje i argumenty były przez pracowników Banku wykorzystywane w procesie proponowania nabycia tych obligacji.

Odnosząc się do tego zagadnienia, zauważyć należy, iż skrypt rozmowy z klientem był przygotowany wcześniej, a więc sprzedawca był przygotowany do rozmowy

¹⁶ Małgorzata Ganczar, *Art. 24 ust. 2 pkt 4 - nowa praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów w świetle nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 2015r.*, s. 2; źródło: https://www.cars.wz.uw.edu.pl/tresc/konferencje/25/Art_24_ust_2_pkt_4_nowa_praktyka.pdf

¹⁷ A. Wędrichowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska [w:] *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, (red. A. Stawicki, E. Stawicki), s. 690,

z konsumentem i jego głównym zadaniem było przekonać go do nabycia obligacji. Wykorzystano w tym momencie także element zaskoczenia konsumenta, który rozmawiając ze sprzedawcą w sprawie ewentualnego nabycia usług finansowych ma nie tylko trudność z tego względu, że musi posiadać wiedzę z zakresu finansów, ale także musiałby być bardzo dobrze przygotowany do dyskusji. Konsument zatem posiadał mniej czasu na odparcie przygotowanych argumentów sprzedawcy. Ze skryptu wynika także, iż argumentacja została ułożona w ten sposób, by na początku pokazać konsumentowi niekorzystną sytuację na rynku lokat, ich niskie oprocentowanie by następnie przejść do samych korzystnych informacji cechujących obligacje GetBacku, koncentrując się jedynie na ich atutach. W praktyce, przy temacie braku zabezpieczenia czy kapitału, sprzedawcy często używali porównania bezpieczeństwa do obligacji skarbowych, pokazując, iż one także nie mają zabezpieczenia. Przy czym na końcu skryptu planowane jest przesłanie klientowi dokumentu propozycji nabycia obligacji GetBack. Natomiast z nagrań ze sprzedawcami nie wynika, by sprzedawcy informowali konsumentów o możliwych ryzykach. Wręcz przeciwnie, gdy konsument pyta o dokumenty w celu zapoznania się, sprzedawca informuje go, iż konsument musi się najpierw zadeklarować odnośnie chęci nabycia obligacji, by móc otrzymać dokumenty.

Wskazać także należy, iż w mailu z dnia 18 października 2017r. , koordynator wsparcia sieci sprzedaży Idea Banku, przesyłała do pracowników Idea Banku (Lion`s Banku) w mailu zatytułowanym „formularz_zapisu.pdf” standardowe informacje o trwających zapisach w niepublicznej ofercie obligacji serii RU spółki GetBack S.A., m.in. krótką notkę o spółce, podstawowe parametry oferty obligacji, cel emisji, dokumenty w formie linków do 1. Elektronicznego Formularza Przyjęcia Propozycji Nabycia, 2. Informacji o Ofercie, 3. Warunkach Emisji Obligacji, 4. Sprawozdanie za 2016r. skonsolidowane, 5. Sprawozdanie za 2016r. jednostkowe oraz instrukcje i zasady składania zapisów. Treść maila rozpoczęła jednakże od informacji o treści: *„Przypominam, że te informacje są do użytku wewnętrznego! Prośba o przekazanie informacji z operatywki odnośnie ofertowania, bo w dalszym ciągu zdarza się, że* (oryginalnie zaznaczenie fragmentu maila na czerwono przez autora maila)¹⁸.

Przywołać w tym miejscu należy także treść późniejszego maila wystosowanego od , która w mailu z dnia 22 marca 2018r. do Dyrektorów Lion`s Banku (przesłanego następnie dnia 30 kwietnia 2018r. do zatytułowanym: „Start oferty prywatnej obligacji serii PAL spółki GetBack S.A.” przekazała następujące informacje:

(oryginalne pogrubienie autora maila).

¹⁸ Mail z płyty do pisma Idea Banku z 2 lipca 2018r., k. 162A akt admin.;

¹⁹ Vide: załącznik do pisma Idea Banku do Prezesa UOKiK z 30 kwietnia 2018 r. (sygn. akt: DOIK-403-3/18/MJO), k. 115v akt administracyjnych;

Ponadto, jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego, nie wszyscy sprzedawcy Idea Banku informowali konsumentów o tym, że udział w procesie oferowania bierze także PDM. Konsumentów częstokroć dowiadywali się o tym fakcie przy okazji przesłania im numeru rachunku bankowego do przelewu kwoty na zakup obligacji, który to rachunek należał do PDM lub otrzymywali od sprzedawcy informację, iż przyjdzie mail z PDM z numerem rachunku, na który należy dokonać wpłaty. Nie było jasnego przekazu, iż w mailu tym, jako załączniki dołączone były istotne dla konsumentów dokumenty, m.in. z informacją o tym, że nabycie obligacji wiąże się z utratą części lub całości kapitału. Konsumentów wskazywali, iż dopiero po wybuchu afery GetBack wracali do tych maili i dopiero wtedy znajdowali dołączone dokumenty i się z nimi zapoznawali.

Podczas rozprawy administracyjnej na pytanie pracownika UOKiK: czy w trakcie rozmowy z pracownikiem Banku był Pan informowany o roli Polskiego Domu Maklerskiego w procesie zapisu na obligacje? Świadkowie (konsumentów) odpowiadali:

„Właśnie nie byłem informowany. Po wyjściu ze spotkania byłem święcie przekonany, że będę kupował obligacje od banku Lions czy tam Idea Bank. Dopiero w momencie jak dostałem tego maila z Polskiego Domu Maklerskiego zobaczyłem, że to jednak jest jakby zakup od Polskiego Domu Maklerskiego. Nie wiem, nie miałem wcześniej styczności z obligacjami i nie miałem też świadomości, że to Polski Dom Maklerski jest jakby zarządcą tych obligacji, a nie idea Bank. Po wyjściu ze spotkania wydawało mi się, że będę je kupował po prostu od Idea Banku.”²⁰

„Nie informowano mnie o żadnym podmiocie jak Polski Dom Maklerski”²¹

Dodatkowo także sprzedawcy, zamiast jak to wyżej było wskazane zwracać uwagę klientom, że podjęcie decyzji o inwestowaniu w obligacje, powinno nastąpić wyłącznie po otrzymaniu od Polskiego Domu Maklerskiego, propozycji nabycia obligacji oraz zapoznaniu się z jej treścią w szczególności czynnikami ryzyka - **informowali klientów jedynie zdawkowo, przede wszystkim wskazując, że mają oni zwrócić uwagę na numer konta do wpłaty.**

„Poprosiłam więc o jakieś materiały do domu, do poczytania. Odpowiedział: nie proszę Pani, albo się Pani teraz decyduje już, bo to już jest tak krótki czas, że ja nie wiem czy będę w stanie dla Pani te obligacje wykupić, bo jest tylu chętnych, to się cieszy takim zainteresowaniem, że ja nie wiem jak to będzie. Powiedziałam, no dobrze, to ja postaram się, dowiedzieć się, zapoznać. Odpowiedział: niech się Pani o nic nie martwi, jest przecież Pani u nas w banku jakiś czas, to jest wszystko tak jak ja Pani opowiedziałem, to jest wszystko bezpieczne, nie musi się Pani o nic martwić. W związku z tym zdecydowałam się”²²

„Gdyby nie ta cała afery, potem po dwóch tygodniach. Dopiero zaczęłam przeglądać te maile, co to w ogóle jest. Nikt mi nie powiedział, że coś takiego w ogóle przyszło na tego maila.”²³

„Jak już zdecydowałam o zakupie to wysłał mi mailem podstawowe informacje do przelewu. Powiedział że wypełni za mnie jakiś formularz zapisu. Wysłał informacje o rachunku i

²⁰ zeznania świadka transkrypcji zeznań, k. 5087v-5088,

na rozprawie administracyjnej z dnia 30.01.2019 r., strona 4-5

²¹ zeznania świadka zeznań), k. 5076,

na rozprawie administracyjnej z dnia 30.01.2019 r., strona 3 transkrypcji

²² Ibidem, strona 1-2 transkrypcji z zeznań świadka, k. 5075-5075v,

²³ zeznania świadka na rozprawie administracyjnej z dnia 30 stycznia 2019r., strona 2-3 transkrypcji z zeznań świadka, k. 5081v-5082,

zrobiłem przelew. (...) Dostałem jakieś dokumenty na maila z informacjami jakie obligacje, jaka seria, nie zapoznawalem się z żadnymi dokumentami przed dokonaniem przelewu²⁴”.

„Tego samego dnia z PDM przyszedł dokument informujący o chęci zakupu tychże obligacji to było 27 lutego i było napisane, że opłaty trzeba dokonać tego samego dnia. (...) Dokument z PDM miał kilka stron. Zawierał on moje dane i informacje o tych obligacjach i w tym dokumencie było też jedno zdanie, które doczytałem po 4 dniach. Dokument miał kilka stron i był drobnym druczkiem, i sprawdzałem od razu tylko swoje dane, bo wszystko odbywało się w ciągu kilku godzin i byłem popędzany, żeby szybko podejmować decyzję.²⁵”

„Na ofertę powiedziałem że jestem zainteresowany i co mam robić. Powiedziała, że nic i mam czekać. W pewnym momencie przyszedł mail z PDM z propozycją nabycia i z linkami do jakiś dokumentów. Wysłałem smsa co z tym zrobić. Pani powiedziała, że na razie nic. Po czym dostałem maila do pani z danymi do przelewu z dyspozycją, że muszę zrobić przelew w dniu dzisiejszym, bo musi być zaksięgowane do północy., Za pierwszym razem wydałem zlecenie telefonicznie zakupu obligacji. Pani mówiła, że tego dopilnuje, żeby jak najszybciej to zrealizować. We wszystkich tych emisjach moja rola ograniczała się do zainteresowania się produktem oferowanym przez panią czyli umowa limitowaną, przychodził za każdym razem mail PDM, z którym nie miałem nic robić i mail od Pani z danymi do przelewu.²⁶”

„Z dokumentami zapoznałam się dopiero jak wybuchła cała afera, Pan powiedział, że dostaniemy numer konta oraz to co mamy wpisać. Nie mówił że będą jakieś papiery, że mamy się z czymś zapoznać tylko, że będzie numer konta. Cała kwestia, wydawało mi się, została omówiona, wszystkie atuty firmy i nam nic nie kazano podpisywać. Potem się okazało, że wszystko zostało za nas wypełnione i nic nie zostało nam pokazane i było dla mnie oczywiste, a pieniądze miały być na koncie następnego dnia i nawet nie zauważyłam, bo nie było to nawet powiedziane.²⁷”

Z nagrań nadesłanych przed Idea Bank, dołączonych do pisma z dnia z 8 kwietnia 2019r., rozmów telefonicznych przeprowadzonych z konsumentami przez pracowników Spółki wynika, że gdy przedstawiciel Banku przedstawiał ofertę nabycia obligacji, a konsumenci wyrażali chęć zapoznania się z dokumentami, by móc sobie na spokojnie przejrzeć ofertę i wtedy się zdecydować, pracownik Idea Banku w taki sposób kierował rozmową:

Konsument:

„Ja się wcześniej w coś takiego jak obligacje nie bawiłam. Gdyby mógł Pan mi przestać informację na maila, na adres mój mailowy, ja bym po prostu sobie, wie Pan co, wczytała się w to, przeanalizowała, zastanowiła, i wtedy podjęłabym decyzję i wtedy najwyżej Pan zamieści tam dane swoje i bym oddzwoniła.”

Sprzedawca:

²⁴ zeznania świadka na rozprawie administracyjnej z dnia 5 lutego 2019r., strona 8, 10 protokołu z rozprawy, k. 5116, 5118 akt,

²⁵ zeznania świadka , strona 4 protokołu z rozprawy z dnia 12 lutego 2019r., k. 6501,

²⁶ zeznania świadka strona 10 protokołu z rozprawy administracyjnej z dnia 12 lutego 2019r., k. 6506,

²⁷ zeznania świadka , strona 6 protokołu z rozprawy administracyjnej z dnia 20 lutego 2019r., k. 6567,

„Tylko Pani , bo generalnie to są limitowane edycje, więc tutaj nie jest tak, że my tutaj chcemy za kogoś dłużej się nad tym zastanawiać, bo to jest na kilka dni obligacje są wypuszczane.²⁸”

Zdarzały się sytuacje, że zdawkowa informacja smsowa czy też mailowa sprzedawcy Idea Banku była jedynym sposobem przedstawiania oferty. Nie każda bowiem oferta złożona telefonicznie lub za pomocą innych środków porozumiewania się na odległość prowadziła do spotkania ze sprzedawcą. Z uwagi na fakt, iż zapisy na obligacje mogły odbywać się drogą elektroniczną, część transakcji została zawartych na podstawie dyspozycji smsowej czy mailowej konsumenta, który wskazywał doradcy jedynie kwotę, jaką miał przeznaczyć na zakup obligacji a następnie dokonywał przelewu. Pozostałe formalności, jak złożenie zapisu na obligacje, czy wypełnienie formularza Przyjęcia Propozycji Nabycia mógł wypełnić sprzedawca Idea Banku. Ponadto, Idea Bank stosował dodatkową zachętę dla klientów, polegającą na tym, że w sytuacji, gdy środki z likwidacji lokaty będą przekazane na nabycie obligacji GetBack, klient nie tracił wypracowanych dotychczas na lokacie odsetek.

Ponadto, o braku wiedzy i doświadczenia konsumentów z zakresu nabywania obligacji korporacyjnych, a tym samym o niedopasowaniu produktu do ich potrzeb, świadczyły m.in. wypowiedzi świadków przesłuchiwanych na rozprawie, którzy na pytania pracownika UOKiK, jakie pytania zadawali sprzedawcy, jakie zgłaszali wątpliwości związane z nabyciem obligacji odpowiadali następująco:

„Wie pani co, ja powiem tak, jak ktoś nie siedzi w tych rynkach ekonomicznych, finansowych to nawet dobrego pytania zadać nie umie”²⁹.

„Nie zgłaszałem sprzedawcy jako takich wątpliwości, bo nie miałem informacji na ten temat. Dzwoniła pani z idea bank, w którym od kilku lat miałem różne lokaty. Zerwano lokatę przed czasem i dostałem odsetki wszystkie i to mnie uspokajało, że jest to produkt bankowy a nie jakiś trzecich stron. Moja wiedza na temat obligacji była zerowa i kojarzyłem tylko obligacje skarbu państwa i nie wiedziałem o co się pytać”³⁰.

„Nie pytaliśmy jakie to mogą być problemy bo nie było mowy o nabyciu jakiegokolwiek niepewnego produktu. Do głowy nam nie przyszło, że może być jakieś ryzyko. Że chcemy pewny produkt. Potrzeby zostały jasno wyrażone”³¹.

„Wcześniej obligacje kojarzyły mi się z obligacjami skarbu państwa. Nie zapytałam czy to są obligacje skarbu państwa. Trudno mi powiedzieć. Gdybym wiedziała, że coś takiego nas spotka to bym sobie to zapisywała. Nie wiem dlaczego się nie zapytałam, uważałam, że jak przyszłam do banku to pracownik powinien mnie o wszystkim powiadomić”³².

Powyższe wypowiedzi konsumentów wyraźnie obrazują brak ich doświadczenia w zakresie posiadania proponowanych obligacji GetBack oraz brak wiedzy w tym zakresie.

Warto zauważyć, iż działanie Spółki polegające na proponowaniu konsumentom nabycia obligacji korporacyjnych dotyczy usług finansowych. W przedmiocie samego „proponowania”, w związku z tym, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia „proponowania” usług finansowych pomocniczo należy posłużyć się

²⁸ vide: plik cdrs_2018-02-07_14-06_44_8191-694617487, 5:50 minuta nagrania”, załącznik do pisma Idea Banku z dnia 8 kwietnia 2019 r., k. 6623A,

²⁹ Zeznania świadka , strona 5 transkrypcji do Protokołu rozprawy z dnia 30 stycznia 2019r., k. 5083,

³⁰ zeznania świadka , strona 6 protokołu z rozprawy z dnia 12 lutego 2019r., k. 6503 akt,

³¹ Zeznania świadka , strona 7 protokołu z rozprawy z 20 lutego 2019r., k. 6568,

³² Zeznania świadka , strona 12 protokołu z rozprawy z 20 lutego 2019r., k. 6570,

definicją propozycji nabycia produktu zawartą w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. **Zgodnie z art. 2 pkt 6 upnr poprzez propozycję nabycia produktu rozumie się informację handlową określającą cechy produktu oraz jego cenę, w sposób właściwy dla użytego środka komunikowania się z konsumentami, która bezpośrednio wpływa bądź może wpływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy.** Biorąc pod uwagę, że Bank przekazywał konsumentom informacje dotyczące zarówno samych obligacji i ich parametrów, jak i sposobu dokonania zapisu na obligacje GetBack (a w zasadzie uczestniczył w procesie samego zapisu wypełniając Formularz za konsumenta) oraz instruował go, w jaki sposób należy uiścić opłatę za nabyte obligacje - w ocenie Prezesa Urzędu - działanie Banku należy zakwalifikować jako wypełniające cechy proponowania nabycia usług finansowych.

W tym miejscu należy wyjaśnić pojęcie usług finansowych. Zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2019, poz. 134) usługi finansowe są to w szczególności: „czynności bankowe, umowy kredytu konsumenckiego, czynności ubezpieczeniowe, umowy nabycia lub odkupienia jednostek uczestnictwa funduszu inwestycyjnego otwartego albo specjalistycznego funduszu inwestycyjnego otwartego i nabycia lub objęcia certyfikatów inwestycyjnych funduszu inwestycyjnego zamkniętego, usługi płatnicze - z wyjątkiem umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość, do których stosuje się przepisy rozdziałów 1 i 5.” Na gruncie prawa unijnego, w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25 października 2011 roku w sprawie praw konsumentów³³ znajduje się definicja tego pojęcia i tak, *usługa finansowa oznacza każdą usługę o charakterze bankowym, kredytowym, ubezpieczeniowym, emerytalnym, inwestycyjnym lub płatniczym.* Jak wskazuje się w doktrynie, *pojęcie usług finansowych jest pojęciem zbiorczym, w którego zakresie mogą się znaleźć różne typy usług świadczonych przez różne instytucje finansowe*³⁴.

W doktrynie „*usługi finansowe mogą być rozumiane co najmniej dwojako: bądź jak wszelkie usługi odnoszące się do gospodarowania finansami konsumentów, bądź też jako usługi świadczone przez podmioty rynku finansowego (wówczas zakres podmiotowy wyznaczają przepisy ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym w powiązaniu z innymi przepisami, do których ustawa ta odsyła*³⁵.” Zauważyć należy, iż proponowanie nabycia obligacji GetBack przez Idea Bank mieści się w obu wyżej wskazanych kategoriach, gdyż nabycie tych obligacji wiązało się z zainwestowaniem środków finansowych konsumentów w oferowany przez Bank instrument finansowy. Ponadto zaś, proces inwestowania w obligacje może podlegać pod przepisy ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym. Mając powyższe na uwadze, proponowanie nabycia obligacji GetBack konsumentom należy uznać za proponowanie nabycia usług finansowych.

Ad 2.

Niedopasowanie obligacji GetBack do potrzeb konsumentów ustalonych z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów

³³ dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25 października 2011 roku w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady Dz. U. UE L 304/64 z dnia 22 listopada 2011 roku

³⁴ E. Rutkowska-Tomaszewska, *Ochrona prawna klienta na rynku usług finansowych*, Warszawa 2013, s. 57;

³⁵ A. Wędrzychowska-Karpińska, A. Wiercińska -Krużewska [w:] *Ustawa...*, op. cit., s. 692,

„Misseling jako nieuczciwa praktyka rynkowa funkcjonuje w przypadku gdy konsumentowi składa się propozycję usługi finansowej, która nie odpowiada potrzebom konsumentów ustalonych z uwzględnieniem cech tych konsumentów takich jak wiek, stan zdrowia, doświadczenie i wiedza dotycząca produktu lub sytuacja materialna. (...) Problem ze zrozumieniem ofert pojawiających się na rynku finansowym przez przeciętnego konsumenta jest faktem. Z pewnością przedsiębiorcy będący profesjonalistami, winni formułować je w sposób prosty i zrozumiały a także wyjaśniać znaczenie postanowień zawartych w umowie aby konsument mógł świadomie podejmować decyzje. Często bowiem przedsiębiorcy chcąc sprzedać dany produkt, oferują go w zawołowany sposób, przez co narażają konsumenta na niepotrzebne ryzyko finansowe.”³⁶

W tym miejscu odwołać się należy do wcześniej już poruszanej kwestii odpowiedniego poinformowania konsumentów i rzetelnego przedstawienia im warunków proponowanego produktu - informacji o obligacjach korporacyjnych (ich charakterze, ryzykach i konsekwencji z tego wynikających, dostępności oferty), by konsument mógł świadomie podjąć decyzję.

W doktrynie wskazuje się, „iż problematyczną kwestią jest określenie, czy art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik przewidujący szczególny zakres staranności, nakłada na przedsiębiorcę obowiązek zdobywania informacji o cechach konsumenta. Co prawda ustawodawca w uzasadnieniu do ustawy wprowadzającej zakaz misselingu podkreślił, że „(...) przepis nie narzuca przedsiębiorcom obowiązku dokonywania w każdym przypadku rozległych, wyczerpujących badań” (uzasadnienie projektu ZMOKiKU, s. 12), z czego mogłoby wynikać, że w pewnym stopniu obowiązek aktywnego działania jest jednak wymagany. Ponadto na uwagę zasługuje fragment, w którym ustawodawca wskazuje, że „założeniem projektodawcy było, aby proponowany przepis nie kreował po stronie przedsiębiorców żadnych dodatkowych obowiązków w zakresie zbierania danych o konsumentach. Obowiązek ustalania tych danych może wynikać z innych przepisów lub dobrych obyczajów. Innymi słowy, proponowany zapis nie narzuca na przedsiębiorców obowiązku ustalania potrzeb konsumentów, a jedynie statuuje jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zaniechanie realizacji tego obowiązku, wynikającego jednak z innych przepisów lub dobrych obyczajów” (vide: uzasadnienie). Niewątpliwie jednak cechy konsumenta muszą być uwzględniane i to w zakresie relewantnym dla danej usługi finansowej. Na potrzeby analizy relacji cech konsumenta i jego potrzeb w świetle proponowanych usług finansowych, właściwe informacje powinny być uzyskane przez przedsiębiorcę. Inny zakres informacji o cechach konsumenta jest więc wymagany dla stosunkowo prostych, krótkoterminowych i opiewających na niewielkie sumy usługach finansowych, niż ma to miejsce w przypadku produktów finansowych znacznie obciążających konsumentów, gdzie ryzyko inwestycyjne odgrywa istotną rolę. Zaniechanie obowiązku zebrania informacji w zakresie dopasowanym do danej usługi finansowej będzie zatem skutkowało naruszeniem art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik”³⁷.

Z uzasadnienia do ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw z dnia 5 sierpnia 2015 r. (Dz. U. z 2015r., poz. 1634) wprowadzającej zakaz misselingu wynika, że zasadniczo przedsiębiorcy powinni dokonywać oceny swoich produktów pod kątem ich przydatności dla określonych grup konsumentów i kierować je do grup, dla których dany produkt jest rzeczywiście przeznaczony, w sposób

³⁶ Małgorzata Ganczar, Art. 24 ust. 2 pkt 4 - nowa praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów w świetle nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 2015r., s. 2; źródło:

https://www.cars.wz.uw.edu.pl/tresc/konferencje/25/Art_24_ust_2_pkt_4_nowa_praktyka.pdf

³⁷ M. Namysłowska, Komentarz do art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Legalis 2016 r.

niewprowadzający w błąd, zgodny z dobrymi obyczajami. Tylko w ten sposób może być zapewnione na rynku usług finansowych bezpieczeństwo konsumentów z natury słabszych - przede wszystkim osób starszych, gorzej sytuowanych, mniej pewnie poruszających się w tej tematyce i bardziej przez to narażonych na nieuczciwe działania przedsiębiorców. Wskazać zatem należy, iż przedsiębiorca powinien ustalać potrzeby konsumentów na podstawie dostępnych mu informacji w zakresie cech tych konsumentów, a więc informacji uzyskanych o konsumentach w toku prowadzonej przez niego działalności lub uzyskanych wprost od konsumentów.

W tym miejscu należy przeanalizować drugą przesłankę wskazującą na niedopasowanie obligacji GetBack do potrzeb konsumentów, które to potrzeby powinny zostać ustalone z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów. Przesłanka w postaci nieodpowiadania potrzebom konsumentów zawiera w sobie konieczność ustalenia cech konsumenta, a następnie jego potrzeb. W doktrynie wskazuje się na fakt, że potrzeby danego konsumenta mają być ustalane z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji dotyczących cech tych konsumentów. Jeśli chodzi o cechy konsumentów, jakie można wyodrębnić w celu ustalenia potrzeb poszczególnych konsumentów w zakresie ich preferencji finansowych, wskazać przede wszystkim należy na wiek konsumenta, jego sytuację życiową (czy jest to osoba na początkowym, środkowym czy końcowym etapie kariery zawodowej, czy też jest emerytem), stan zdrowia, sytuację finansową, dotychczasowe doświadczenie produktowe, a także wiedzę dotyczącą proponowanego produktu, w szczególności na temat ryzyk związanych z daną usługą finansową. Do wskazanych cech należy przyporządkować odpowiednie potrzeby, jakie mogą z tych cech wynikać, tj. potrzeba posiadania oszczędności na bieżące cele (w przypadku konsumentów pracujących), potrzeba odkładania na spokojną emeryturę lub w razie choroby (w przypadku konsumentów schorowanych lub w wieku okołoemerytalnym), czy też na inne indywidualnie określone cele. Cechą wspólną dla tych konsumentów jest to, że żadna z tych grup nie deklaruowała „kwoty wolnej” przeznaczonej na cele inwestycyjne, przy której świadomy inwestor godzi się na jej ewentualną utratę w przypadku niepowodzenia wybranej inwestycji.

Przy takiej analizie celów i potrzeb konsumentów, potrzeba większego zysku, a tym samym ryzyko utraty kapitału lub brak gwarancji zysku jawi się jako potrzeba wtórna, której Bank, w ocenie Prezesa UOKiK, nie może kreować samodzielnie, ani jej wyinterpretowywać, lecz powinna być ona wyrażona *explicite* przez samego konsumenta.

Zauważyć należy, iż w procesie lokowania/ inwestowania środków finansowych wyodrębnić można dwie przeciwstawne do siebie potrzeby, jakimi są bezpieczeństwo ulokowanych/ zainwestowanych środków finansowych oraz potrzeba osiągnięcia zysku, która z kolei jest obarczona zwykle określonym ryzykiem (np. braku jego uzyskania lub ryzyko utraty kapitału). Stopień zaspokojenia tych potrzeb, potrzeby bezpiecznego ulokowania środków lub potrzeby osiągnięcia zysku zależeć powinien wyłącznie od decyzji konsumenta a to winno być skorelowane z proponowaną mu usługą finansową, począwszy od lokaty bankowej po różnorodne instrumenty finansowe.

W sytuacji, gdy oferta dotyczy nabycia instrumentu finansowego jak obligacja, przy ocenie czy konsument może nabyć obligacje korporacyjne należy zbadać, czy jest ona dopasowana do jego potrzeb. W tym celu należałoby ustalić poziom wiedzy konsumenta w obszarze tego instrumentu finansowego, doświadczenie konsumenta w zakresie inwestowania oraz jaki jest poziom jego świadomości w zakresie ryzyka związanego z daną

inwestycją oraz to, czy konsument uświadamia sobie, iż wyższy zysk wynika z podwyższonego ryzyka, jakie niesie ze sobą inwestowanie w obligacje korporacyjne. Niezbędne powinno być zatem ustalenie przez przedsiębiorcę, czy ważniejszy jest dla konsumenta wyższy zysk, który związany jest bezpośrednio z większym ryzykiem utraty części lub całości środków, czy też bezpieczeństwo ulokowanych środków. Wybór jednej z tych preferencji automatycznie determinuje możliwość ustalenia, czy dany produkt jest adekwatny czy nieadekwatny dla danego konsumenta. Aby to było możliwe, Bank powinien przedstawiać informacje o produkcie w sposób rzetelny, całościowy - i co najważniejsze - nie wprowadzający w błąd.

Zagadnienie wprowadzania w błąd konsumentów w procesie proponowania nabycia obligacji GetBack szczegółowo zostało przedstawione w decyzji częściowej Prezesa UOKiK nr RBG-13/2019 z dnia 1 sierpnia 2019r., do której w tym zakresie należy odesłać.

Prezes UOKiK wyodrębnił trzy grupy konsumentów, wobec których stwierdzono naruszenie w postaci niedopasowania produktu do ich potrzeb. Głównym kryterium, jakie przyjął Prezes UOKiK w tym zakresie było dotychczasowe doświadczenie produktowe konsumentów, które Idea Bank mógł ustalić na podstawie posiadanych o nich informacji, m.in. na podstawie historii produktów posiadanych w banku, a także w oparciu o informacje przekazywane przez konsumenta doradcy bankowemu w toku rozmów sprzedażowych. W ocenie Prezesa UOKiK, cechą wspólną dominującą wśród konsumentów był stosunek do ryzyka. Mianowicie, wśród konsumentów ze wszystkich trzech grup, deklarowali, że nie są zainteresowani ryzykownymi inwestycjami, nie byli gotowi na utratę ulokowanego czy też zainwestowanego kapitału (środków finansowych). Świadczy o tym fakt, iż deklarowali chęć ulokowania czy też zainwestowania środków finansowych w bezpieczny produkt. Zgłaszali zatem potrzebę bezpiecznego pomnażania swoich środków finansowych.

Prezes UOKiK wyodrębnił do jednej grupy klientów posiadających w Idea Banku umowy lokat bankowych lub rachunki oszczędnościowe, którzy deklarowali, iż są zainteresowani jedynie bezpiecznym produktem. Kolejną kategorię stanowili klienci posiadający (w momencie oferowania im obligacji lub w przeszłości) w Idea Banku umowy o lokaty strukturyzowane lub umowy ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, którzy przed zawarciem umowy z Idea Bankiem mieli możliwość wypełnienia ankiety umożliwiającej zapoznanie się z ich preferencjami w zakresie stosunku do ponoszonego ryzyka, lub też wskazania, że nie godzą się na produkty, w których istnieje choćby minimalne ryzyko utraty zainwestowanych środków finansowych. Trzecią kategorię stanowili klienci nowi, którzy jako pierwszy produkt w Idea Banku nabyli obligacje GetBack.

W ocenie Prezesa UOKiK, informacjami wskazującymi na potrzeby konsumentów w zakresie lokowania czy też inwestowania, dostępnymi dla banku, w kontekście obligatariuszy GetBacku, którzy byli już klientami banku, były m.in. podstawowe dane osobowe, jak wiek, źródło comiesięcznych wpływów na konto, posiadane produkty w danym banku, informacje od doradców finansowych poszczególnych klientów (w szczególności klientów wieloletnich).

Natomiast jeśli chodzi o klientów nowych, Idea Bank powinien ustalić ich potrzeby w zakresie usług finansowych na podstawie informacji przekazanych doradcom przez konsumentów w toku rozmów sprzedażowych.

Charakterystyka obligacji korporacyjnych jako usług finansowych

W ocenie Prezesa UOKiK obligacje korporacyjne są skomplikowanym instrumentem finansowym i wymagają odpowiedniego przedstawienia cech tego produktu, zarówno korzyści jak i ryzyk z nimi związanych. Skomplikowany charakter instrumentu finansowego, jakim jest obligacja korporacyjna nie wynika jedynie z jej struktury czy też definicji, ale przede

wszystkim wynika z ryzyk, jakim są obarczone i z konsekwencji ziszczenia się któregośkolwiek z nich. Idea Bank wskazał w piśmie podsumowującym przeprowadzone rozprawy z dnia 15 kwietnia 2019r., że „obligacje GetBack miały strukturę podstawową i nie miały wbudowanego instrumentu pochodnego”³⁸. Zauważyć jednakże należy, iż przy zakupie jakiegokolwiek produktu, oprócz informacji jak skonstruowany jest dany produkt, ważne jest jak on funkcjonuje, oraz jakie są ryzyka z nim związane.

Wskazać należy, iż w branży finansowej wskazuje się, iż „do czynników ryzyka przy obligacjach korporacyjnych należy zaliczyć następujące ryzyka: ryzyko kredytowe emitenta-ryzyko nie dotrzymania przez emitenta warunków umowy, ryzyko nie zapłacenia odsetek lub nie spłacenia kapitału w określonym terminie; ryzyko stopy procentowej - wrażliwość ceny obligacji na zmiany stóp procentowych; ryzyko płynności - ograniczona możliwość sprzedaży obligacji na rynku bez utraty ich wartości (negatywnego wpływu na cenę), ograniczona możliwość wyjścia z inwestycji przed terminem zapadalności; ryzyko związane z przepisami podatkowymi - polski system prawa podatkowego podlega częstym zmianom, np. wprowadzenie nowych obciążeń podatkowych może mieć niekorzystny wpływ na zwrot kapitału zainwestowanego w obligacje przez obligatariuszy; ryzyko związane z zabezpieczeniem obligacji/ brakiem zabezpieczenia obligacji. W przypadku obligacji które są emitowane jako niezabezpieczone nabywca obligacji powinien mieć świadomość, że w przypadku niewykupienia obligacji przez emitenta dochodzenie ewentualnych roszczeń od emitenta będzie mogło być prowadzone na zasadach ogólnych tj. w sposób przewidziany w przepisach kodeksu postępowania cywilnego. Obligacje niezabezpieczone charakteryzują się dodatkowym ryzykiem związanym z pierwszeństwem wierzycieli posiadających zabezpieczone należności od emitenta, co stawia posiadaczy obligacji niezabezpieczonych w trudniejszej sytuacji przy ewentualnym dochodzeniu swoich należności”³⁹.

Ponadto, wskazać także należy, iż w branży finansowej dotyczącej instrumentów finansowych, funkcjonuje pojęcie „obligacji podwyższonego ryzyka”, przez które rozumie się obligacje emitowane przez firmy windykacyjne⁴⁰. Dlatego właśnie obligacje te są wyżej oprocentowane, co powinno to ryzyko rekompensować.⁴¹

Wskazać zatem należy, iż obligacje GetBack jako obligacje emitowane przez firmę windykacyjną należy uznać za obligacje podwyższonego ryzyka, a w związku z tym obrót takimi obligacjami wśród konsumentów powinien wiązać się z przekazywaniem im większej ilości informacji, w szczególności przedstawienia i wyjaśnienia charakteru ryzyk, jakie się wiążą z ich nabyciem oraz ustalenie, czy są gotowi takie ryzyko ponieść lub że produkt nie jest dla nich odpowiedni. Wyjaśnienie powyższych zagadnień powinno nastąpić na etapie oferowania obligacji GetBack przez ich nabyciem przez konsumenta.

Usługi finansowe charakteryzują się wyraźnie zwiększonym ryzykiem ekonomicznym i zagrożeniem naruszania interesów konsumentów będących nieprofesjonalnymi uczestnikami rynku finansowego. Związane jest to z ich cechami, takimi jak duży stopień trudności i skomplikowania tych usług, spowodowany często pakietowym charakterem, deficytem informacji i transparentności. Specyfika usług finansowych powoduje, że konsument - zwłaszcza z instytucjami finansowymi - jest narażony na różne niedozwolone praktyki podmiotu

³⁸ Strona 10 pisma Idea Bank z 15 kwietnia 2019r. podsumowującego przeprowadzone rozprawy, k. 6633,

³⁹ Ogólny opis istoty instrumentów finansowych oraz ryzyka związanego z inwestowaniem w te instrumenty w Niezależnym Domu Maklerskim S.A., www.ndm.com.pl, ;

⁴⁰ Rewolucja w sprzedaży obligacji firm, 12.05.2018r., źródło: <https://www.parkiet.com/Obligacje/305129965-Rewolucja-w-sprzedazy-obligacji-firm.html>,

⁴¹ Ibidem.

wykorzystującego jego słabszą pozycję.⁴² Słabsza pozycja konsumenta rozumiana jest jako „brak specjalistycznej wiedzy (prawnej, ekonomicznej), o zasadach, na jakich oferowane są produkty finansowe. Deficyt informacyjny prowadzi do braku faktycznej równowagi obu stron obrotu konsumenckiego. Stan ten musi być kompensowany szczególną ochroną prawną. W przypadku rynku usług finansowych pozycja konsumenta ma szczególne znaczenie z uwagi na długoterminowe skutki ekonomiczne umów zawieranych z instytucjami finansowymi. (...) Ograniczenia w dostępie konsumentów do rzetelnej informacji mogą wynikać m. in. z agresywnego marketingu czy też z sytuacji, w której konsument ze względu na skalę i tempo zmian nie ma odpowiedniej wiedzy, doświadczenia i w efekcie nie jest stroną równorzędną”.⁴³

Przywołać w tym miejscu należy wnioski z badań przeprowadzonych przez firmę doradczą-konsultingową Deloitte po wejściu w życie MiFIDu⁴⁴, z których wynika, że w rozmowie z doradcą bankowym klient i tak nie może liczyć na rzetelne informacje na temat rodzajów ryzyka związanych z danym dobrem bądź usługą. Aż w 80% przypadków doradca rekomendował instrumenty finansowe bez wcześniejszego profilowania klienta. W 76% przypadków doradca, wbrew zaleceniom MiFID-u prezentował klientowi swoje własne opinie na temat instrumentów finansowych. Rozmowę z klientem aż w 44% przypadków można także zakwalifikować jako świadczenie usługi doradztwa bez stosownej umowy⁴⁵.

Zasadniczo rzecz biorąc „badania przeprowadzone w UE wykazują, że poziom świadomości i umiejętności konsumenckich jest niepokojąco niski, a brak wiedzy może występować na wszystkich etapach transakcji finansowej - przed zawarciem umowy, w trakcie jej trwania, a także po jej rozwiązaniu. Z ankiety przeprowadzonej w 2010r. wśród 6000 konsumentów z ośmiu państw członkowskich UE opisującej proces podejmowania decyzji wśród konsumentów detalicznych na rynku usług finansowych, wynika, m.in. że (...) konsumenci mają niejasną wiedzę na temat prawdziwej natury ich inwestycji, oraz że doradztwo jest wszechobecne na rynku detalicznym inwestycji. Niemal 80% inwestycji dokonywane jest osobiście, zwykle w obecności pracownika dostawcy inwestycyjnego lub zawodowego doradcy. 58% inwestorów twierdzi, że ich ostateczny wybór produktu dokonany został pod wpływem doradcy, podczas gdy doradca inicjował zakup co czwarty raz. Ponadto, zaufanie do doradców jest wysokie, ale konsumenci często nie są świadomi potencjalnych konfliktów interesów. Większość inwestorów w dużej części lub całkowicie ufa otrzymanym poradom i nie odbiera doradcy jako osoby stronniczej”⁴⁶.

Należy także przyjrzeć się charakterystyce nabywcy obligacji korporacyjnych przedstawionej w broszurze branżowej⁴⁷, w celu ustalenia do jakich klientów zwykle kierowane są oferty nabycia obligacji korporacyjnych i czy może to być zwykły indywidualny

⁴² Edyta Rutkowska -Tomaszewska, *Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów na rynku usług finansowych ze szczególnym uwzględnieniem rynku usług bankowych na przykładzie wybranych najnowszych decyzji Prezesa UOKiK, iKAR 5/2014, s. 66;*

⁴³ Adam Berembruch, *Pozycja i świadomość konsumenta na rynku usług finansowych - diagnoza i perspektywy, 2011, s.343, źródło:*

http://bazhum.muzhp.pl/media//files/Problemy_Zarzadzania_Finansow_i_Marketingu/Problemy_Zarzadzania_Finansow_i_Marketingu-r2011-t22/Problemy_Zarzadzania_Finansow_i_Marketingu-r2011-t22-s341-353/Problemy_Zarzadzania_Finansow_i_Marketingu-r2011-t22-s341-353.pdf

⁴⁴ MiFID - skrót od: Markets in Financial Instruments Directive, Dyrektywa w sprawie rynków instrumentów finansowych) to Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej z dnia 21 kwietnia 2004 r. regulująca kwestię świadczenia na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego (27 państw członkowskich Unii Europejskiej oraz Norwegia, Islandia i Liechtenstein) usług inwestycyjnych, w szczególności kwestię nadzoru nad obrotem instrumentami finansowymi.

⁴⁵ Cytowane za A. Berembruch, op. cit, *Pozycja i świadomość konsumenta (...), s. 349-350,*

⁴⁶ Ibidem, s. 350-351;

⁴⁷ *Obligacje korporacyjne, broszura informacyjna dla emitentów, s. 12, źródło: www.dminc.pl;*

konsument. W ww. opracowaniu wskazano, iż „*inwestor indywidualny to osoba fizyczna posiadająca znaczny majątek i angażująca się w inwestycje zarówno na rynku publicznym jak i niepublicznym. Inwestorzy ci często preferują projekty, w które oprócz swoich pieniędzy, mogą zainwestować swój czas, wiedzę, umiejętności oraz kontakty biznesowe*”⁴⁸. Wskazuje się, że *najbardziej eksponowanymi na ryzyko wynikające z zakupu i posiadania obligacji korporacyjnych podmiotami na rynku długu są inwestorzy. Ważną, a nieraz dominującą grupę inwestorów (tak jak jest w przypadku Polski) stanowią instytucje finansowe, do których zalicza się fundusze inwestycyjne, emerytalne, zakłady ubezpieczeniowe, a także banki. Za niepewność towarzyszącą tego typu inwestycjom wynagradzani są oprocentowaniem wyższym w porównaniu z tzw. bezpiecznymi aktywami o premię za ryzyko*”⁴⁹

Z powyższego można wywnioskować, iż docelowo przeciętny nabywca obligacji korporacyjnych posiada wolne środki finansowe, które zamierza przeznaczyć na inwestowanie, a dodatkowo, powinien posiadać wiedzę i umiejętności w zakresie inwestowania. Wiąże się to bezpośrednio z faktem, iż jest świadomy i gotowy na poniesienie ryzyka utraty tych środków finansowych w przypadku niepowodzenia dokonanej inwestycji.

Ponadto przywołać także należy informacje znajdujące się na stronie Narodowego Banku Polskiego, w zakładce „Wiedza”, w której NBP wskazuje, że najczęstszymi nabywcami obligacji korporacyjnych są firmy, a nie „zwykły Kowalski”, stawiając pytanie o to, „kto w naszym kraju może kupić obligacje firm? Czy także zwykły Kowalski, czyli tzw. inwestor indywidualny, drobny, chcący gdzieś ulokować swoje prywatne oszczędności? Odpowiedź brzmi: tak., może je kupić, ale tylko za pośrednictwem biura maklerskiego, w którym trzeba założyć sobie rachunek” – wskazuje NBP. Dodać należy, iż „w Polsce, gdzie rynek obligacji firm jest jeszcze mimo wszystko słabo rozwinięty, wciąż zdecydowana większość emisji tych papierów to emisje adresowane przede wszystkim do inwestorów dużych, instytucjonalnych”.⁵⁰

W związku z powyższym, zauważyć należy, iż „zwykły Kowalski” nie jest docelowo przeciętnym nabywcą takich obligacji korporacyjnych. W kontekście problematyki misselingu, analizowanej w niniejszej decyzji, wskazać należy, iż zanim Idea Bank zaproponowała indywidualnemu konsumentowi nabycie obligacji korporacyjnych GetBack, powinna poprzedzić to sprawdzeniem jego cech i wiedzy, a następnie potrzeb i celów, na jakie dany konsument zamierza przeznaczyć zgromadzone środki finansowe, a w dalszej kolejności odpowiednio do tych preferencji dopasować usługę finansową, jaką zaproponuje konsumentowi.

Wyjaśnić zatem należy, iż, w niniejszej sprawie, w zakresie ustalenia potrzeb czy też preferencji konsumentów odnośnie lokowania/inwestowania przez nich posiadanych środków Prezes UOKiK wskazuje, iż każdorazowo, przy kierowaniu konkretnej oferty przez przedsiębiorcę do określonej grupy konsumentów, należy ocenić i rozważyć, czy przedsiębiorca posiada już jakieś informacje o danym konsumencie w swoich bazach danych lub dotychczasowym doświadczeniu produktowym, na podstawie których jest w stanie określić, czy dany produkt jest adekwatny dla danej grupy, czy też nie jest. Jeśli istnieje możliwość ustalenia profilu klienta w zakresie jego stosunku do ryzyka, jego preferencji i priorytetów przy rozważaniu bezpieczeństwa lub ponoszonego ryzyka (przy uwzględnieniu

⁴⁸Obligacje korporacyjne, broszura informacyjna dla emitentów, s. 12, źródło: www.dminc.pl;

⁴⁹ W. Gradoń, *Emisja obligacji korporacyjnych ...*, op. cit., s.102;

⁵⁰ Źródło: https://www.nbportal.pl/wiedza/artykuly/finanse/obligacje_firm;

informacji, iż minimalna wartość wpłaty w ramach emisji na obligacje wynosiła 40.000 zł lub 50.000 zł) to takie działania należało podjąć.

Na podstawie zeznań świadka _____, Prezes UOKiK ustalił, iż Bank w procesie proponowania nabycia obligacji GetBack konsumentom, nie przeprowadzał ankiety potrzeb klientów. Wskazać zatem należy, iż skoro nie przeprowadził takiej ankiety, to powinien wysłuchać postulatów i potrzeb konsumentów, którzy sami je wprost wyrażali (określając jako priorytet bezpieczeństwo środków i niską tolerancję ryzyka ponoszenia strat), a ponadto dołożyć starań by na etapie poprzedzającym podjęcie przez klienta decyzji o zakupie obligacji GetBack przedstawić mu rzetelną i zgodną z prawdą informację na temat konstrukcji produktu wraz z ewentualnymi ryzykami, jakie wiążą się z jego posiadaniem.

Zdaniem Prezesa Urzędu, za przyjęciem tezy, zgodnie z którą potrzeba konsumenta powinna być ustalana przez pracownika Banku przed przystąpieniem do zaprezentowania mu produktów znajdujących się w ofercie Przedsiębiorcy przemawia chociażby punkt 7 Kanonu Dobrych Praktyk Rynku Finansowego przyjęty w drodze uchwały nr 99/08 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 18 marca 2008 r., wyznaczający podstawowe wartości i ideały przyświecające podmiotom finansowym. Stosownie do ww. punktu Kanonu, podmiot finansowy dąży do jak najlepszego poznania potrzeb swoich klientów, w takim zakresie, w jakim może to być przydatne do dostosowania jego oferty, zakresu lub poziomu świadczonych usług do sytuacji klientów. Mając na względzie powyższe, Bank przed przystąpieniem do prezentacji oferty powinien poznać potrzeby konsumenta, dokonać rzetelnej oceny jego sytuacji ekonomicznej oraz wiedzy z zakresu finansów, a następnie poinformować go o produktach znajdujących się w ofercie Banku z należytą starannością.

Prezes Urzędu zwraca uwagę, że konsumenci mogli nie znać specyfiki produktu, jakim jest obligacja korporacyjna, ponieważ nie jest to produkt znajdujący się w standardowej ofercie Banku (jak sama przyznała Spółka w toku postępowania - nie było w tym zakresie wewnętrznych wytycznych dotyczących sposobu sprzedaży tego typu produktu klientom detalicznym), wobec czego w tym zakresie polegać mogli w zupełności na informacjach uzyskanych od Przedsiębiorcy. Wedle zapewnień konsumentów, Bank przedstawiał im m. in. obligacje GetBack jako produkt o konstrukcji zbliżonej do lokaty bankowej, co wprowadzało konsumentów w błąd co do zakresu przyjmowanego na siebie ryzyka towarzyszącego nabyciu obligacji. Prezes UOKiK stoi na stanowisku, że gdyby zamiarem konsumentów było rzeczywiście nabycie produktów inwestycyjnych w postaci obligacji korporacyjnych, a nie produktów bankowych związanych z oszczędzaniem, to jest wysoce prawdopodobne, że wówczas udaliby się bezpośrednio do domu maklerskiego, a nie do Banku.

Bank jako w założeniu instytucja zaufania publicznego powinien zadbać, aby w sposób jasny i zrozumiały przedstawić konsumentom specyfikę produktu jaki proponuje konsumentom z uwzględnieniem ryzyk, jakie się z nim wiążą, w oparciu o uzewnętrznione potrzeby tych konsumentów, by na podstawie tych danych mogli oni podjąć świadomą decyzję o ewentualnym nabyciu proponowanych im produktów. Tymczasem, w ocenie organu ochrony konsumentów, działania Banku nastawione były z góry na wykreowanie u konsumenta potrzeby nabycia obligacji GetBack, bez względu na charakter potrzeb, jakie przedstawili lub mogli przedstawić (gdyby ich o to zapytano) zainteresowani konsumenci.

Ad. I.1. Niedopasowanie usługi finansowej wobec konsumentów posiadających w Idea Banku lokaty bankowe lub rachunki oszczędnościowe.

Jeśli chodzi o cechy konsumentów, jakie można wyodrębnić w celu ustalenia potrzeb konsumentów posiadających w Idea Banku lokaty bankowe lub rachunki oszczędnościowe w zakresie ich preferencji finansowych, wskazać przede wszystkim należy na wiek konsumenta, stan zdrowia, sytuację finansową, dotychczasowe doświadczenie produktowe, a także wiedzę dotyczącą proponowanego produktu, w szczególności na temat ryzyk związanych z daną usługą finansową. Do wskazanych cech należy przyporządkować odpowiednie potrzeby, jakie mogą z tych cech wynikać, tj. potrzeba posiadania oszczędności na bieżące cele (w przypadku konsumentów pracujących), potrzeba odkładania na spokojną emeryturę lub w razie choroby (w przypadku konsumentów schorowanych lub w wieku okołoemerytalnym), czy też na inne indywidualnie określone cele.

Z powyższego zestawienia cech i potrzeb konsumentów wynika, iż konsumenci nie deklarowali „kwoty wolnej” przeznaczonej na cele inwestycyjne, przy której świadomy inwestor godzi się na jej ewentualną utratę w przypadku niepowodzenia wybranej inwestycji, a więc nie byli gotowi na poniesienie ryzyka utraty całości lub części wpłaconych środków finansowych.

W przypadku grupy klientów posiadających w Idea Banku umowy lokaty bankowej, dla Banku powinna być to informacja o tym, że główną potrzebą klienta jest ulokowanie oszczędności na bezpiecznej lokacie, a więc bezpieczeństwo kapitału. Nawet jeśli klienci lokują swoje środki finansowe na określony, dość niski procent w celu uzyskania zysków i chcieliby, aby te zyski były większe, to nie jest to jednoznaczne ze zmianą priorytetów klienta. Każdorazowo to doradca bankowy powinien ustalić, biorąc pod uwagę także wiek konsumenta, czy też cel lokowania środków (przykładowo oszczędzanie na emeryturę, oszczędzanie na mieszkanie dla dzieci), w toku rozmowy o dalszych planach klienta lub też w związku z proponowaniem mu nowego produktu, jaka ostatecznie potrzeba klienta jest dla niego najważniejszą i pod tą priorytetową potrzebę dopasowywać produkt bankowy. Natomiast każdorazowa zmiana charakteru proponowanego klientowi produktu, w ocenie Prezesa UOKiK, powinna być poprzedzona szczegółowym i rzetelnym wytłumaczeniem korzyści i ryzyk, jakie mogą wynikać ze skorzystania z danego produktu bankowego, a ponadto, z uwzględnieniem wiedzy i świadomości klienta w zakresie prezentowanego produktu. Takie działanie przedsiębiorcy jest niezbędne by można było stwierdzić, iż proponowany produkt odpowiada jego potrzebom.

Jako że zakup obligacji korporacyjnych wiąże się z ryzykiem utraty części lub całości zainwestowanego kapitału, w ocenie Prezesa UOKiK, należy uznać, iż proponowanie takiego produktu konsumentom, którym zależy na bezpiecznym pomnażaniu swojego kapitału, stanowi niedopasowanie usługi finansowej do ich potrzeb.

Z ustalonego w sprawie stanu faktycznego wynika, że Bank oferował konsumentom, którzy związani byli z nim umową o lokatę bankową nabycie obligacji Getback, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o charakterystykę produktów dostępnych w ofercie Banku, z których konsumenci ci dotychczas korzystali.

Konsumenci w skargach wskazywali, że w sposób jasny i klarowny sygnalizowali pracownikom Banku, że poszukują produktu o takich samych cechach i parametrach jaki posiadają, tj. produktu zbliżonego do lokaty bankowej oraz dopytywali, czy prezentowane im obligacje GetBack warunki te spełniają.

- „Doradca zaproponował mi przeniesienie środków finansowych z lokaty, bez utraty odsetek, na inną korzystną formę lokowania kapitału, z wyższym oprocentowaniem. (...)”

Zaznaczam, że nie byłam zainteresowana ryzykownymi ruchami i zaoszczędzone środki miały być wsparciem mojego budżetu w czasie emerytury. W momencie zakupu miałam 61 lat i nie miałam najmniejszego zamiaru ryzykować. Podkreślałam w rozmowie z Doradcą, że nie jestem biznesmenem lecz pracownikiem na etacie u kresu kariery zawodowej i nie będę mogła odrobić tej kwoty, gdyby istniało jakieś niebezpieczeństwo utraty środków. Doradca jednak zapewniał, że takie niebezpieczeństwo nie istnieje” (skarga konsumenta pod sygn. RBG-80-111/18/EK, vide: k. 1124-1132).

„W historii mojej współpracy z Lions Bank zawsze lokowałem swoje środki w lokaty zabezpieczone przez Gwarancyjny Fundusz Bankowy i myślałem, że tym razem sytuacja jest identyczna. (...) Wielokrotnie mówiłem Pani , że nie akceptuję ryzyka przy inwestycji środków, które mam w Banku, a mimo to przekonywała mnie, że obligacje GetBack S.A. to produkt właśnie dla mnie” (skarga konsumenta pod sygn. RBG-80-118/18/EK, vide: k. 1265-1266).

Z treści przywołanych pism wynika, że najważniejszym kryterium uwzględnianym przez konsumentów, których łączyła z Bankiem umowa o lokatę bankową, przy podjęciu decyzji o zakupie obligacji była gwarancja uzyskania pełnego zwrotu zainwestowanego kapitału i brak zamiaru ponoszenia ryzyka, nawet kosztem mniejszych korzyści z tego wynikających. Konsument bowiem przechowując środki finansowe na rachunku oszczędnościowym, czy też na lokacie ma gwarancję ochrony wpłaconego kapitału, a także gwarancję umówionego zysku. Z przedstawionych opisów prowadzonych rozmów sprzedażowych wynika, że decyzje o zakupie obligacji były podejmowane przez konsumentów w przeświadczeniu, że nabywają produkt o takich samych parametrach co dobrze im znana lokata bankowa. Choć pracownicy Banku powinni zdawać sobie sprawę z preferowanych przez klientów Banku cech produktów (w oparciu o posiadane przez nich już produkty oraz na podstawie ich oświadczeń), to prowadzili z nimi rozmowy w taki sposób, aby wierzyli oni, że przedmiotem rozmowy jest produkt związany z bezpiecznym oszczędzaniem.

Potwierdzają to również inne skargi, jakie wpłynęły do Prezesa UOKiK na okoliczność niedopasowania produktu - obligacji korporacyjnych do klientów, którzy głównie byli zainteresowani bezpiecznym ulokowaniem środków, a dotychczas posiadali w Banku lokaty - vide: skargi zarejestrowane pod sygnaturami:

- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.157.2019, (k. 7533- 7554),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.112.18.EK, (k. 1134-1146),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.119.18.EK, (k. 1267-1274),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.57.18.EK, (k. 248-252),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.78.18.EK, (k. 676-680),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.60.18.EK, (k. 440-449),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.71.18.EK, (k. 624-626),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.120.18.EK, (k. 1276- 1282),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.68.18.EK, (k. 587-609),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.77.18.EK, (k. 665-667),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.111.18.EK, (k. 1124-1132),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.128.18.EK, (k. 1425-1437),

- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.88.18.EK, (k.820-829),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.126.18.EK, (k. 1365-1375),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.94.18.EK, (k. 254-438),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.72.18.EK, (k. 627-628),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.67.18.EK, (k. 527-530),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.137.18.EK, (k. 1594-1607),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.76.18.EK, (k. 661-663),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.65.18.EK, (k. 513-521),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.99.18.EK, (k. 902-910),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.107.18.EK, (k. 941-956),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.100.18.EK, (k. 912-916),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.104.18.EK, (k. 936-939),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.98.18.EK, (k. 892-900),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.87.18.EK, (k. 784-818),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.92.18.EK, (k. 842-864),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.138.18.EK, (k. 1609-1641),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.79.18.EK, (k. 682-705),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.151.2019.AS, (k. 7449-7495),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.134.18.EK, (k. 1515-1589),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.125.18.EK, (k. 1356-1363),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.61.18.EK, (k. 451-488),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.118.18.EK, (k. 1265-1266),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.426.18.EK, (k.5453-5458 i na k. 7874),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.80.18.EK, (k. 707-723),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.160.2019, (k. 7578-7641),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.89.18.EK, (k. 831-832),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.130.18.EK, (k. 1439- 1484),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.113.18.EK, (k. 1148-1166),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.124.18.EK, (k. 1352-1354),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.122.18.EK, (k. 1285-1349),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.66.18.EK, (k. 522-525),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.141.18.EK, (k. 1678-1725),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.173.2019, (k. 7775-7786),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.83.18.EK, (k. 727-729),

- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.82.18.EK, (k. 725),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.133.18.EK, (k. 1502-1513),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.127.18.EK, (k. 1377-1423),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.62.18.EK, (k. 490-504),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.49.18.EK, (k. 239-252),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.139.18.EK, (k. 1643-1655),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.70.18.EK, (k. 616-623),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.117.18.EK, (k. 1231-1261),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.63.18.EK, (k. 506-507),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.132.18.EK, (k. 1496-1500),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.102.18.EK, (k. 922-926),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.75.18.EK, (k. 653-659),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.90.18.EK, (k. 834-835),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.64.18.EK, (k. 509-511),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.131.18.EK, (k. 1486-1494),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.173.2019, (k. 7775-7786),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.73.18.EK (k. 629-647),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.165.2019, (k. 7744-7748),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.146.2019.AS, (k. 7362-7411),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.91.18.EK (k. 837-841).

W ocenie Prezesa Urzędu, skoro Bank na etapie przedkontraktowym proponował klientom posiadającym lokaty bankowe produkt o innej charakterystyce niż lokata, powinien wyraźnie to zaznaczyć i wskazać, iż istnieje tu ryzyko utraty całości lub części kapitału. Spółka nie miała jednak żadnych sformalizowanych procedur związanych z oferowaniem obligacji Getback. Należy przy tym zauważyć, iż konsument jako nieprofesjonalny odbiorca usług finansowych nie musi posiadać specjalistycznej wiedzy i kompetencji, które pozwoliłyby mu ocenić oferowany produkt pod kątem odpowiedniości w stosunku do planowanych przez niego działań inwestycyjnych. Wychodząc z założenia, że Bank jest instytucją zaufania publicznego, konsument ma prawo oczekiwać, że przedstawiając mu ofertę obligacji korporacyjnych Bank działa w najlepiej pojętym interesie klienta, przy uwzględnieniu jego indywidualnej sytuacji i potrzeb.

Prezes UOKiK stoi na stanowisku, że Bank proponując konsumentom nabycie obligacji GetBack nie dopasował oferty do ich potrzeb, które mógł ustalić na podstawie posiadanych informacji oraz oświadczeń od konsumentów.

W ocenie Prezesa UOKiK, Bank przed przedstawieniem oferty obligacji GetBack swoim klientom powinien dokonać oceny dopasowania oferowanych produktów pod kątem ich przydatności dla określonych grup konsumentów, a następnie do tej grupy kierować propozycję zawarcia umowy w sposób niewprowadzający w błąd, zgodnie z dobrymi

obyczajami (*vide* ustalenia z decyzji Prezesa UOKiK nr RBG-13/2019). Przy ustalaniu potrzeb swoich klientów Bank powinien uwzględnić takie cechy konsumentów, które są relewantne do rodzaju proponowanej usługi. Skoro immanentną cechą obligacji korporacyjnych jest uzależnienie powodzenia inwestycji obligatariusza od sytuacji ekonomicznej emitenta, Bank na etapie przedkontraktowym winien zweryfikować stosunek konsumenta do możliwości utraty ulokowanego kapitału i gotowość podjęcia przez niego ryzyka związanego z nabyciem tego rodzaju obligacji. Konsument przed podjęciem decyzji o zakupie winien być świadomy, że stając się obligatariuszem przyjmuje na siebie ryzyko kredytowe związane z posiadaniem obligacji korporacyjnych i w sytuacji zmniejszenia majątku emitenta lub jego niewypłacalności naraża się na utratę całego lub części zainwestowanego kapitału.

W ramach niniejszego postępowania Prezes UOKiK ustalił w odniesieniu do których produktów na etapie przedkontraktowym Bank wymagał przeprowadzenia ankiety potrzeb lub innego podobnego dokumentu. Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika, że **ankieta potrzeb nie była przeprowadzana w odniesieniu do konsumentów zamierzających związać się z Bankiem umową o lokatę bankową.** Tak więc, jedynym produktem finansowym o walorach inwestycyjnych, tj. mających na celu pomnażania kapitału, znajdującym się w ofercie Banku (poza obligacjami), którego zakup nie był poprzedzony przeprowadzeniem Analizy Potrzeb Klienta była lokata bankowa. Spowodowane to było faktem, iż jest to prosty produkt depozytowy, objęty ponadto gwarancją Bankowego Funduszu Gwarancyjnego, o której mowa w ustawie z dnia 10 czerwca 2016 r. o Bankowym Funduszu Gwarancyjnym, systemie gwarantowania depozytów oraz przymusowej restrukturyzacji (Dz. U. z 2019r., poz. 795 ze zm.; dalej: ubfg).

Niemniej jednak, organ ochrony konsumentów ma podstawy by sądzić, że choć Bank nie określał preferencji inwestycyjnych tzw. klientów depozytowych to przed przedstawieniem im oferty obligacji korporacyjnych był w stanie i powinien określić stosunek tej grupy konsumentów do ryzyka inwestycyjnego. Zdaniem Prezesa Urzędu, skoro ci konsumenci wybierali dotychczas (często przez wiele lat współpracy z Bankiem) produkty gwarantujące zwrot zainwestowanego kapitału i jego pełne bezpieczeństwo do 100 tys. euro gwarantowane przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny, Przedsiębiorca mógł zdawać sobie sprawę z akceptowalnego przez nich poziomu ryzyka inwestycyjnego, zwłaszcza że miał dostęp do historii wybieranych przez nich produktów. Powyższe wnioski można było również wyciągnąć po analizie oświadczeń woli samych konsumentów składanych w toku oferowania im obligacji korporacyjnych, w których wskazywali oni na określone cechy produktu finansowego, który ich interesuje (czyli m.in. pełne zabezpieczenie lokowanego kapitału).

Prezes Urzędu pragnie zwrócić również uwagę na to w jaki sposób przebiegał proces sprzedaży obligacji GetBack (brak rzetelnej informacji o charakterze produktu i ryzykach z nich związanych - *vide* ustalenia z decyzji Prezesa UOKiK nr RBG-13/2019), a w szczególności na to przez kogo był inicjowany. Z pism konsumentów wynika, że często gdy zbliżał się termin zakończenia lokaty konsument otrzymywał wiadomość (w formie sms, maila, telefonu) od pracownika Banku z propozycją spotkania, na którym miało dojść do ustalenia warunków jej przedłużenia lub prezentacji oferty Banku, a w rzeczywistości dochodziło do prezentacji wyłącznie obligacji GetBack. Oferty były również składane w trakcie trwania lokaty, z propozycją ich zerwania (bez utraty odsetek, co stanowiło dodatkowy impuls dla klientów) i przeniesienia kapitału na inny „podobny” produkt z oferty Idea Banku. W ocenie Prezesa UOKiK świadczy to o tym, że każdy pracownik Banku doskonale zdawał sobie sprawę z produktu posiadanego przez konsumenta. Biorąc pod uwagę fakt, że pracownik Banku niejednokrotnie przedstawiał się jako doradca klienta czy jego opiekun, konsument miał prawo spodziewać się, że zarekomendowane obligacje stanowią najkorzystniejsze dla niego

rozwiązanie dla ulokowania pieniędzy, dopasowane do jego potrzeb uwzględniających charakterystykę produktów, z których dotychczas korzystał. Tymczasem konsumentowi podczas rozmowy prezentowany był wyłącznie jeden produkt inwestycyjny o wysokim stopniu ryzyka (o czym zresztą go nie informowano, a wręcz wprowadzano go w błąd co do jego charakteru), co świadczyć może o tym, iż Bank nie analizował potrzeb konsumentów, a tym samym proponowanie nabycia obligacji GetBack następowało z pominięciem rzeczywistych oczekiwań i preferencji konsumentów, czego nie byli oni świadomi.

Co więcej, Bank nie przedstawił cech oferowanego produktu w taki sposób oraz w takim zakresie, by umożliwić konsumentowi zrozumienie jego specyfiki, a także związanego z nim ryzyka. W związku z czym, konsument nie miał możliwości by samodzielnie ocenić, czy kierowana w stosunku do niego oferta jest dopasowana do jego potrzeb, dlatego w tym zakresie polegał na oświadczeniach składanych przez pracownika Banku czy informacjach przez niego przekazywanych.

Reasumując, w ocenie Prezesa Urzędu, opisane powyżej działanie Banku polegające na proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z nim umową o lokatę bankową nabycia obligacji GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o charakterystykę produktów dostępnych w ofercie Banku, z których konsumenci ci dotychczas korzystali oraz w oparciu o oświadczenia tych klientów podczas oferowania im ww. obligacji, stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik .

Ad I.2. Niedopasowanie usługi finansowej wobec konsumentów posiadających w Idea Banku lokaty strukturyzowane z ubezpieczeniem na życie lub z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym.

W przypadku grupy klientów posiadających w Idea Banku lokatę strukturyzowaną z ubezpieczeniem na życie lub z ufk, dla Banku powinna być to informacja o tym, że główną potrzebą klienta jest pomnażanie oszczędności przy ściśle zdefiniowanym ryzyku wynikającym z danego produktu inwestycyjnego. Nawet jeśli klienci lokują swoje środki finansowe na określony, dość niski procent w celu uzyskania zysków i chcieliby, aby te zyski były większe, to nie jest to jednoznaczne ze zmianą priorytetów klienta. Każdorazowo to doradca bankowy powinien ustalić, biorąc pod uwagę także wiek konsumenta, czy też cel lokowania środków (przykładowo oszczędzanie na emeryturę, oszczędzanie na mieszkanie dla dzieci), w toku rozmowy o dalszych planach klienta lub też w związku z proponowaniem mu nowego produktu, jaka ostatecznie potrzeba klienta jest dla niego najważniejszą i pod tą priorytetową potrzebę dopasowywać produkt bankowy. W tym właśnie celu przeprowadzane są właśnie ankiety potrzeb klienta, by mogły pomóc w odpowiednim dopasowaniu produktu do oczekiwań klienta. Tymczasem Bank nie brał pod uwagę wyników tych ankiet, sprzedając obligacje GetBack nawet klientom o profilu konserwatywnym. Brał jedynie pod uwagę, czy konsument spełnia warunek posiadania odpowiedniej wysokości środków finansowych na zakup proponowanych obligacji.

Z zeznań pracowników Idea Banku wynikało:

„Pracodawca wgrzywał listę klientów, którym mieliśmy zaoferować obligacje GetBack (...) Był to każdy klient Banku bez względu na wiek i doświadczenie inwestycyjne w banku. (...)

Pytałem klientów, czy mieli wcześniej doświadczenie z obligacjami korporacyjnymi. Niektórzy mieli, inni nie⁵¹.

„Każdy produkt który trafiał do oferty banku przez nabyciem miał ankietę MIFIDową, jaki poziom ryzyka akceptuje klient. GetBack był jedynym produktem gdzie takiej ankiety nie było.”⁵²

Każdorazowa zmiana charakteru proponowanego klientowi produktu, w ocenie Prezesa UOKiK, powinna być poprzedzona szczegółowym i rzetelnym wytłumaczeniem korzyści i ryzyk, jakie mogą wyniknąć ze skorzystania danego produktu bankowego, a ponadto, z uwzględnieniem wiedzy i świadomości klienta w zakresie prezentowanego produktu.

Wskazać należy, iż „przepis art. 21 uodur nakłada na ubezpieczyciela (jeżeli jest związany z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym a także ubezpieczeniem na życie), obowiązek przeprowadzenia tzw. analizy potrzeb klienta. (...) Przeprowadzenie analizy potrzeb klienta na podstawie wystandaryzowanej ankiety ma mieć na celu rozpoznanie zindywidualizowanych potrzeb potencjalnych klientów polegających na najdokładniejszym dopasowaniu ubezpieczenia do indywidualnych potrzeb, możliwości finansowych i stanu wiedzy na temat różnicy np. pomiędzy „inwestycją” a czystym „zwykłym” ubezpieczeniem”⁵³. Skoro klienci Idea Banku otrzymywali od konsumentów przed zawarciem umowy ubezpieczenia na życie i ufk w Idea Banku ankiety potrzeb klienta, o których mowa powyżej, Bank posiadał już szereg informacji, które mógł i powinien wykorzystać w procesie proponowania konsumentom obligacji GetBacku, by nie proponować im produktów nieodpowiednich do kondycji finansowej czy też potrzeb ekonomicznych lub życiowych klienta.

Z ustalonego w sprawie stanu faktycznego wynika, że Bank proponował konsumentom, którzy związani z nim byli umową o lokatę strukturyzowaną lub umową ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym nabycie obligacji GetBack, w sytuacji gdy warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o wypełniane przez nich ankiety, o których mowa w art. 21 ust. 1 uodur.

W ramach przeprowadzonego postępowania wyjaśniono, że w odniesieniu do lokat strukturyzowanych oraz ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym na etapie przedstawiania założeń oferowanego produktu ww. przepis wymagał przeprowadzenia AFO. Na podstawie odpowiedzi udzielonych w AFO konsument zaliczany był do grona klientów o konserwatywnym, umiarkowanym lub dynamicznym profilu inwestycyjnym.

W zakresie niniejszego zarzutu uwaga Prezesa Urzędu koncentruje się na konsumentach zaliczonych do grupy o profilu konserwatywnym i umiarkowanym, a kwestionowane działanie Banku - w ocenie organu ochrony konsumentów - polegać miało na przedstawianiu obligacji GetBack jako produktu niedopasowanego do preferencji inwestycyjnych ww. grup konsumentów.

⁵¹ Zeznania świadka
protokołu, (k. 6582v akt),

złożone na rozprawie administracyjnej z dnia 27 lutego 2019r., strona 3

⁵² Zeznania świadka
protokołu, (k. 6589 akt).

złożone na rozprawie administracyjnej z dnia 27 lutego 2019r., strona 15

⁵³ E. Bukowska, art. 21 ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, Komentarz 2016, Legalis,

Prezes UOKiK pragnie podkreślić, że w toku oferowania obligacji korporacyjnych GetBack Bank nie przeprowadzał ankiety mającej określić zapotrzebowanie konsumentów na prezentowany im produkt inwestycyjny, więc w odniesieniu do ich preferencji mógł bazować na wcześniej wypełnionym AFO oraz na deklaracjach samych konsumentów zgłaszanych na etapie przedkontraktowym.

Bazując na informacjach przekazanych w skargach, Prezes UOKiK ma podstawy by stwierdzić, że obligacje GetBack przedstawiane były konsumentom, którzy w swojej ankiecie AFO wskazali, iż nie akceptują ryzyka utraty całości lub dużej części inwestowanych środków. Z kolei decydując się na zakup obligacji korporacyjnych konsument narażał się na utratę całego zainwestowanego kapitału, ponieważ jego zwrot zależny był każdorazowo od kondycji finansowej emitenta. Idea Bank przedstawiał jednakże obligacje GetBack jako produkt bezpieczny.

Konsumenci w zgłoszonych skargach podnosili, że decyzja o nabyciu przez nich obligacji w wielu przypadkach podyktowana była działaniem Banku, który zapewniał ich o tym, że prezentowany produkt jest dopasowany do ustalonego wcześniej profilu inwestycyjnego (konserwatywnego lub umiarkowanego):

- „Dokonując zakupu obligacji GETBACK S.A. działałem za Państwa namową, po uzyskaniu zapewnienia, że jest to bezpieczna inwestycja i w zasadzie pewny zysk z oprocentowania; byłem też przekonany o tym, że po otrzymaniu ode mnie wielokrotnie deklaracji, w tym ankiety, dostosowujecie Państwo składane oferty do preferencji klientów, w tym - do ich skłonności do ryzyka inwestycyjnego” (plik 54100904072.pdf znajdujący się na płycie CD zatytułowanej Reklamacje + instrukcje przekazanej w toku kontroli w dniu 21.06.2018 r. o godzinie 14.10, vide: k. 117B)) - osoba o profilu konserwatywnym;

- „Ja nie zajmuję się rynkiem finansowym i po to właśnie korzystałem z Państwa usług, żeby ktoś w sposób bezpieczny i efektywny zarządzał portfelem oszczędności. Państwa pracownik jako private bankier zajmujący się moją osobą od 2016 roku znał moją sytuację finansową, jak również mój profil jako osoby, która nie akceptuje strat oraz ryzyka” (plik 74060800393.doc znajdujący się na płycie CD zatytułowanej Reklamacje + instrukcje przekazanej w toku kontroli w dniu 21.06.2018 r. o godzinie 14.10, vide: k. 117B)) - osoba o profilu konserwatywnym;

- „Zgodnie z otrzymaną informacją, produkt miał być bezpieczny i gwarantowany. Dla mnie jest i była najważniejsza kwestia. Takie też oczekiwania składałam. Niestety zostałam wprowadzona w błąd i zostałam wprowadzona w błąd i zostały przede mną zatajone istotne informacje m.in. o poziomie ryzyka. Gdybym została uświadomiona że jest to produkt o charakterze podwyższonego ryzyka, nigdy bym z niego nie skorzystała. Zostały mi zaproponowane produkty, które nie były zgodne z moimi jasno wyartykułowanymi wymaganiami co do produktów inwestycyjnych” (plik 82093007429.pdf znajdujący się na płycie CD zatytułowanej Reklamacje + instrukcje przekazanej w toku kontroli w dniu 21.06.2018 r. o godzinie 14.10, vide: k. 117B)) - osoba o profilu konserwatywnym.

- „Pracownik banku wiedząc, iż akceptuję bardzo umiarkowane ryzyko, mimo to uznał, iż może zaproponować mi i konsekwentnie wielokrotnie przekonywać mnie do nabycia obligacji spółki GetBack. Nie informował, że wiąże się to z ryzykiem przekraczającym znacznie wskazany poziom 10%, zapewniał ustnie i pisemnie o braku ryzyka co do perspektyw działania samej spółki GetBack, jak i nie zaproponował ograniczenia inwestycji w obligacje spółki do 10% posiadanych oszczędności” (skarga konsumenta pod sygn. RBG.80.125.18.EK, vide: k. 1356-1363) - osoba o profilu umiarkowanym.

Podobne kwestie podnosili również konsumenci w skargach zarejestrowanych pod sygn.:

- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.136.18.EK, (k. 1590-1593),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.86.18.EK, (k. 753-782),
- „*Mój doradca finansowy zainicjował spotkanie w dniu 24.07.2017r., którego celem było zdobycie zaufania do jego osoby. Zapytał jakiego rodzaju instrumentami finansowymi jestem zainteresowany. Odpowiedź moja była jednoznaczna - nie interesują mnie żadne produkty finansowe podwyższonego ryzyka, tym zwłaszcza lokaty strukturyzowane i Fundusze Inwestycyjne przytaczając mu przykład Funduszu Stabilnego wzrostu na który zostałem namówiony przez innego doradcę, który powinien stabilnie wzrastać - stabilnie upadł, w wyniku czego poniosłem stratę w wysokości 15 tys. zł. Nie jestem także zainteresowany produktami finansowymi, których czas trwania jest dłuższy niż 6 miesięcy.(...)*” - skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.65.18.EK, (k. 513-521),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.107.18.EK, (k. 941-956),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.125.18.EK, (k. 1356-1363),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.160.2019, (k. 7578-7641),
- „*Jestem klientem Idea Banku, od kilku lat mam w tym oddziale lokaty oraz poliso lokatę Europa, która też miała być, według sprzedawcy tego produktu, bezpieczna dla moich oszczędności i gwarantować odzyskanie stopy zwrotu kapitału wniesionego, bez opłat i podatków. (...) Sprzedawca znał moje potrzeby i preferencje dot. lokowania oszczędności, bo wielokrotnie o tym rozmawialiśmy. Nigdy nie brałem pod uwagę produktów obarczonych ryzykiem utraty oszczędności, godząc się na niższe ale bezpieczne oprocentowanie, poszukując produktów, w których odzyskanie kapitału w razie potrzeby byłoby możliwe przy minimalnych stratach.*” - skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.66.18.EK, (k. 522-525),
- skarga konsumenta zarejestrowana pod sygnaturą RBG.80.108.18.EK, (k. 958-959).

W ocenie Prezesa Urzędu skoro Bank znał preferencje inwestycyjne swoich klientów (pomógł im w określeniu ich profilu inwestycyjnego) to powinien adekwatnie dopasować proponowany produkt to ich potrzeb.

Niezależnie od powyższego Bank miał również obowiązek weryfikować potrzeby klientów w oparciu o informacje (oświadczenia) przekazywane przez konsumentów na etapie przedkontraktowym, czego jednak nie robił, gdyż jego założeniem było doprowadzenie do zbycia oferowanych obligacji. Analiza skarg załączonych do materiału dowodowego wskazuje, że klienci informowali Spółkę, że nie jest zainteresowani produktem inwestycyjnym, w którym występuje ryzyko utraty całości lub części kapitału.

Gdyby konsument nie otrzymał od Przedsiębiorcy informacji, że obligacje GetBack są dla niego odpowiednim produktem, a także otrzymałby zgodne z prawdą i pełne informacje dotyczące charakteru tego produktu inwestycyjnego, w ogóle mógłby nie zainteresować się ofertą i nie podjąć decyzji o ich nabyciu. Ponadto, zdaniem organu ochrony konsumentów klient jako podmiot nieprofesjonalny ma prawo oczekiwać, że Przedsiębiorca na etapie przedstawienia mu oferty danego produktu poinformuje go w sposób rzetelny o jego konstrukcji oraz ryzyku związanym z jego nabyciem.

Reasumując, w ocenie Prezesa Urzędu, opisane powyżej działanie Banku polegające na proponowaniu konsumentom, którzy związani byli z nim umową o lokatę strukturyzowaną lub umową ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, nabycia obligacji GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w oparciu o ankietę przeprowadzoną uprzednio przez Przedsiębiorcę oraz w oparciu o oświadczenia tych klientów podczas oferowania im ww. obligacji, stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik.

Ad 1.3. Niedopasowanie usługi finansowej do potrzeb konsumentów nieposiadających w Banku żadnego produktu

Jeśli chodzi o cechy konsumentów, jakie można wyodrębnić w celu ustalenia potrzeb konsumentów, którzy nie posiadali dotychczas żadnego produktu w Idea Banku, wskazać należy na wiek konsumenta, stan zdrowia, sytuację finansową, dotychczasowe doświadczenie produktowe, a także wiedzę dotyczącą proponowanego produktu, w szczególności na temat ryzyk związanych z daną usługą finansową. Jednakże z uwagi na fakt, iż Bank takich informacji o nowych konsumentach nie posiadał, należało te cechy ustalić w toku przeprowadzonej z konsumentem rozmowy wstępnej, wynikającej przykładowo z zadanego mu pytania „w czym mogę pomóc?, „Co Pana/Panią do nas sprowadza?”. Po ustaleniu takich cech i potrzeb należało przyporządkować odpowiednie preferencje tych konsumentów, tj. potrzebę posiadania oszczędności na bieżące cele (w przypadku konsumentów pracujących), potrzebę odkładania na spokojną emeryturę lub w razie choroby (w przypadku konsumentów schorowanych lub w wieku okołoemerytalnym), czy też na inne indywidualnie określone cele.

Z powyższego zestawienia cech i potrzeb konsumentów wynika, iż to konsumenci powinni wprost deklarować pracownikowi banku, iż posiadają „kwotę wolną” przeznaczoną na cele inwestycyjne, przy której świadomy inwestor godzi się na jej ewentualną utratę w przypadku niepowodzenia wybranej inwestycji. Bank nie powinien takiej gotowości inwestycyjnej domniemywać.

W przypadku klientów, którzy byli nowymi klientami w Idea Banku, źródłem informacji o cechach i potrzebach klientów, byli w większości oni sami, sygnalizując je pracownikom banku w trakcie indywidualnych rozmów sprzedażowych, czy to w lokalu, czy też przez telefon lub mailowo. Z zeznań świadków oraz skarg konsumentów wynikało, iż konsumenci częstokroć rozpoczynali rozmowę z doradcą bankowym od informacji, iż chcieliby ulokować bezpiecznie pieniądze, albo interesuje ich taka forma ulokowania lub zainwestowania środków, która jest bezpieczna na tyle, że nie tracą swojego kapitału, a jednocześnie pozwoli im coś zarobić. Istotne jest również to, że w okresie oferowania obligacji GetBack Idea Bank udostępniał możliwość założenia lokat bankowych o jednym z najwyższych oprocentowaniu na rynku, czym chętnie chwalił się w środkach masowego przekazu, w szczególności w internecie. Przyszli klienci, zachęceni takim przekazem kontaktowali się z placówkami Idea Bank, a tam sprzedawcy starali się ich przekonać do lepszego (w ich ocenie) rozwiązania - tj. inwestycji w obligacje GetBack, gdzie możliwy do osiągnięcia zysk był jeszcze większy niż na lokacie. Jednocześnie przedstawiciele Banku pomijali przy tym informacje niewygodne z punktu widzenia klienta, tj. m.in. informacji o ryzyku czy różnicach względem lokat bankowych.

Z ustalonego w sprawie stanu faktycznego wynika, że Bank oferował konsumentom, którzy nie byli z nim związani jakąkolwiek umową (nie byli wcześniej jego klientami), nabycie obligacji korporacyjnych GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego przez nich ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w procesie sprzedaży ww. obligacji.

Zakaz proponowania nabycia usług finansowych tyczy się usług finansowych niedopasowanych do potrzeb konsumentów ustalonych z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów. W oparciu o informacje zawarte w skargach konsumentów, Prezes Urzędu ustalił, że Bank proponował konsumentom, którzy przychodzili do jego oddziałów z zamiarem zawarcia umowy o lokatę bankową kupno obligacji GetBack, zapewniając ich przy tym, że jest to produkt adekwatny do sygnalizowanych przez nich potrzeb. Konsumentom w złożonych pismach wskazywali, że decyzja o nabyciu obligacji podyktowana była działaniem Banku, który znając ich potrzebę związaną z ulokowaniem środków pieniężnych w produkt związany z oszczędzaniem zaproponował im produkt inwestycyjny obciążony dużym ryzykiem, czego nie byli świadomi na etapie przedkontraktowym.

Konsumentom w skargach podnosili, co następuje:

- „Jestem emerytem, który swoje oszczędności zamierzał ulokować na lokacie terminowej w Waszym Banku. W dniu 29-01-2018 spotkałem się w banku z Waszym pracownikiem _____, który skutecznie odwiódł mnie od założenia lokaty proponując zamiennie nabycie obligacji GetBacku. Namawiając mnie do ich nabycia argumentował to dużo wyższym oprocentowaniem. Zapewniał również o bezpieczeństwie inwestycji oraz o dobre kondycji finansowej emitenta, którego określał jako drugą wiodącą firmę w Polsce w postępowaniach windykacyjnych mającą dobre perspektywy na rozwój. Wielokrotnie zapewniał mnie o wysokim bezpieczeństwie tych obligacji wiedząc w mojej ocenie w 100% o niepewnej sytuacji GetBacku:” (plik 42110200930.pdf znajdujący się na płycie CD zatytułowanej Reklamacje + instrukcje przekazanej w toku kontroli w dniu 21.06.2018 r. o godzinie 14.10, vide: k. 117B);
- „W dniu 16 marzec 2018 przyszedłem do Oddziału nr II Idea Bank S.A. w Krakowie ul. Sukiennicza 8, 31-069 Kraków celem aktywacji mojego rachunku oraz założenia lokaty. Obsługujący mnie bankier _____ zaproponował jednak zamiast lokaty obligacje firmy windykacyjnej GetBack serii PAG z oferty prywatnej. Twierdził że są równie bezpieczne jak lokata ale znacznie wyżej oprocentowane (5,5% rocznie) na dwa lata z opcją możliwego wykupu po jednym roku” (plik 51101003137.pdf znajdujący się na płycie CD zatytułowanej Reklamacje + instrukcje przekazanej w toku kontroli w dniu 21.06.2018 r. o godzinie 14.10, vide: k. 117B),
- „Kontakt z Lion`s Bankiem nawiązałam z polecenia mojego syna, który zakładał kilka lokat w tym banku. Wskazał na korzystne oprocentowanie lokat w tym banku. Z takim zamiarem udałam się na pierwsze spotkanie z doradcą inwestycyjnym tego banku.” (skarga konsumenta pod sygn. RBG.80.121.18.EK, vide: k. 1281-1283).

Prezes Urzędu zwraca uwagę na to, że choć w toku oferowania obligacji GetBack Bank nie przeprowadzał analizy zapotrzebowania konsumenta na prezentowany mu produkt inwestycyjny, to nie oznacza to, że nie zdawał sobie sprawy z oczekiwań konsumentów, którzy znaleźli się w oddziale Banku nie będąc wcześniej jego klientami. Prezes UOKiK stoi na stanowisku, że skoro do spotkania doszło z inicjatywy konsumenta to przyszedł tam w określonym wcześniej celu (założenie lokaty bankowej o oprocentowaniu ponad średniej

rynkowej). Z pism konsumentów wynika jasno, że powodem dla którego znaleźli się w oddziale Przedsiębiorcy była chęć ulokowania środków w produkt związany z oszczędzaniem, o czym poinformowali na wstępie pracownika Banku w sposób jasny i czytelny.

Reasumując, w toku postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu ustalił, że w trakcie oferowania obligacji GetBack Bank **nie przeprowadzał analizy zapotrzebowania danego konsumenta na prezentowany mu produkt inwestycyjny**. Nie oznacza to jednak, że Bank nie znał potrzeb swoich klientów, bowiem, w ocenie Prezesa UOKiK, był o nich informowany na etapie przedkontraktowym. Zatem ustalenie preferencji tych konsumentów w kwestii gotowości ponoszenia ryzyka inwestycyjnego powinna zostać przez bank szczegółowo przeanalizowana. Ustalanie potrzeb konsumentów nie stanowiłoby w niniejszej sprawie dla Idea Banku dodatkowego obciążenia, ponad standardowe przeprowadzenie krótkiego wywiadu o celach i potrzebach, jakie pracownicy banku zwyczajowo przeprowadzają, gdy w placówce pojawia się nowy klient.

Podsumowując, w ocenie Prezesa UOKiK, całokształt okoliczności sprawy, niepodanie konsumentom odpowiedniej ilości i jakości informacji m.in. o ryzyku inwestycyjnym, a także nieuwzględnienie ich potrzeb na etapie przedkontraktowym, które pozwoliłyby dopasować odpowiednią usługę finansową, doprowadziły do sytuacji, w której konsumenci zainwestowali posiadane środki, w dużych wysokościach, w obligacje GetBack, które w konsekwencji spowodowały utratę zainwestowanego kapitału i brak wypłaconych odsetek.

W niniejszej sprawie, w ocenie Prezesa UOKiK, ustalenie cech i potrzeb konsumentów, ich preferencji i świadomości w zakresie poziomu ponoszenia ryzyka, zarówno dotychczasowych klientów Banku, jak i klientów nowych, powinno poprzedzać proces proponowania im obligacji GetBack. W ocenie Prezesa UOKiK, opisane powyżej działanie Banku polegające na proponowaniu konsumentom, którzy nie byli z nim związani żadną umową nabycia obligacji GetBack, w sytuacji w której warunki emisji tych obligacji w zakresie akceptowalnego ryzyka inwestycyjnego, nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym w procesie sprzedaży ww. obligacji, stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik.

Stanowisko Idea Bank S.A. odnośnie zarzutów dotyczących misselingu

W piśmie z dnia 14 listopada 2018 r. Idea Bank przedstawił swoje stanowisko w związku z otrzymanym Postanowieniem w tym, w szczególności w zakresie zarzutów dotyczących misselingu.

W ocenie Idea Banku, postawione zarzuty są niezasadne. W opinii Banku nie można twierdzić, że obligacje są produktem nieodpowiednim z punktu widzenia ryzyka, oceniając tę kwestię wedle obecnego stanu wiedzy. Bank wskazał, że „Prezes UOKiK jednoznacznie wypowiada się w kwestii potrzeb konsumentów, wysuwając arbitralnie bezpodstawne wnioski, że osoby przychodzące do banku zainteresowane mogą być przede wszystkim zawarciem umowy rachunku lokaty bankowej oraz że osoby dotychczas posiadające lokaty nie podejmują świadomych decyzji o zainwestowaniu w produkt innego rodzaju. Interpretacja taka nie znajduje potwierdzenia w doświadczeniu życiowym, w regulacji dopuszczalnych czynności bankowych (art. 5 i 6 ustawy Prawo bankowe) ani potwierdzenia w stanie faktycznym”. Bank wskazał, iż „rzeczywistość pokazuje, że konsumenci stając się coraz bardziej świadomymi uczestnikami rynku finansowego, często zainteresowani są przystępowaniem do produktów o bardziej złożonym charakterze, niż rachunek lokaty bankowej, pozwalających osiągnąć większe zyski, nawet przy jednoczesnym zwiększeniu ryzyka inwestycji”.

Spółka wskazała także, że „Prezes UOKiK dopatruje się nieodpowiedności tego produktu w tym, że obligatariusze współpracowali z Bankiem w związku z innymi produktami i tym samym ocenę odpowiedności z art. 24 ust 2 pkt 4 uokik należy odnosić do cech konsumenta, a nie cech produktów, z których wcześniej korzystał konsument. Tymczasem zarzuty uzasadniane są tym, że obligatariusze wcześniej posiadali w banku lokaty, lokaty strukturyzowane czy produkty z ubezpieczeniowym funduszem gwarancyjnym. Prezes nie dokonywał ustaleń dotyczących wiedzy, doświadczenia życiowego czy wykształcenia i zawodu obligatariuszy”. W ocenie Idea Banku, „przeprowadzenie ankiety przed zawarciem umowy ubezpieczenia z UFK ma na celu zbadanie potrzeb, wiedzy i doświadczenia ubezpieczającego tylko w zakresie produktów ubezpieczeniowych, a nie żadnych innych produktów finansowych, w tym np. obligacji korporacyjnych”.

Odnosząc się do zarzutów Idea Banku, należy wskazać, iż Prezes UOKiK nie dokonuje arbitralnej oceny, że osoby przychodzące do banku zainteresowane mogą być przede wszystkim zawarciem umowy rachunku lokaty bankowej oraz że osoby dotychczas posiadające lokaty nie podejmują świadomych decyzji o zainwestowaniu w produkt innego rodzaju. Prezes UOKiK twierdzenia swoje oparł nie na generalnej zasadzie, że każdy konsument zachowa się identycznie w podobnych okolicznościach, lecz na okolicznościach badanej sprawy. Mianowicie, przede wszystkim wskazać należy, iż z zeznań sprzedawców Idea Banku wynikało, że obligacje GetBack miały być sprzedawane jako produkt na otwarcie. Jeśli zaś chodzi o świadomość klientów, to wskazać należy, iż może ona wynikać z wiedzy i doświadczenia inwestycyjnego klientów, albo też z informacji przekazanych przez pracownika Banku, który w sposób rzetelny i wyczerpujący przedstawi klientowi produkt, który sprzedaje, przedstawiając obok możliwych korzyści także ryzyka z nim związane. Przypomnieć należy, iż to na Idea Banku spoczywał ciężar dopasowania odpowiedniej usługi finansowej do potrzeb konsumentów. Jak ustalono w wyniku zebranego materiału dowodowego, Idea Bank nie przeprowadziła tego procesu prawidłowo. Idea Bank mógł dokonać takich ustaleń w dowolny sposób. Przykładowo, przeprowadzając ankiety czy też wywiad z przychodzącym klientem, lub też opierając się na dotychczas zebranych informacjach o klientach zebranych w bazach danych banku. Prezes UOKiK wskazując na dotychczas posiadany produkt i opierając się na oświadczeniach klientów o swoich preferencjach pokazał, iż dopasowanie adekwatnego produktu do potrzeb konsumentów było możliwe na podstawie posiadanych przez Idea Bank informacji bez potrzeby przeprowadzania dodatkowych czynności. Bank natomiast oferował obligacje GetBack konsumentom, którzy zgłosili się do banku lub już posiadali inne produkty i posiadali wystarczającą ilość środków finansowych do nabycia przynajmniej jednej obligacji bez zwracania uwagi na ich rzeczywiste potrzeby, bez ich wyraźnej zgody na poniesienie ryzyka utraty całości wpłaconego kapitału.

W ocenie Prezesa UOKiK, konsumenci nie byli na tyle świadomymi inwestorami, nie posiadali wystarczającej wiedzy czy doświadczenia inwestycyjnego, lub też odpowiedniej ilości informacji o korzyściach i ryzykach związanych z obligacjami korporacyjnymi, by zmierzyć się z konsekwencjami utraty całości wpłaconych środków finansowych. Gdyby posiadali taką pełną świadomość i podstawową wiedzę choćby o konieczności dywersyfikowania zgromadzonych środków, to przykładowo nie inwestowaliby wszystkich środków w jeden instrument finansowy. Konsumenci wskazywali w toku zeznań przed Prezesem UOKiK, iż stracili oszczędności swojego życia, które gromadzili na spokojną emeryturę lub inne prywatne cele:

„Zaznaczam, że nie byłam zainteresowana ryzykownymi ruchami i zaoszczędzone środki miały być wsparciem mojego budżetu w czasie emerytury. W momencie zakupu miałam 61

lat i nie miałam najmniejszego zamiaru ryzykować. Podkreślałam, w rozmowie z doradcą, że nie jestem biznesmenem, lecz pracownikiem na etacie u kresu kariery zawodowej i nie będę mogła już odrobić tej kwoty, gdyby istniało jakieś niebezpieczeństwo utraty środków.”

- skarga konsumentki zarejestrowana pod sygn. akt: RBG.80.111.18.EK.,

- „Od pierwszej rozmowy podkreślałam, że ze względu na wiek ojca (73 lata) interesują mnie wyłącznie instrumenty w 100% chronionym kapitałem (...), Ponadto, informowałam, że zamierzamy wycofać się z posiadanych przez ojca lokat i zakupić mieszkanie celem przeznaczenia go na wynajem” - skarga konsumenta zarejestrowana pod sygn. akt: RBG.80.113.18.EK,

C. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów formułuje definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3 uokik, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 wyżej przywołanej ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich - aktualnych lub potencjalnych klientów - traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę⁵⁴.

Stanowisko to potwierdzone zostało w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, iż: „nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów”⁵⁵.

W ocenie Prezesa UOKiK, zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowania Spółki godziły w zbiorowe interesy konsumentów. Spółka prezentowała konsumentom obligacje GetBack na terenie całego kraju w oddziałach swojego Banku oraz telefonicznie bez żadnych ograniczeń wiekowych, bez względu na doświadczenie inwestycyjne konsumentów. Obligacje korporacyjne mogła nabyć każda pełnoletnia osoba fizyczna z tzw. ulicy, w momencie gdy przyszła do oddziału Spółki w celu np. założenia lokaty. Ponadto, zauważyć także należy, iż formalnie rzecz biorąc, emisje prywatne ograniczone są do kręgu 149 osób, którym można zaoferować nabycie obligacji korporacyjne w ramach jednej emisji. Jednakże z uwagi na fakt licznych, nie można było a priori założyć, iż ta właśnie emisja będzie ostatnia, a zatem działania mogły dotyczyć nieokreślonej z góry liczby konsumentów.

Nie ulega wątpliwości, że działanie Przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. **Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest**

⁵⁴ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08, a także T. Skoczny, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, Warszawa 2009, s. 962.

⁵⁵ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01.

⁵⁶ Vide: płyta CD do pisma z dnia 11.05.2018 r.

ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie - z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę - zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy. Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie liczba faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. Jak słusznie uznał Sąd Najwyższy w swoim rozstrzygnięciu „przedmiotem ochrony nie jest indywidualny interes konsumenta, ani suma interesów indywidualnych konsumentów, lecz interes zbiorowy. Zbiorowy to «odnoszący się do pewnej grupy osób lub zbioru rzeczy, właściwy jakiemuś zbiorowi, złożony z wielu jednostek, składający się na jakiś zbiór; gromadny, kolektywny, wspólny». Gramatyczna wykładnia pojęcia praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór⁵⁷”. Ponadto Sąd ten wskazał, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”. Stanowisko to jest szeroko popierane w najnowszym orzecznictwie⁵⁸.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes UOKiK podejmując próbę rozstrzygnięcia nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działanie Banku odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, biorąc za podstawę ustaleń i rozważań materiał dowodowy dostarczony przez Spółkę.

Przy ocenie, czy praktyka mogła naruszać zbiorowy interes konsumentów ocenia się, czy dana praktyka mogła dotyczyć potencjalnie nieokreślonej z góry liczby konsumentów, i taka sytuacja, bez wątpienia, miała miejsce w niniejszej sprawie. Natomiast ocena dokonywana *post factum*, podczas analizy skutków stosowania danej praktyki może być jak najbardziej dokonywana na poszczególnych grupach konsumentów, którzy przykładowo zostali poszkodowani taką praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jak praktyka, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik, polegająca na proponowaniu przez Idea Bank konsumentom nabycia obligacji GetBack, które nie odpowiadają ich potrzebom.

⁵⁷ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 września 2008 r., sygn. akt III SK 27/07.

⁵⁸ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 września 2013 r., sygn. akt VI ACa 67/13.

Zaniechanie

Zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał zabronionych działań, o których mowa w art. 24 uokik. W związku z tym, Prezes UOKiK wydał decyzję stwierdzającą stosowanie praktyki tzw. misselingu i stwierdził zaniechanie ich stosowania.

Idea Bank wskazał, iż w okresie od 25 sierpnia 2016 r. do 30 kwietnia 2018 r. oferował konsumentom obligacje korporacyjne GetBack S.A. Z dniem 30 kwietnia 2018 roku zaniechano oferowania przedmiotowych obligacji, dlatego też należało uznać, że z tym dniem Bank zaniechał stosowania stwierdzonych niniejszą decyzją praktyk.

W ocenie Prezesa UOKiK, zaniechanie stosowania kwestionowanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów było samoistne. Wynikało bowiem z faktu zakończenia emitowania przez GetBack obligacji, co spowodowało zaniechanie ich oferowania konsumentom, nie zaś z faktu podjęcia takich działań przez Idea Bank.

Jednakże, jak wskazuje się w doktrynie, **zaniechanie praktyki nie pozbawia jej antykonsumenckiego charakteru, ani nie eliminuje bezprawności zachowania przedsiębiorcy**⁵⁹.

Mając na uwadze powyższe, orzeczono jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Uzasadnienie dla nieprzyjęcia zobowiązania złożonego przez Idea Bank

Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu zarzucane jest naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, **Prezes Urzędu może**, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Z powyższego wynika, iż decyzja wydana w trybie art. 28 ust.1 uokik jest decyzją o charakterze uznaniowym, w związku z czym Prezes UOKiK nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy wniesie o to przedsiębiorca. Przepis ten nie nakłada na organ ochrony konsumentów obowiązku wydania decyzji zobowiązującej⁶⁰, a jedynie stwarza mu prawną możliwość wydania takiej decyzji⁶¹.

Odnosząc się do samej treści złożonego przez Spółkę zobowiązania w niniejszej sprawie, należy zauważyć, że Idea Bank zaproponował przyjęcie zobowiązania do zawierania ugód z klientami Idea Banku, którzy posiadają obligacje GetBack, i którzy w chwili obejmowania tych obligacji mieli ukończone 80 lat, albo, w szczególnie uzasadnionych przypadkach, znajdujących się w ciężkiej sytuacji życiowej. Zamiarem Banku byłoby zawarcie z takimi klientami ugody i odkupienie od nich obligacji na warunkach określonych poniżej. Wolą Banku byłoby zawarcie z klientami spełniającymi następujące kryteria umów

⁵⁹ Jurkowska- Gomułka [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014, s. 790;

⁶⁰ Wyrok SOKiK z dnia 13 lutego 2012 r. sygn. akt XVII Ama 217/10.

⁶¹ M. Radwański, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, pod red. E. Stawicki, A. Stawicki, Warszawa 2011, s. 647.

ugody na podstawie której Bank nabędzie od klientów obligacje GetBack za cenę do 62,5% ich wartości nominalnej.

Celem omówienia ww. zobowiązania zostały zorganizowane dwa spotkania przedstawicieli Banku z przedstawicielami UOKiK z udziałem Prezesa UOKiK, na którym omówiona została koncepcja przedstawiona przez Spółkę. Prezes UOKiK poinformował również przedstawicieli Banku, że niezasadne jest przyjmowanie zobowiązania przedsiębiorcy w proponowanym zakresie. Za takim rozstrzygnięciem przemawiają następujące argumenty.

W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na ogólnopolski zakres działania przedsiębiorcy, a także skalę naruszeń (ponad obsługiwanych konsumentów), którzy nabyli obligacje GetBack, w dużej mierze osób starszych, inwestujących oszczędności swojego życia, często w produkt niedopasowany do ich potrzeb), oraz rolę profesjonalnego pośrednika, mającego zaufanie społeczne, które zostało nadużyte w przypadku oferowania i sprzedaży obligacji GetBack konsumentom. Rozstrzygnięcie Prezesa UOKiK sprowadza się nie tylko do zakazu stosowania praktyki misselingu przez przedsiębiorcę będącego stroną postępowania, ale również ma na celu odstraszenie innych uczestników rynku przed powielaniem kwestionowanych naruszeń, aby nie było konieczności wszczynania osobnych postępowań w stosunku do tych podmiotów.

Podkreślić należy, iż w złożonym zobowiązaniu Bank nie sprecyzował (pomimo takiej informacji od pracowników UOKiK na spotkaniu), z jakich powodów wiek 80 lat miałby być wyznacznikiem do objęcia konsumentów zobowiązaniem, ani co należy rozumieć, przez określenie „ciężka sytuacja życiowa”. Zobowiązanie w takim kształcie nie może zostać zaakceptowane, gdyż jego wykonanie - z uwagi na użycie pojęć nieostrych - będzie nieweryfikowalne, a przez to niemożliwe.

Ponadto należy zwrócić uwagę na niską wielkość ewentualnego przysporzenia i małą ilość osób objętych zobowiązaniem (). Zdaniem Prezesa UOKiK, zobowiązanie przedsiębiorcy do wypłaty obligatariuszom tzw. przysporzenia konsumenckiego powinno dotyczyć jak najszerszej kategorii poszkodowanych osób. Ponadto, wartość rekompensaty powinna być uzależniona od wielkości środków przeznaczonych przez nich na nabycie obligacji GetBack za pośrednictwem Idea Banku. Szacowana łączna wartość rekompensaty wypłaconej w ramach zobowiązania nie powinna być mniejsza, niż przychód Banku z tytułu pośredniczenia w sprzedaży ww. obligacji.

Dlatego też, w ocenie organu ochrony konsumentów, niecelowym jest korzystanie w analizowanej sytuacji z instrumentu przewidzianego w art. 28 ust. 1 i 2 uokik. Wydanie decyzji zobowiązującej musi bowiem służyć realizacji głównego celu działania Prezesa UOKiK, jakim jest ochrona interesu publicznego, który w przypadku wydania decyzji, o jaką wnioskuje przedsiębiorca, nie byłby należycie chroniony⁶². Należy bowiem wskazać, iż ostateczne rozstrzygnięcie powinno być zgodne nie tyle z interesem przedsiębiorcy, co przede wszystkim z interesem konsumentów. Jednym z głównych celów niniejszej decyzji jest jak najszersze usunięcie skutków praktyki misselingu, a także przyczynienie się do tego, aby transakcje odbywające się na rynku finansowym wolne były od podobnego typu praktyk

⁶² A.Doering, *Decyzje zobowiązujące kończące postępowania w sprawach dotyczących praktyk ograniczających konkurencję oraz w sprawach dotyczących praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, Dodatek do Monitora Prawniczego Nr 8/2010, s. 44.

oraz prowadzone były w oparciu o zasadę uczciwości i rzetelności kupieckiej wobec konsumentów.

Propozycje finansowe Idea Banku oraz zakres osób, które miałyby zostać objęte proponowanym zobowiązaniem są w ocenie Prezesa UOKiK niewystarczające. Prezes UOKiK oczekuje od przedsiębiorców w składanych przez nich zobowiązaniach podjęcia takich czynności, które będą wywoływać wobec konsumentów dalej idące skutki.

W ocenie Prezesa UOKiK, bardzo istotną kwestią jest fakt, iż zaproponowana przez Spółkę kwota przysporzenia (zamiar wykupienia obligacji na łączną kwotę) nie spełnia swoich celów przede wszystkim z uwagi na jej niewielką wysokość w porównaniu z korzyściami (przychodami), jakie osiągnęła Spółka z pośredniczenia w transakcjach sprzedaży obligacji GetBack konsumentom oraz przeznaczenie jej w sposób niedopasowany do potrzeb. Tak ustalona wartość rekompensaty publicznej, która miałaby przysługiwać nielicznej liczbie osób poszkodowanych praktyką stosowaną przez Idea Bank, jest w ocenie Prezesa UOKiK niewystarczająca.

Należy przypomnieć, iż zakup jednej obligacji wiązał się dla konsumentów z wydatkiem rzędu 10.000 zł, co dla indywidualnego inwestora - konsumenta jest dużą kwotą, przy czym najczęściej warunki nabycia przewidywały, iż obligacji tych należało nabyć kilka (4 lub 5). Gdy zatem konsument nabył np. 5 sztuk obligacji, której cena jednostkowa wynosiła 10.000 zł, w momencie niewypłacalności spółki GetBack jego strata wyniosła 50.000 zł, co jest kwotą niebagatelną, jeśli chodzi o transakcje przeprowadzane przez osoby fizyczne, jakimi są konsumenci. Proponowany odkup obligacji od obligatariuszy, w porównaniu ze wskazanymi osobami, jakie te obligacje nabyły, jawi się jako nieproporcjonalny i pozostawiający większość obligatariuszy bez żadnych świadczeń.

Reasumując, biorąc pod uwagę całokształt okoliczności niniejszej sprawy, Prezes UOKiK uznał iż z uwagi na interes publiczny, zasadnym rozwiązaniem jest wydanie decyzji stwierdzającej stosowanie praktyki misselingu oraz nałożenie rekompensaty publicznej, o której mowa w pkt II niniejszej decyzji.

Całokształt tych okoliczności uzasadnia - w ocenie organu ochrony konsumentów - nieprzyjęcie zobowiązania.

Ad II. Rekompensata publiczna

Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 27 ust. 4 uokik w decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 uokik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.

Katalog środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest przykładowy. W związku z tym przepis dopuszcza możliwość nałożenia przez Prezesa UOKiK na

przedsiębiorcę także innego, niż wymienione w ustawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia, które są adekwatne do rodzaju stwierdzonego naruszenia oraz skutków, które naruszenie wywołało. Ocena adekwatności działań zmierzających do usunięcia skutków niedozwolonego zachowania musi być dokonana z uwzględnieniem możliwie najszerszego kontekstu negatywnych następstw działania przedsiębiorcy, któremu zarzucana jest praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów.

Ad pkt 1.

W niniejszej sprawie Prezes UOKiK zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w pkt II sentencji niniejszej decyzji, czyli przede wszystkim wypłaty obligatariuszom, którzy nabyli obligacje Getback za pośrednictwem Spółki, procentowej części środków, które zainwestowali w przedmiotowy produkt inwestycyjny. Prezes UOKiK, przy ustalaniu modelu rekompensaty wziął pod uwagę fakt, iż Idea Bank proponując konsumentom nabycie obligacji GetBack uzyskała z tego tytułu w latach 2016-2018 przychód rzędu

Mając na względzie również fakt, iż warunki emisji obligacji w danej serii określały minimalną liczbę obligacji objętych zapisem (konieczność zapisu na 4 lub 5 obligacji), przy czym jednostkowa wartość nominalna obligacji wynosiła 10.000 zł, Prezes UOKiK ustalił, iż każdy konsument musiał dokonać zapisu na obligacje w minimalnej kwocie rzędu 40.000 - 50.000 zł.

Z uwag na powyższe, Prezes UOKiK uznał, iż w związku z proponowaniem konsumentom przez Idea Bank nabycia usług finansowych nieadekwatnych do ich potrzeb, należało orzec częściowy zwrot konsumentom 20% minimalnej wartości obligacji wymaganych dla jednej emisji obligacji, przyjmując uśredniony próg minimalny jako kwotę 50.000 zł. Przy czym dla konsumentów, którzy zainwestowali jedynie 40.000 zł kwota rekompensaty będzie obliczana od tej kwoty faktycznie zainwestowanej. Z punktu widzenia konsumentów, będzie to kwota rzędu 10.000 zł (ewentualnie 8.000 zł - przy zainwestowaniu jedynie 40.000 zł), która choć w części będzie mogła posłużyć konsumentom na sfinansowanie przykładowo konsultacji prawnych w zakresie dochodzenia swoich roszczeń z tytułu zwrotu wpłaconych środków finansowych na obligacje GetBack. Natomiast dla Idea Banku kwota wypłaconych rekompensat nie przekroczy wartości przychodu, jaki Bank uzyskał z tytułu proponowania konsumentom obligacji GetBack.

Przykładowo należy wskazać, iż jeśli konsument nabył obligacje GetBack za kwotę 40.000 zł, zostanie wypłacona mu rekompensata w wysokości 20% z kwoty 40.000 zł, a więc kwota 8.000 zł. Natomiast jeśli konsument nabył obligacje za kwotę 300.000 zł, należy obliczyć kwotę rekompensaty w ten sposób: 20% z kwoty 50.000 zł = 10.000 zł.

W dacie wydania przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji za skutki stosowania przez Idea Bank praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy uznać nabycie obligacji GetBack przez tych konsumentów jako produkt niedopasowany do tych potrzeb, a w konsekwencji brak zwrotu konsumentom, którzy posiadali w Idea Banku depozyty, tj. lokaty bankowe i rachunki oszczędnościowe lub byli nowymi klientami Banku, zainwestowanych w obligacje GetBack środków finansowych, które ci konsumenci zainwestowali w wyniku działań Idea Banku, a którzy w związku z problemami finansowymi spółki GetBack nie odzyskali tych środków. W związku z tym częściowy zwrot konsumentom

wpłaconych środków finansowych spowoduje częściowe usunięcie trwających skutków zarzucanych praktyk.

Jednocześnie należy wskazać, iż skutki stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Idea Bank nie zostały - na dzień wydania niniejszej decyzji - konsumentom w żaden sposób zrekompensowane, pomimo stosowania przez Spółkę nieuczciwych praktyk rynkowych i tzw. misselingu. Jedynie wąska grupa konsumentów, z którymi Idea Bank zawarł ugody otrzymała całkowity lub częściowy zwrot środków od Idea Banku i - co należy podkreślić - grupa ta jest wyjęta spod osób uprawnionych do uzyskania rekompensaty publicznej wynikającej z niniejszej decyzji.

W wyniku oferowania przez Idea Bank obligacji GetBack, konsumenci zainwestowali swoje środki finansowe w te obligacje. Był to bezpośredni skutek, jaki nastąpił w wyniku działań Idea Banku. W wyniku misselingu stosowanego przez Idea Bank konsumenci podjęli decyzję o nabyciu obligacji GetBack, a więc usług finansowych, niedopasowanych do swoich potrzeb, których mogliby nie nabyć, gdyby nie działania Spółki. W konsekwencji, w związku z nabyciem niedopasowanych ryzykownych usług finansowych, utracili zainwestowane w obligacje środki w wyniku problemów finansowych spółki GetBack. Dlatego też poza stwierdzeniem, iż praktyki stosowane przez Idea Bank naruszały zbiorowe interesy konsumentów, konieczny jest przynajmniej częściowy zwrot poszkodowanym konsumentom zainwestowanych w obligacje GetBack środków w wyniku decyzji Prezesa UOKiK. Należy przy tym dodać, iż przedmiotowa okoliczność jest niezależna względem możliwości dochodzenia roszczeń przez wszystkich obligatariuszy na drodze indywidualnego powództwa cywilnego. Z tego też względu konieczne jest nałożenie na przedsiębiorcę obowiązków, które mają na celu usunięcie trwających skutków stosowania tych praktyk przez Idea Bank.

Sytuacja tej konsumentów, którzy nabyli obligacje GetBack za pośrednictwem Idea Banku, jest bardzo szczegółowa, co wynika z licznych skarg, które wpłynęły do Prezesa UOKiK. Są to bez wątpienia osoby, które deponowały swoje pieniądze w Banku lub też zamierzały to uczynić z myślą przede wszystkim o oszczędzaniu, przy gwarantowanej ochronie kapitału. Zainwestowali swoje środki w ryzykowniejsze produkty tylko i wyłącznie za namową Spółki, gdyż wcześniej nawet nie próbowali czynić w tym zakresie żadnych działań. Jednocześnie specyfika postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przed Prezesem UOKiK nie pozwala na szczegółowe badanie wszystkich okoliczności związanych z każdym indywidualnym przypadkiem nabycia za pośrednictwem Idea Banku obligacji GetBack, a więc takim, gdzie obligatariusze wcześniej (tj. przed pierwszym nabyciem obligacji Getback) posiadali produkty inwestycyjne w Idea Banku. Z tego też względu zdecydowano, iż częściowe usunięcie skutków w ramach niniejszej decyzji w formie rekompensaty publicznej obejmie wszystkich konsumentów, gdyż Spółka swoim działaniem naruszyła zbiorowy interes konsumentów, a więc również w aspekcie zbiorowym powinna usunąć trwające skutki naruszenia.

W ocenie Prezesa UOKiK, nałożony na Spółkę środek w opisanym powyżej kształcie pozostaje w korelacji do przypisanych Idea Bank naruszeń i zmierza do przynajmniej częściowego wyrównania szkody poniesionej przez konsumentów w zakresie usunięcia trwających skutków naruszenia.

Wypłata środków przez Idea Bank powinna nastąpić w terminie **1 miesiąca od dnia otrzymania od konsumenta wypełnionego wniosku wskazanego w pkt II.3.c** wraz z informacjami wskazanymi w pkt II.3.d. - II.3.e. Jest to termin wystarczający na

zewidencjonowanie poszczególnych grup konsumentów oraz na obliczenie i wypłatę przysługujących im rekompensat.

W tym miejscu należy podkreślić, iż wypłata obligatariuszom ww. rekompensaty publicznej nie zamyka im w żadnym zakresie możliwości dochodzenia od Idea Bank lub każdego innego podmiotu zaangażowanego w sprzedaż i oferowanie obligacji Getback innych lub dalej idących roszczeń niż korzyści wynikające z ww. rekompensaty. Konsumentom mają również pełne prawo do korzystania z niniejszej decyzji - po uprawomocnieniu się w takim kształcie - jako prejudykatu do dochodzenia roszczeń przed sądami powszechnymi, o czym szerzej Prezes UOKiK wskazuje w uzasadnieniu do pkt II niniejszej decyzji.

Ad pkt 2.

Nakładając na Idea Bank nakaz usunięcia trwających skutków naruszenia w formie wypłaty części konsumentów dotkniętych praktyką rekompensaty publicznej, Prezes UOKiK ma również na uwadze, aby ww. osoby nie zostały wzbogaceni w związku z niniejszym rozstrzygnięciem. Z uwagi na powyższe, Idea Bank wypełniając obowiązek wypłaty rekompensat publicznych powinna uwzględniać względem każdego konsumenta, który jest uprawniony do uzyskania tejże rekompensaty, dotychczas wypłacone jemu środki z tytułu kapitału, który zainwestował pierwotnie⁶³ w obligacje GetBack. Jako punkt graniczny, który Idea Bank musi przyjąć przy wyliczaniu dotychczas wypłaconych konsumentowi środków, należy uznać dzień złożenia wniosku obligatariusza, o którym mowa w pkt II.3.c. niniejszej decyzji wraz z oświadczeniem (informacjami) z pkt II.3.e. niniejszej decyzji.

Wskazać zatem należy, iż rekompensata nie będzie przysługiwać konsumentom, którzy zawarli ugodę z Idea Bankiem, czy też uzyskali prawomocne orzeczenie sądu powszechnego lub sądu polubownego albo innej instytucji uprawnionej do wydawania rozstrzygnięć w ramach pozasądowego rozstrzygania sporów w swojej indywidualnej sprawie, których stroną był Bank.

Katalog zdarzeń, które Idea Bank powinien uwzględnić jest otwarty i nie musi być uzależniony od transferów pieniężnych względem konsumentów dokonanych wyłącznie przez Spółkę - dotyczy to więc również np. uzyskanych przez konsumentów środków bezpośrednio od GetBack w związku z postępowaniem układowym. Stąd też konieczność złożenia oświadczenia przez konsumentów we wniosku do Spółki (zgodnie z pkt II.3.d-f niniejszej decyzji) w zakresie informacji o uzyskanych dotychczas środkach ze źródeł innych niż od Idea Banku.

Jeżeli ze wskazanych powyżej źródeł, konsument uzyskał zwrot pełnej kwoty pierwotnie zainwestowanej w obligacje GetBack, to rekompensata publiczna wynikająca z niniejszej decyzji mu nie przysługuje. W sytuacji, w której w oparciu o okoliczności opisane w pkt II.3.c. (inne niż z pkt I.3.a. - I.3.b) obligatariuszowi zwrócono jedynie część pierwotnie zainwestowanych środków, to łączna wypłata jemu tych środków z wszystkich źródeł (wliczając w to również rekompensatę z pkt II.1 niniejszej decyzji) nie może przekraczać sumy pierwotnie zainwestowanych przez niego środków w obligacje GetBack. Idea Bank w takiej sytuacji uzyskuje prawo do stosunkowego obniżenia wysokości wypłacanej

⁶³ Określenie „pierwotnie” oznacza, iż nie wlicza się do sumy środków zainwestowanych w obligacje GetBack, ewentualnych korzyści, które miały wiązać się z tego rodzaju „inwestycją”, np. odsetek.

rekompensaty, o której mowa w pkt II.1 niniejszej decyzji, tak aby łączna wartość zwróconych pieniędzy nie przekroczyła 100% pierwotnie zainwestowanego kapitału przez obligatariusza.

Ad pkt 3.

W ocenie Prezesa UOKiK, nałożony na Spółkę środek w opisanym powyżej kształcie pozostaje w korelacji do przypisanego Spółce naruszenia i zmierza do przynajmniej częściowego przywrócenia równowagi stron stosunku prawnego w zakresie usunięcia trwających skutków naruszenia.

Aby zapewnić skuteczność wywiązania się z obowiązku usunięcia przez Idea Bank trwających skutków naruszenia stosowania zakwestionowanych praktyk, niezbędne jest również to, aby konsumenci, którzy zostali objęci jej stosowaniem mogli się o takim obowiązku przedsiębiorcy dowiedzieć i wystąpić do niego z odpowiednim wnioskiem. W tym celu Prezes UOKiK nałożył na Spółkę odpowiednie obowiązki informacyjne mające na celu poinformowanie konsumentów o przysługujących im uprawnieniach, a także o sposobie wnioskowania o wypłatę pieniędzy. Przedmiotowa informacja ma być przekazana obligatariuszom w formie przesyłki listownej polecanej za potwierdzeniem odbioru w celu zapewnienia, aby każdy obligatariusz otrzymał informację od Spółki, o której mowa w pkt II.3. sentencji decyzji.

Czynności, o których mowa w pkt II.3.c. - II.3.e. sentencji decyzji, które będzie musiał podjąć konsument w celu poinformowania Spółki o woli skorzystania z nałożonych na przedsiębiorcę środków zmierzających do usunięcia skutków nie są zbyt skomplikowane oraz czasochłonne. Jednocześnie Idea Bank nie powinna komplikować tego trybu i utrudniać złożenia stosownego wniosku przez poszkodowanych obligatariuszy. Termin 3 miesięcy na złożenie wniosku przez obligatariuszy - liczony od momentu otrzymania korespondencji od Spółki - należy uznać za wystarczający. W sytuacji nieodebrania przez poszczególnych obligatariuszy ww. korespondencji - Idea Bank ma obowiązek powtórzyć przesyłkę w takim samym trybie (tj. listem poleconym z potwierdzeniem odbioru) w terminie 14 dni od dnia otrzymania informacji o nieodebraniu pierwszego listu.

Jedną z intencji określenia takich informacyjnych środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest zwiększenie skuteczności administracyjnoprawnego trybu stwierdzania naruszeń w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z przykładów wymienionych w art. 26 ust. 2 uokik wynika, że konsumenci mają prawo dowiedzieć o stwierdzeniu przez Prezesa UOKiK takich naruszeń. W ramach usunięcia trwających skutków stosowania Prezes UOKiK może zobowiązać przedsiębiorcę do poinformowania konsumentów, który nabyli obligacje GetBack za pośrednictwem Idea Bank S.A. - w sposób określony w decyzji. Prezes UOKiK decyduje więc o sposobie poinformowania konsumentów. Może być to np. droga listowna, za potwierdzeniem odbioru bądź nie. Z punktu widzenia interesu publicznego - istotne jest to, aby był to skuteczny sposób dotarcia do adresatów.

Ponadto, warto podkreślić, iż Prezes UOKiK nałożył na Idea Bank obowiązek informacyjny w zakresie przesłania do wszystkich konsumentów, którzy nabyli obligacje GetBack za pośrednictwem Idea Bank, informacji o wydaniu przedmiotowej decyzji wraz z

informacją, że jest ona prawomocna oraz, że **prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym.**

Wskazać w tym miejscu należy, iż zgodnie z poglądem występującym w orzecznictwie **prawomocna decyzja Prezesa UOKiK ma charakter prejudykatu przeciwko przedsiębiorcy, któremu zarzucany był czyn z zakresu praktyk ograniczających konkurencję (i odpowiednio praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w tym m.in. stwierdzającej stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej) i może znacząco ułatwić dochodzenie roszczeń przez podmiot poszkodowany przed sądem cywilnym⁶⁴.**

Jak zauważa A. Jurkowska-Gomułka⁶⁵, na zasadzie analogii do rozstrzygnięć dotyczących decyzji stwierdzających praktyki ograniczające konkurencję⁶⁶, ostateczna decyzja uznająca praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów powinna być postrzegana jako rozstrzygnięcie wiążące sądy cywilne w ewentualnych postępowaniach cywilnych wytoczonych przez indywidualnych konsumentów, w celu uzyskania odszkodowania za szkody, poniesione przez nich wskutek stosowania przez danego przedsiębiorcę praktyki zakazanej przez art. 24 OchrKonkurU. Pogląd wyrażony przez A. Jurkowską-Gomułkę potwierdzony został w postanowieniu SN z 23.4.2015 r.⁶⁷ W uzasadnieniu do tego postanowienia, w kontekście nałożenia na przedsiębiorcę obowiązku publikacyjnego (przez co do konsumentów dociera informacja o dopuszczeniu się przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki rynkowej), SN przywołał tezę z uchwały z 23.7.2008 r. wskazującą, że „ostateczna decyzja organu ochrony konsumentów stwierdzająca naruszenie OchrKonkurU jest dla sądu powszechnego wiążąca”. W konsekwencji zatem stwierdzić można, iż SN uznał prejudycjalny charakter decyzji Prezesa UOKiK wydanej w sprawie praktyk naruszających zbiorowy interes konsumentów⁶⁸.

W związku z powyższym, wydanie niniejszej decyzji stwierdzającej naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez Idea Bank S.A., a następnie jej uprawomocnienie w takim kształcie, ma doniosłe znaczenie z punktu widzenia możliwości dochodzenia indywidualnych roszczeń na drodze cywilnoprawnej w związku z naruszeniem przepisów dotyczących ochrony interesów konsumentów (private enforcement), o ile przedmiotowe roszczenie po stronie konsumenta nie ulegnie przedawnieniu. Związanie sądu decyzją Prezesa Urzędu sprowadza się do tego, że okoliczności faktyczne stwierdzone w sentencji decyzji stają się elementem ustaleń faktycznych sądu, co oznacza, że w tym zakresie sąd nie przeprowadza odrębnego postępowania dowodowego, przykładowo w zakresie naruszenia zakazu tzw. misselingu.

Ad pkt 4 i 5.

Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik, Prezes UOKiK może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej

⁶⁴ vide: wyrok SN z 4 marca 2008 r., IV CSK 441/07; uchwała SN z 23 lipca 2008 r. III CZP 52/08; postanowienie SN z dnia 23 kwietnia 2015 r., sygn. III SK 61/14),

⁶⁵ A. Jurkowska-Gomułka, w: T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2014, s. 789, 795.

⁶⁶ Zob. uchw. SN z 23.7.2008 r., III CZP 52/08, Legalis.

⁶⁷ III SK 61/14, Legalis.

⁶⁸ Przywołane za A. Szafran, J. Ulański, *Prejudycjalny charakter decyzji Prezesa UOKiK w indywidualnym sporze konsumenta z przedsiębiorcą*, Warszawa 2017, s. 166-167;

w decyzji. Treść oświadczenia powinna, poza określeniem przedsiębiorcy, wskazywać na naruszenia, jakich dopuścił się przedsiębiorca.

Istotą opisywanego w niniejszej decyzji naruszenia jest proponowanie konsumentom produktów nie odpowiadających ich potrzebom. W ocenie Prezesa UOKiK, powyższe okoliczności uzasadniają zastosowanie wskazanego wyżej środka, jakim jest publikacja oświadczenia na stronie internetowej Przedsiębiorcy. Spółka powinna, zdaniem Prezesa UOKiK, poinformować konsumentów o swojej niedozwolonej praktyce, co spełni funkcję edukacyjną. Powyższy środek może mieć również znaczenie prewencyjne, zniechęcając Bank oraz innych przedsiębiorców do podobnego rodzaju praktyk (w obliczu ryzyka złożenia oświadczenia, które może wpłynąć na postrzeganie Spółki przez konsumentów).

Oświadczenie zamieszczone na stronie internetowej Idea Banku ma za zadanie poinformowanie konsumentów o fakcie wydania decyzji, jej oznaczeniu i dacie wydania (w celu jej późniejszej identyfikacji lub ułatwianiu dotarcia do jej treści) oraz przystępne wskazanie, jakie działania Spółki zostały uznane za naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Ponadto, oświadczenie to winno określać skrótowy zakres obowiązków usunięcia trwających skutków stosowania niedozwolonych praktyk. Oświadczenie to będzie wspierać obowiązek określony w pkt II.3 sentencji decyzji, w postaci pisemnego zawiadomienia konsumentów o treści decyzji i przysługujących im z tytułu jej wydania uprawnień do dochodzenia roszczeń. Oświadczenie z pkt II.3 sentencji decyzji jest kierowane do klientów Idea Banku. Z kolei obowiązek zamieszczenia oświadczenia na stronie internetowej Przedsiębiorcy, umożliwi zapoznanie się z treścią decyzji konsumentom, którzy z usług Idea Banku nie korzystają (prewencja ogólna) lub z różnych względów nie odebrali kierowanej do niej korespondencji.

Określenie parametrów technicznych oświadczenia jest zaś niezbędne i ma za zadanie zapewnić jego widoczności i czytelność na stronie internetowej Przedsiębiorcy.

Oświadczenie zostanie zaprezentowane na stronie internetowej Przedsiębiorcy i dzięki temu wiedza o rozstrzygnięciu będzie mogła dotrzeć do konsumentów, a także innych przedsiębiorców działających w branży oraz mediów. W ocenie Prezesa UOKiK, strona internetowa to medium o licznym gronie odbiorców, które poprzez swoją powszechność i możliwość zapoznania się z prezentowanymi tam treściami w dowolnym czasie stosownym dla każdego odbiorcy najskuteczniej jest w stanie dotrzeć do świadomości odbiorców.

Wśród konsumentów komunikat tej treści powinien zwiększyć wiedzę o przepisach chroniących ich prawa i krytycyzm względem ofert dotyczących instrumentów finansowych, w szczególności obligacji korporacyjnych. Przedsiębiorcy powinni z kolei dowiedzieć się o negatywnych konsekwencjach naruszania praw konsumentów, co poza wychowawczą spełni również funkcję prewencyjną.

Ponadto, w zakresie informacji, iż prawomocna decyzja Prezesa UOKiK stanowi prejudykat w postępowaniu sądowym oraz że ustalenia Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące, może stanowić dla konsumentów istotną odpowiedź i zachętę do skorzystania z indywidualnych możliwości dochodzenia swoich roszczeń w postępowaniu sądowym.

Reasumując, w ocenie Prezesa UOKiK, zakres obowiązków publikacyjnych jest proporcjonalny do możliwości Przedsiębiorcy i wagi naruszeń. Należy zwrócić uwagę, że zakwestionowane przez Prezesa praktyki stosowane były przez ponad półtora roku.

Obowiązek publikacji decyzji na stronie internetowej przez 12 miesięcy, w ocenie Prezesa UOKiK, nie będzie uciążliwy dla strony niniejszego postępowania.

Mając na uwadze powyższe, orzeczono jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

III. Koszty postępowania

Stosownie do art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

W punkcie I. 1-3 sentencji niniejszej decyzji organ ochrony konkurencji i konsumentów w wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stwierdził naruszenie przez Idea Bank przepisów ustawy (art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik). Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 uokik pozwalająca na obciążenie tego przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa Urzędu wydatki związane ze zwrotem kosztów podróży świadków w związku z ich stawiennictwem na rozprawy administracyjne przeprowadzone w toku niniejszego postępowania (vide: postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-50/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-51/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-52/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-53/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-54/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-55/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-56/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-57/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r., postanowienie Prezesa UOKiK nr RBG-58/2019 z dnia 25 czerwca 2019 r.) w wysokości 2.621,93 zł (dla 9 świadków) oraz związane z korespondencją prowadzoną w toku niniejszego postępowania w wysokości 593,99 zł. Nałożony obowiązek zwrotu kosztów znajduje uzasadnienie w tym, iż w toku postępowania Prezes Urzędu poniósł koszty korespondencji w wysokości 593,99 zł oraz koszty związane ze zwrotem kosztów podróży świadków w wysokości 2.621,93 zł, co łącznie daje kwotę 3.215,92 zł.

Koszty niniejszego postępowania określone w pkt III rozstrzygnięcia niniejszej decyzji Spółka obowiązana jest wpłacić w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

Pouczenie do decyzji

Zgodnie z art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 kpc - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 81 ust. 5 uokik w związku z art. 479³² § 1 i 2 kpc, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony

Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w **terminie tygodnia** od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2019 r., poz. 785 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki. Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

*Prezes Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Tomasz Chróstny*