



Sygn. akt I NSKP 7/21

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 5 maja 2021 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Ewa Stefańska (przewodniczący, sprawozdawca)

SSN Paweł Czubik

SSN Leszek Bosek

Protokolant Agnieszka Pawłowska

w sprawie z powództwa "F." spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W.
przeciwko Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów
po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Kontroli Nadzwyczajnej i Spraw Publicznych w
dniu 5 maja 2021 r.
skargi kasacyjnej powódki od wyroku Sądu Apelacyjnego w (...)
z dnia 3 czerwca 2019 r., sygn. akt VII AGa (...)

- 1. oddala skargę kasacyjną;**
- 2. zasądza od "F." spółki z ograniczoną odpowiedzialnością
w W. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i
Konsumentów kwotę 540 (pięćset czterdzieści) złotych
tytułem zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego.**

UZASADNIENIE

Decyzją częściową RWR (...) z 31 grudnia 2013 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „pozwany”; „Prezes UOKiK” „organ”) po przeprowadzeniu z urzędu przeciwko „F.” spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w W. (dawniej: F. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W.; dalej: „F.”; „powód”; „spółka”; „przedsiębiorca”) postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów:

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm., dalej: „u.o.k.k.”) uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k., działanie spółki polegające na zamieszczeniu w stosowanym wzorcu umowy pod nazwą „Umowa Pożyczki Nr (...)” postanowienia przewidującego, że w przypadku odstąpienia od umowy pożyczki ze spółką konsument jest zobowiązany do spłaty odsetek jako iloczyn tzw. opłaty administracyjnej, naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w umowie oraz ilorazu liczby dni, które minęły od momentu otrzymania pożyczki przez klienta do momentu spłaty pożyczki na rachunek przedsiębiorcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka, tj. kwoty wielokrotnie wyższej od kwoty naliczanej zgodnie z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim, co stanowi naruszenie art. 54 ust. 1 i ust. 4 ustawy z 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 126, poz.715, ze zm.; dalej: „u.k.k.”) i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 10 grudnia 2012 r.;

II. na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k., działanie spółki, polegające na niezamieszczaniu w reklamach pożyczki, które zawierają dane dotyczące rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (r.r.s.o.), informacji o stopie oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, całkowitej kwocie kredytu oraz informacji o czasie obowiązywania umowy, całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta oraz wysokości rat, co stanowi naruszenie art. 7 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 oraz ust. 2 pkt 1 i pkt 2 u.k.k. i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 31 sierpnia 2012 r.;

III. na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k., działanie spółki polegające na zastosowaniu w reklamach pożyczki haseł: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd poprzez wywołanie u niego błędnego przekonania o pewności uzyskania kredytu bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, co stanowi niedozwoloną praktykę rynkową określoną w art. 4 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 5 ust. 1 ustawy z 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206; dalej: „u.p.n.p.r.”) i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 1 stycznia 2013 r.;

IV. na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k., działanie spółki polegające na zastosowaniu reklamy pożyczki hasła „Wczasy gratis do każdej pożyczki”, podczas gdy na reklamach wraz z informacją napisaną bardzo drobną czcionką, że „W trakcie promocji każdy klient otrzyma gratis Bon promocyjny upoważniający do 7 noclegów dla 2 osób w wybranym hotelu. Minimalna pożyczka upoważniająca do otrzymania Bonu to 100 zł. Szczegóły u agentów K..pl. Czas promocji ograniczony, decyduje data złożenia wniosku o pożyczkę E.”, która - poprzez nieprzekazanie przez spółkę w sposób jasny istotnych informacji dotyczących pożyczki - stanowi niedozwoloną praktykę rynkową określoną w art. 4 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r., i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 31 lipca 2012 r.;

V. na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 u.o.k.k. działanie spółki polegające na: niepodawaniu w formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego informacji o wysokości stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, co może stanowić naruszenie art. 13 ust. 1 pkt 12 w związku z art. 14 u.k.k.; oraz niepodawaniu w umowach kredytu konsumenckiego informacji o wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, co może stanowić naruszenie art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 2 sierpnia 2013 r.;

VI. na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.o.k.k., działanie spółki, polegające na stosowaniu postanowienia wzorca umowy, które zostało wpisane do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ k.p.c., poprzez zamieszczenie we wzorcu umowy „Umowa pożyczki Nr (...)” postanowienia o treści: „Klient zapłaci Pożyczkodawcy opłatę upominawczą za każdy monit wysłany do Klienta listem poleconym przez Pożyczkodawcę lub osobę trzecią, działającą w imieniu Pożyczkodawcy. Opłata upominawcza za wysłanie pierwszego monitu po upływie 7 (siedmiu) dni od dnia wystąpienia opóźnienia wynosi 30 zł; opłata upominawcza za wysłanie drugiego monitu po upływie 14 (czternastu) dni od dnia wystąpienia opóźnienia wynosi 50 zł; opłata upominawcza za wysłanie trzeciego monitu po upływie 25 (dwudziestu pięciu) dni od dnia wystąpienia opóźnienia wynosi 50 zł; opłata upominawcza za wysłanie czwartego monitu po upływie 35 (trzydziestu pięciu) dni od dnia wystąpienia opóźnienia wynosi 50 zł” i nakazał zaniechanie jej stosowania;

VII. na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k., działanie spółki polegające na podawaniu w umowie nieprawdziwych informacji o całkowitej kwocie do zapłaty poprzez informowanie, że opłata administracyjna stanowi całkowitą kwotę do zapłaty przez pożyczkobiorcę, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 i art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r., i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 2 sierpnia 2013 r.;

VIII. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. nałożył na spółkę: 1. za czyn opisany w pkt I. decyzji - karę pieniężną w wysokości 102 415 zł; 2. za czyn opisany w pkt II. decyzji - karę pieniężną w wysokości 20 863 zł; 3. za czyn opisany w pkt III. decyzji - karę pieniężną w wysokości 20 863 zł; 4. za czyn opisany w pkt IV. decyzji - karę pieniężną w wysokości 20 863 zł; 5. za czyn opisany w pkt V. decyzji - karę pieniężną w wysokości 23 896 zł; 6. za czyn opisany w pkt VI. decyzji - karę pieniężną w wysokości 22 759 zł; 7. za czyn opisany w pkt VII. decyzji - karę pieniężną w wysokości 17 069 zł.

„F.” spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W. wniosła odwołanie od powyższej decyzji, zaskarżając ją w części, tj. w zakresie pkt I, III, IV, V, VI, VIII. Powód zarzucił naruszenie przepisów prawa procesowego, w tym art. 9 k.p.a. i art. 10 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k., skutkujące koniecznością stwierdzenia nieważności decyzji, a z ostrożności procesowej - również naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz pkt 2 u.o.k.k.; art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r.; art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 oraz art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r.; art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. w związku z art. 54 ust. 1 i ust. 4 u.k.k. oraz art. 111 u.o.k.k. w związku z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k.

Wyrokiem z 26 października 2017 r. Sąd Okręgowy w W W. - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uchylił zaskarżoną decyzję w pkt VI i w pkt VIII ppkt 6 (pkt 1); oddalił odwołanie w pozostałej części (pkt 2) oraz rozstrzygnął o kosztach postępowania.

Sąd Okręgowy ustalił, że F. (dawniej: F.) w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej świadczy usługi m.in. na rzecz konsumentów w zakresie udzielania pożyczek. Spółka działa na obszarze całego kraju. W 2011 r. spółka zawarła 153 105 umów kredytowych, natomiast w trzech kwartałach 2012 r. - co najmniej 134 749 tego rodzaju umów.

Na początku 2012 r. spółka wprowadziła do obrotu wzór umowy pod nazwą „Umowa pożyczki Nr (...)”, w oparciu o który zawierała z konsumentami umowy pożyczek pieniężnych. Do wymienionej umowy dołączane były wzorce: „Formularz odstąpienia od umowy” oraz „Formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego”. W pkt 7.3 ww. wzorca umowy zastrzeżono, że: „Klient, który składa oświadczenie o odstąpieniu od Umowy Pożyczki, jest zobowiązany do zwrotu kwoty Pożyczki na rachunek bankowy (...) wraz z należnymi odsetkami naliczanymi za każdy dzień, który upłynął od momentu wypłaty Pożyczki przez Pożyczkodawcę Klientowi do dnia spłaty Pożyczki przez Klienta na wskazany rachunek bankowy Pożyczkodawcy w terminie 30 dni od dnia, w którym Klient złożył oświadczenie o odstąpieniu (...).”. Punkt 7.4 wzorca przewidywał natomiast, że: „Odsetki, o których mowa w pkt 7.3. powyżej są obliczane jako iloczyn Opłaty Administracyjnej naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w pkt

6.3. oraz ilorazu liczby dni które minęły od momentu otrzymania Pożyczki przez Klienta do momentu spłaty Pożyczki na rachunek Pożyczkodawcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka zgodnie z tabelą w pkt 6.3.”. Wskazane postanowienia wzorca były stosowane przez spółkę do 10 grudnia 2012 r.

Z ustaleń poczynionych przez Sąd Okręgowy wynika również, że spółka w okresie maj - lipiec 2012 r. w ramach działalności promującej swoją ofertę w zakresie udzielania konsumentom pożyczek, rozpowszechniała materiały reklamowe, dystrybuowane we własnych punktach obsługi klienta (ulotki papierowe) oraz przez Internet (pliki graficzne), które zawierały następujące hasła: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem”. Powyższe materiały reklamowe były dostępne dla klientów maksymalnie do końca grudnia 2012 r. W lipcu 2012 r. spółka rozpropagowała w gazetkach jednej z sieci handlowych reklamę zawierającą hasło: „Wczasy gratis do każdej pożyczki”. Jednocześnie na reklamach tych zamieszczono bardzo drobną czcionką komunikat informujący, że: „W trakcie promocji każdy klient otrzyma gratis Bon Promocyjny upoważniający do 7 noclegów dla 2 osób w wybranym hotelu. Minimalna pożyczka upoważniająca do otrzymania Bonu to 100 zł (sto złotych). Szczegóły u agentów K..pl. Czas promocji ograniczony, decyduje data złożenia wniosku o pożyczkę E.”. W dalszej części tekstu (również małą czcionką) podano informację o wysokości r.r.s.o. - 23 000%.

Z ustaleń Sądu pierwszej instancji wynika także, że w ww. wzorcu „Umowy pożyczki Nr (...)” oraz „Formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego” spółka nie zamieściła informacji o wysokości stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. W obu dokumentach do 2 sierpnia 2013 r. zawarta była natomiast informacja dotycząca oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. Zgodnie z pkt 6.9 wzorca umowy: „Odsetki za czas opóźnienia, o których mowa w pkt 6.7 powyżej naliczane są w wysokości odsetek maksymalnych określonych w art. 359 § 2(1) ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku - Kodeksu cywilnego, tj. czterokrotnej wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego”. Z kolei w pkt 3 formularza informacyjnego, zatytułowanym „Koszty kredytu” zamieszczono informację o treści: „stopa oprocentowania zadłużenia przeterminowanego: Odsetki za czas opóźnienia w wysokości odsetek maksymalnych określonych w art. 359 § 2¹ ustawy z dnia 23

kwietnia 1964 roku - Kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 16, poz. 93 ze zm.), tj. czterokrotnej wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego”.

Zdaniem Sądu Okręgowego, w stanie faktycznym sprawy odwołanie zasługiwało na uwzględnienie jedynie w części. Sąd Okręgowy podzielił dokonaną przez organ ocenę prawną zachowania spółki, opisanego w pkt I. decyzji, polegającego na zamieszczeniu w spornym wzorcu umowy postanowienia przewidującego, że w przypadku odstąpienia od umowy pożyczki konsument jest zobowiązany do spłaty odsetek jako iloczyn tzw. opłaty administracyjnej, naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w umowie oraz ilorazu liczby dni, które minęły od momentu otrzymania pożyczki przez klienta do momentu spłaty pożyczki na rachunek przedsiębiorcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka, czyli kwoty wielokrotnie wyższej od kwoty naliczanej zgodnie z przepisami ustawy z 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim.

Sąd Okręgowy wskazał, że stosownie do art. 54 ust. 1 u.k.k. konsument nie ponosi kosztów związanych z odstąpieniem od umowy o kredyt konsumencki, z wyjątkiem odsetek za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu. Z kolei, zgodnie z art. 54 ust. 4 u.k.k. w przypadku odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 53, kredytodawcy nie przysługują żadne inne opłaty, z wyjątkiem bezzwrotnych kosztów poniesionych przez niego na rzecz organów administracji publicznej oraz opłat notarialnych. Oznacza to, że przedsiębiorca nie powinien żądać od konsumenta, w przypadku odstąpienia przez niego od umowy, żadnych innych kosztów oprócz odsetek, chyba że poniósł koszty na rzecz organów administracji publicznej lub koszty opłat notarialnych i w takim razie może domagać się tychże kosztów.

Odnosząc się do kwestii przysługujących powodowi odsetek, Sąd Okręgowy stwierdził, że nie mogą one przekraczać odsetek maksymalnych uregulowanych przepisami Kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 359 § 2² k.c., jeżeli wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej przekracza wysokość odsetek maksymalnych, należą się odsetki maksymalne, a w myśl art. 359 § 2³ k.c. postanowienia umowne nie mogą wyłączać ani ograniczać przepisów o odsetkach maksymalnych, także w razie dokonania wyboru prawa obcego. W takim przypadku

stosuje się przepisy ustawy. W art. 359 § 2¹ k.c. zastrzeżono zaś, że maksymalna wysokość odsetek wynikających z czynności prawnej nie może w stosunku rocznym przekraczać czterokrotności wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego (odsetki maksymalne).

Sąd Okręgowy nie miał wątpliwości, że w spornym okresie powód domagał się od konsumentów dużo wyższych odsetek od prawnie dozwolonych. Zwrócił uwagę, że w pkt 7.4 spornego wzorca umowy pożyczki zastrzeżono, że: „Odsetki, o których mowa w pkt 7.3. powyżej są obliczane jako iloczyn Opłaty Administracyjnej naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w pkt 6.3. oraz ilorazu liczby dni, które minęły od momentu otrzymania Pożyczki przez Klienta do momentu spłaty Pożyczki na rachunek Pożyczkodawcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka zgodnie z tabelą w pkt 6.3.”. Taki sposób ukształtowania odsetek przez spółkę Sąd Okręgowy uznał za sprzeczny z powołanymi wyżej przepisami, a przez to naruszający art. 54 ust. 1 i ust. 4 u.k.k.

Sąd Okręgowy stanął również na stanowisku, że spółka dopuściła się deliktu opisanego w pkt V. decyzji, polegającego na niepodawaniu w spornym wzorcu umowy oraz formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego, informacji o wysokości stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. Sąd Okręgowy wskazał, iż w przypadku formularza informacyjnego kluczowe znaczenie ma art. 13 ust. 1 pkt 12 u.k.k., w którym wskazano, że kredytodawca lub pośrednik kredytowy przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki jest zobowiązany podać konsumentowi, na trwałym nośniku, informacji o stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, warunków jej zmiany oraz ewentualnych innych opłatach z tytułu zaległości w spłacie kredytu, przy czym w myśl art. 14 u.k.k. kredytodawca lub pośrednik kredytowy obowiązany jest przekazać konsumentowi ww. dane na formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego, według stosownego wzoru.

Zdaniem Sądu Okręgowego, właściwe wskazanie stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego wymagało podania stosowanej przez spółkę stopy oprocentowania w sposób liczbowy, a nie jak to uczyniono w spornym formularzu - w sposób opisowy, wskazujący faktycznie metodę wyliczenia oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, dodatkowo odsyłający do przepisu ustawy Kodeks

cywilny oraz innych wskaźników takich jak stopa kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego. W świetle art. 13 ust. 1 pkt 12 u.k.k. w związku z art. 14 u.k.k. pożyczkobiorca powinien zostać poinformowany wprost o stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, nie zaś zmuszony do poszukiwania wskaźników dla wyliczenia tej stopy i jej samodzielnego oszacowania. W przeciwnym bowiem razie nie zostaje wypełniony przez przedsiębiorcę wynikający z ustawy obowiązek informacyjny wobec konsumenta.

W ocenie Sądu Okręgowego, działanie powoda naruszało również art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k., zgodnie z którym umowa o kredyt konsumencki powinna określać roczną stopę oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, warunki jej zmiany oraz ewentualne inne opłaty z tytułu zaległości w spłacie kredytu. Sąd pierwszej instancji wskazał, że powyższe ogólne wytyczne podane przez spółkę służące określeniu wysokości odsetek zadłużenia przeterminowanego nie mogą zastąpić obowiązkowego oznaczenia rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego wymaganego przepisem prawa. Dopiero bowiem wskazanie konkretnej wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego uznać należy za wypełnienie wymogów art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. Wymogu tego nie spełnia przedstawienie przez spółkę jedynie sposobu obliczania rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego.

Co do praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt III. decyzji Sąd Okręgowy stanął na stanowisku, że przedstawianie przez powoda w reklamach pożyczki haseł: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK, „także dla osób z komornikiem”, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd poprzez wywołanie u niego błędnego przekonania o pewności uzyskania kredytu bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego, stanowi niedozwoloną praktykę rynkową określoną w art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. w związku z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., która została bezpośrednio wymieniona w art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. jako bezprawna praktyka naruszająca zbiorowy interes konsumentów.

Sąd pierwszej instancji stwierdził, że bezprawność omawianej praktyki wynika z naruszenia powszechnie obowiązującej normy prawnej wyrażonej w art. 3 u.p.n.p.r. - zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych w rozumieniu art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., który przewiduje, że praktyka rynkowa stosowana przez

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

W świetle powyższych regulacji Sąd Okręgowy nie miał wątpliwości, że podawanie przez F. w reklamach pożyczki haseł: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem”, wprowadza konsumentów w błąd, bowiem przekaz ten sugeruje bezwarunkowe udzielenie pożyczki. Według Sądu Okręgowego, hasło „pożyczka tylko na dowód” wskazuje na łatwość uzyskania pożyczki, do której otrzymania wystarczające jest legitymowanie się dowodem osobistym, przez co konsument ma prawo sądzić, że pozyskanie przez pożyczkodawcę danych osobowych klienta z jego dokumentu tożsamości, dające bezpieczeństwo przy zawieraniu umowy, gwarantować będzie jednocześnie otrzymanie finansowania. W przekazie tym nie ma bowiem mowy jedynie o procedowaniu wniosku o pożyczkę po przedstawieniu przez konsumenta wyłącznie dowodu osobistego, w związku z czym reklama w ujęciu „pożyczka tylko na dowód” prowadzi do domniemania odnośnie możliwości otrzymania pożyczki w oparciu o dowód osobisty. Przeświadczenie to, w ocenie Sądu Okręgowego, potęgują kolejne zwroty reklamowe stosowane przez spółkę. Zwrot „także dla osób z komornikiem” wskazuje, że posiadanie długów egzekwowanych przez komornika nie blokuje możliwości uzyskania pożyczki. Tym bardziej zatem przeciętny konsument może być przekonany o możliwości otrzymania pożyczki tylko „na dowód”.

Również sformułowanie „bez BIK” przemawia za taką interpretacją. Określenie to wywołuje bowiem skojarzenie odstąpienia od procedury badania zdolności kredytowej. Przeciętny konsument mógł odnieść mylne wrażenie, że

powód udziela pożyczki niezależnie od tego, czy konsumenci figurują w rejestrach dłużników. Tym samym mógł dojść do wniosku, że proces udzielania pożyczki nie jest sformalizowany. Tymczasem zgodnie z art. 9 ust. 1 u.k.k. pożyczkodawca ma bezwzględny obowiązek oceny ryzyka kredytowego przed zawarciem umowy, a stosownie do art. 5 pkt 16 u.k.k., ocena ryzyka kredytowego to dokonywana przez kredytodawcę ocena zdolności konsumenta do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami, w terminach określonych w umowie o kredyt konsumencki i w tym celu pożyczkodawca może korzystać z baz danych prowadzonych przez biura informacji kredytowych oraz biura informacji gospodarczych (art. 5 pkt 15 u.k.k.). W konsekwencji, Sąd Okręgowy przyznał rację pozwanemu, że sporne hasła: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem” wprowadzają konsumentów w błąd, wywołując błędne przekonanie o pewności uzyskania kredytu niezależnie od oceny ryzyka kredytowego. Zakwestionowana reklama mogła również zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, bowiem poprzez ww. hasła, oferta spółki wydawała się przeciętnemu konsumentowi bardziej atrakcyjna, niż była w rzeczywistości, a dla osób poszukujących możliwości szybkiego finansowania lub posiadających tzw. negatywną historię kredytową (np. wpisanych do rejestrów BIK, bądź których wynagrodzenie zajął komornik), informacja, że przedsiębiorca nie bierze pod uwagę danych figurujących w rejestrze dłużników i faktu dokonania zajęcia komorniczego przy podejmowaniu decyzji o udzieleniu pożyczki ma podstawowe znaczenie. Pod wpływem rozpowszechnianych reklam przeciętny konsument mógł nabrać mylnego wyobrażenia o warunkach, jakie musi spełnić, aby uzyskać pożyczkę od przedsiębiorcy i podjąć decyzję dotyczącą umowy, której w przypadku posiadania pełnej wiedzy o dostępności oferty spółki, mógłby nie podjąć. W związku z tym, w ocenie Sądu Okręgowego, zakwestionowane slogany reklamowe mogły zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, naruszając dobre obyczaje, jak prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej i jednoznacznej informacji, a przez to godzić w jego interesy.

Odnosząc się do deliktu przypisanego spółce w pkt IV. decyzji, dotyczącego reklamy pożyczki przy użyciu hasła: „Wczasy gratis do każdej pożyczki” z równoczesnym wskazaniem bardzo drobną czcionką, że: „W trakcie promocji każdy

klient otrzyma gratis Bon promocyjny upoważniający do 7 noclegów dla 2 osób w wybranym hotelu. Minimalna pożyczka upoważniająca do otrzymania Bonu to 100 zł. Szczegóły u agentów K..pl. Czas promocji ograniczony, decyduje data złożenia wniosku o pożyczkę E..”, Sąd Okręgowy uznał, że nie przekazano w niej w sposób jasny istotnych informacji dotyczących pożyczki. Sąd Okręgowy zwrócił uwagę, że jednym z głównych przekazów reklamy spółki (rzucającym się w oczy) był slogan „WCZASY GRATIS do każdej pożyczki”, którego treść – z uwagi na zastosowanie dużych liter - prowadzi do przekonania, że samo udzielenie przez powoda pożyczki gwarantuje konsumentowi uzyskanie bezpłatnych wczasów. W tych okolicznościach Sąd Okręgowy uznał, że główne hasło dotyczące gratisowych wczasów mogło wpłynąć na przeświadczenie o dostępności oferty, a tym samym na zainteresowanie konsumenta, co w świetle art. 2 pkt 7 u.p.n.p.r. stanowi już decyzję dotyczącą umowy. Zainteresowanie wywołuje bowiem oddzielny przekaz „WCZASY GRATIS do każdej pożyczki”, który nie pozostawia wątpliwości odnośnie bezwarunkowości otrzymania wczasów wobec zaciągnięcia pożyczki. Według Sądu Okręgowego, mimo, że spółka małym drukiem dodała informację, że czas promocji jest ograniczony, to z uwagi na oddzielenie tych przekazów i różną wielkość czcionki, powzięcie przez konsumenta informacji o reglamentacji wczasów w perspektywie czasowej mogło nastąpić już po zainteresowaniu konsumenta pożyczką z uwagi na darmowe wczasy. Biorąc przy tym pod uwagę, że spółka nie podała w ogóle w ramach reklamy okresu promocji, Sąd Okręgowy nie miał wątpliwości, że mogło to uniemożliwić konsumentowi zweryfikowanie dostępności oferty, tym samym utrzymując konsumenta w nadziei na otrzymanie tak zachęcającego do skorzystania z pożyczki gratisu, jakim są darmowe wczasy. W konsekwencji Sąd Okręgowy uznał, że spółka nie podała konsumentowi na tyle dokładnej, precyzyjnej, a przy tym widocznej informacji, aby konsument mógł dokonać wyboru produktu na podstawie niewprowadzających w błąd informacji w czasie zapoznawania się z reklamą spółki. Powyższa praktyka wpisuje się w treść art. 6 ust 1 i ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r.

Sąd Okręgowy nie podzielił jednak stanowiska Prezesa UOKiK w zakresie, w jakim organ uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania F. polegające na stosowaniu postanowienia wzorca umowy, które zostało

wpisane do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ k.p.c., poprzez zamieszczenie w spornym wzorcu umowy postanowienia o treści: „Klient zapłaci Pożyczkodawcy opłatę upominawczą za każdy monit wysłany do Klienta listem poleconym przez Pożyczkodawcę lub osobę trzecią, działającą w imieniu Pożyczkodawcy”. Sąd Okręgowy wskazał, że w art. 24 ust. 2 pkt 1 u.o.k.k. chodzi nie o stosowanie postanowień wzorca wpisanych do rejestru postanowień uznanych za niedozwolone przez jakiegokolwiek przedsiębiorcę, lecz tylko przez przedsiębiorcę, który uczestniczył w postępowaniu zakończonym wpisem do rejestru. Artykuł 24 ust. 2 pkt 1 u.o.k.k. znajduje bowiem zastosowanie wyłącznie do przedsiębiorcy, który nie stosuje się do orzeczonego zakazu wykorzystywania niedozwolonych postanowień umowy. Ma to ścisły związek z treścią art. 479⁴³ k.p.c., zgodnie z którym wyrok prawomocny ma skutek wobec osób trzecich od chwili wpisania uznanego za niedozwolone postanowienia wzorca umowy do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c. Powyższe skutkowało uchyceniem przez Sąd Okręgowy pkt VI i pkt VIII ppkt 6 decyzji.

Odnosząc się do kwestii wymiaru nałożonych na powoda kar, Sąd Okręgowy wskazał, że uwzględnia on dyrektywy wymiaru kary określone w art. 111 u.o.k.k. Oceniając postępowanie powoda Sąd Okręgowy miał na uwadze, że powód jako profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego nie powinien dezinformować konsumentów, zwodzić wprowadzającą ich w błąd reklamą, nakładać na konsumentów kosztów niezgodnych z ustawą, bo stanowi to poważne zagrożenie dla konsumentów, a wręcz powoduje ich pokrzywdzenie.

W odniesieniu do praktyki opisanej w pkt I. decyzji Sąd Okręgowy jako okoliczność obciążającą uznał stosowanie przez spółkę mniej korzystnej regulacji od ustawowej w przedmiocie kosztów związanych z odstąpieniem przez konsumenta od umowy. W przypadku praktyki opisanej w pkt III. decyzji za niedopuszczalne Sąd Okręgowy uznał natomiast kreowanie przez spółkę - poprzez mylące hasła reklamowe - pewności uzyskania pożyczki konsumenckiej w sposób budzący złudne nadzieje konsumentów na szybkie pozyskanie finansowania nawet w razie istnienia zadłużenia niespłaconego przez konsumenta. Z dezaprobatą Sąd Okręgowy ocenił także zaniechanie spółki rzetelnego poinformowania konsumenta o okresie, w jakim możliwe było pozyskanie przez niego dodatkowej korzyści

w ramach umowy pożyczki celem zwabienia konsumenta wizją pozyskania profitu w postaci wczasów, niezależnie od faktycznej możliwości otrzymania tego gratisu. Dodatkowo, Sąd pierwszej instancji miał na uwadze, że przypisane spółce praktyki z pkt III. i IV. decyzji ujawniały się na etapie przedkontraktowym. W odniesieniu do praktyki opisanej w pkt V. decyzji, Sąd Okręgowy uwzględnił nadto, że działania spółki były niekorzystne dla konsumentów, gdyż nie byli oni rzetelnie powiadamiani o istotnych warunkach proponowanej pożyczki, takich jak wysokość stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. Sąd Okręgowy wskazał przy tym, że przedmiotowe braki zawierał nie tylko wzorec umowy, ale też formularz informacyjny, mający wpływ na ubieganie się przez konsumenta o udzielenie pożyczki, tak więc praktyka ta rozpoczynała się na etapie przedkontraktowym. Wadliwe opracowanie wzorców umowy przez przedsiębiorcę powodowało, iż konsument nie otrzymywał istotnych wiadomości stanowiących minimum przy ocenie samego produktu finansowego, jak też ryzyka wynikającego z zadłużenia u przedsiębiorcy, przy czym wszystkie ww. działania były wynikiem co najmniej nieumyślnego postępowania przedsiębiorcy. Tymczasem od przedsiębiorców działających na rynku finansowym wymaga się szczególnej solidności, uczciwości i prawości, stąd wszelkie odstępstwa i naruszenia słuszných interesów konsumentów zasługują na surowe sankcje. W ocenie Sądu Okręgowego, Prezes UOKiK, wymierzając kary prawidłowo uwzględnił również jako okoliczność łagodzącą zaniechanie praktyk przez spółkę. Jako okoliczność obciążającą Sąd Okręgowy uznał z kolei znaczny zasięg naruszeń wywołany szeroką dostępnością reklamy, pokaźną liczbą konsumentów, z którymi powód zawarł umowy.

Powyższy wyrok Sądu Okręgowego został zaskarżony w apelacjach wniesionymi przez obie strony.

Powód zaskarżył orzeczenie w części, tj. w zakresie pkt 2. i 3., zarzucając mu: nierozpoznanie istoty sprawy poprzez nie odniesienie się przez Sąd Okręgowy do zarzutu nieważności decyzji; a dodatkowo – z ostrożności procesowej – naruszenie szeregu przepisów, w tym: art. 9 k.p.a. i art. 10 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k.; art. 233 § 1 k.p.c.; art. 328 § 2 k.p.c.; art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. w związku z art. 54 ust. 1 i ust. 4 u.k.k.; art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. oraz art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r.; art. 24 ust. 1 i ust.

2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. oraz art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r.; art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 u.o.k.k. w związku z art. 7 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 oraz ust. 2 pkt 1 i pkt 2 u.k.k.; art. 111 u.o.k.k. w związku z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k.

Prezes UOKiK zaskarżył wyrok Sądu Okręgowego w zakresie pkt 1., zarzucając mu naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.o.k.k. w brzmieniu obowiązującym do 16 kwietnia 2016 r. oraz art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.o.k.k.

Wyrokiem z 3 czerwca 2019 r. Sąd Apelacyjny w (...) oddalił obie apelacje (pkt I) oraz rozstrzygnął o kosztach postępowania apelacyjnego (pkt II).

Zdaniem Sądu Apelacyjnego, żadna z apelacji nie zasługiwała na uwzględnienie. Sąd Apelacyjny podzielił ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd Okręgowy i przyjął je za własne.

Ustosunkowując się w pierwszej kolejności do apelacji powoda, Sąd Apelacyjny nie podzielił zarzutu dotyczącego ograniczenia prawa spółki do czynnego udziału w postępowaniu i nieważności zaskarżonej decyzji. Według Sądu odwoławczego, nieznaczne utrudnienie realizacji prawa do obrony powoda, które było skutkiem nieprawidłowego określenia dowodów zaliczonych przez Prezesa Urzędu w poczet materiału dowodowego postępowania, zakończonego wydaniem zaskarżonej decyzji, nie skutkuje jej nieważnością. Sąd Apelacyjny podkreślił, że w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego ugruntowany jest pogląd, że Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie może ograniczyć rozpoznania sprawy wynikającej z odwołania od decyzji Prezesa Urzędu tylko do funkcji sprawdzającej prawidłowość postępowania administracyjnego, które poprzedza postępowanie sądowe. Celem postępowania sądowego nie jest przeprowadzenie kontroli postępowania administracyjnego, ale merytoryczne rozstrzygnięcie sprawy, której przedmiotem jest spór między stronami powstający dopiero po wydaniu decyzji przez Prezesa Urzędu. Do Sądu ostatecznie należy zatem zastosowanie odpowiedniej normy prawa materialnego, na podstawie wyjaśnienia podstawy faktycznej, obejmującej wszystkie elementy faktyczne przewidziane w hipotezie tej normy.

Odnosząc się do zarzutów apelacji dotyczących czynu określonego w pkt V. decyzji, Sąd Apelacyjny uznał, że zastosowany przez powoda zabieg, polegający

na zastąpieniu informacji o konkretnej liczbie wysokości stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego wskazaniem podstaw do jej wyliczenia, dla przeprowadzenia którego niezbędne było samodzielne zdobycie przez konsumenta informacji, jakich nie posiada, idzie wbrew dyspozycji wynikającej z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 u.o.k.k. oraz art. 13 ust. 1 pkt 12 u.k.k. w związku z art. 14 u.k.k., a także art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. Sąd odwoławczy podzielił stanowisko Prezesa UOKiK, że informacje podane konsumentowi w tym zakresie są niepełne i godzą w jego ekonomiczne interesy, ponieważ, mając niekompletne i nieprecyzyjne informacje, pożyczkobiorca nie jest w stanie porównać różnych produktów na rynku i podjąć racjonalnej decyzji o wyborze najkorzystniejszego z nich.

Sąd Apelacyjny za trafne uznał też zapatrywanie Sądu Okręgowego, że pozycja formularza „stopa oprocentowania zadłużenia przeterminowanego” wymaga podania stosowanej przez pożyczkodawcę stopy oprocentowania w sposób liczbowy, a nie jak to uczyniła spółka w sposób opisowy, wskazujący faktycznie metodę wyliczenia oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, dodatkowo odsyłający do przepisu ustawy Kodeks cywilny oraz innych wskaźników jak stopa kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego. Dopiero bowiem wskazanie konkretnej wysokości rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego uznać należy za wypełnienie wymogów art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. Sąd drugiej instancji wskazał, że zasadniczą funkcją naruszonego przez powoda obowiązku jest dostarczenie klientowi informacji, dzięki którym może on podjąć świadomą decyzję pożyczkową przy mniejszym poziomie wysiłku i ryzyka. Z punktu widzenia klienta znacznie bardziej użyteczna jest informacja o wyniku równania niż wytyczne dotyczące czynników, które powinny zostać w nim uwzględnione. Sąd odwoławczy zwrócił również uwagę, że dokonywanie przedmiotowych wyliczeń wiąże się z ryzykiem popełnienia błędu. W model przeciętnego konsumenta nie wpisuje się założenie, że zna on aktualne stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego, a bez wiedzy o nich informacje podawane przez powoda były niemal bezużyteczne.

Sąd Apelacyjny stwierdził przy tym, że co prawda zastrzeżenia wzbudza posłużenie się przez Prezesa Urzędu w pkt V. spornej decyzji zwrotem „co może stanowić naruszenie”. Analiza kontekstu, w którym zwrot ten został użyty wskazuje

jednak jednoznacznie, że według organu do naruszenia relewantnych unormowań doszło. W ocenie Sądu Apelacyjnego, obiektywny interpretator analizowanego fragmentu decyzji nie mógłby mieć na tej płaszczyźnie uzasadnionych wątpliwości. Zarówno z samej sentencji decyzji, jak i jej uzasadnienia jednoznacznie wynika bowiem, że Prezes Urzędu stanął na stanowisku, że doszło do wyczerpania przedmiotowych znamion, a nie, że ich wyczerpanie zostało jedynie uprawdopodobnione. Sąd Apelacyjny zwrócił również uwagę, że Prezes UOKiK stwierdził, że powód naruszył art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 u.o.k.k., a wprost wynikającą z przepisów przesłanką takiego stwierdzenia jest bezprawne działanie przedsiębiorcy, a nie wykazanie prawdopodobieństwa takich działań. Według Sądu Apelacyjnego, uchybienie Prezesa Urzędu nie uzasadnia w związku z tym uchylenia przedmiotowego fragmentu decyzji.

Sąd odwoławczy nie miał również wątpliwości, że działanie powoda, opisane w pkt I. decyzji naruszało art. 54 ust. 1 i ust. 4 u.k.k., a spółka określiła koszty obciążające konsumenta w sposób sprzeczny z ustawą o kredycie konsumenckim, naruszając wskazane wyżej przepisy, gwarantujące kredytobiorcy ochronę przed obciążaniem nadmiernymi kosztami w razie skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy kredytu. Sytuacja ta powoduje, że informacje podane konsumentowi w tym zakresie były nierzetelne i godziły w jego ekonomiczne interesy, ponieważ na ich podstawie pożyczkobiorca odstępujący od umowy, był zobowiązany do poniesienia znacznie większych kosztów od wynikających z przepisów ustawy o kredycie konsumenckim. Sąd Apelacyjny doszedł do przekonania, że badane klauzule, opisane w pkt I. decyzji należy, zgodnie z ich jednoznaczną treścią, traktować jako postanowienia nakładające na konsumenta obowiązek zapłaty odsetek w razie odstąpienia od umowy. Ich lektura dostarczała przy tym konsumentom rozważającym odstąpienie od umowy bezprawnego bodźca zniechęcającego ich do podjęcia i realizacji takiej decyzji. W wyniku umieszczenia spornych klauzuli we wzorcu, niektórzy racjonalnie działający konsumenci mogli zdecydować o nieodstępowaniu od przedmiotowej umowy nawet, jeżeli w jej braku właśnie taka decyzja najlepiej odpowiadałaby ich interesom. Praktyka ta wyraźnie godziła tym samym w interesy konsumentów.

Sąd Apelacyjny nie podzielił również podniesionych przez powoda zarzutów dotyczących czynów opisanych w pkt III. i IV. decyzji, poprzez bezzasadne uznanie przez Sąd Okręgowy, że hasła: „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem”, sugerowały konsumentom bezwarunkową dostępność pożyczki dla wszystkich zainteresowanych osób, a także, że slogan reklamowy „Wczasy gratis do każdej pożyczki” wprowadzał w błąd. Sąd odwoławczy podkreślił, że racjonalny przedsiębiorca nie oczekuje, że konsument zapozna się z całokształtem jego przekazu reklamowego. Konstruując swój przekaz, winien on uwzględnić to, że poszczególne jego części mogą odrywać się od kontekstu i liczyć się z tym, że zjawisko to doprowadzić może ono do zaburzenia obrazu rzeczywistości w percepcji konsumenta. Postawienie przed przedsiębiorcą takiego wymagania jest uzasadnione zwłaszcza wówczas, gdy sam podejmuje on działania zmierzające do zakłócenia obrazu rzeczywistej sytuacji poprzez relatywne zmniejszenie intensywności przekazu dotyczącego informacji szczególnie przydatnych z punktu widzenia konsumenta. Naruszenie tak określonych wymagań uzasadniać może zarzut stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

Odnosząc się do deliktu stypizowanego w pkt III. decyzji, Sąd Apelacyjny podzielił zapatrywanie Prezesa Urzędu, że zakwestionowane reklamy mogą kształtować mylne wyobrażenia konsumentów o szerokiej dostępności oferty spółki. Mogą bowiem sugerować bezwarunkowe udzielenie pożyczki. Sformułowanie „bez BIK” sugeruje bowiem brak sprawdzania wnioskodawcy w bazie dłużników. Z kolei slogan „także dla osób z komornikiem” sugeruje, że nie jest brane pod uwagę zadłużenie pożyczkobiorcy, wobec którego dokonano zajęcia komorniczego. Niewątpliwie użyte hasła, w połączeniu z hasłem „pożyczka tylko na dowód”, sugerują łatwiejszą, a przez to szybszą procedurę uzyskania pożyczki, aniżeli w przypadku weryfikowania sytuacji finansowej potencjalnego pożyczkobiorcy. Dlatego też pod wpływem zakwestionowanych reklam przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd co do pewności uzyskania pożyczki od przedsiębiorcy. Błąd ten mógł jednocześnie mieć wpływ na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął. Zdaniem Sądu Apelacyjnego, w percepcji przeciętnego konsumenta osoby, które mogłyby obawiać się odmowy udzielenia pożyczki z uwagi na treść wpisów w BIK, prowadzenie wobec nich

egzekucji komorniczej lub obowiązek sprostania jakimkolwiek oczekiwaniom pożyczkodawcy, wykraczającym poza okazanie dowodu osobistego, postrzegane są jako grupa mająca największe trudności z uzyskaniem pożyczki. Przekaz akcentujący, że wskazane kryteria nie są uwzględniane przy podejmowaniu decyzji o udzieleniu pożyczki prowadzi przeciętnego konsumenta do wniosku, że każdy kto posiada dowód osobisty uzyska pożyczkę, co było niezgodne z rzeczywistym stanem rzeczy. Ograniczenie procedur weryfikacyjnych dotyczących sytuacji finansowej konsumenta stanowi czynnik zachęcający go do nawiązania kontaktu z przedsiębiorcą. Wskazane zafałszowanie obrazu rzeczywistości w świadomości konsumenta dawało mu zatem impuls do podjęcia decyzji dotyczącej usługi, z której przy braku błędu wywołanego zachowaniem przedsiębiorcy, nie podjąłby.

Co do deliktu opisanego w pkt IV. decyzji, Sąd Apelacyjny uznał z kolei, że posłużenie się przez przedsiębiorcę kategorią „WCZASY GRATIS do każdej pożyczki” prowadzi do wniosku, że w oparciu o nią można wyrobić sobie obraz całokształtu przesłanek, od spełnienia których uzależniona jest możliwość skorzystania z oferty powoda na relewantnej płaszczyźnie. Słowa „gratis” i „każdej” nie są pozbawione treści. W warstwie semantycznej istnieje sprzeczność pomiędzy cytowanym sloganem a ograniczeniami możliwości skorzystania z przedmiotowej oferty, które opisane zostały rażąco mniejszą czcionką w tym samym materiale reklamowym. Sąd odwoławczy podkreślił, że różnica w wielkości relewantnych czcionek była bardzo duża. Uwzględnienie obu tych elementów prowadzi do wniosku, że słusznie przypisano powodowi dopuszczenie się omawianej praktyki.

Sąd Apelacyjny nie podzielił również zarzutów powoda dotyczących wymiaru kary. Zwrócił uwagę, że delikty, których dopuścił się powód, przynosiły mu wymierne korzyści poprzez doprowadzenie do wytworzenia w percepcji konsumentów obrazu jego oferty, który był korzystniejszy niż miało to miejsce w rzeczywistości lub bezprawnie odstraszały konsumentów od podejmowania i realizacji decyzji sprzecznych z interesem przedsiębiorcy. Zakres korzyści odniesionych przez powoda z analizowanych bezprawnych działań był nie mniejszy niż zakres szkód wyrządzonych przez nie konsumentom. Taki rozkład szkód i korzyści wywołanych badanymi naruszeniami, a także duża ich liczba tworzą

wyraźny wzorzec antykonsumenckiego postępowania, co uzasadnia przypisanie powodowi bardzo wysokiego stopnia winy. Zdaniem Sądu Apelacyjnego, w odniesieniu do praktyk objętych pkt III. i IV. decyzji uprawnione jest stwierdzenie, iż powód działał w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumentów do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia ich tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjęli. Sąd Apelacyjny dodał przy tym, że obniżenie przedmiotowych kar zgodnie z wolą powoda godziłoby w tym przypadku w prewencyjną i represyjną jej funkcję. W konsekwencji Sąd Apelacyjny uznał, że ani całkowitego poziomu represji za wszystkie naruszenia objęte zaskarżoną decyzją, ani dolegliwości poszczególnych kar nie można uznać za nadmierne.

Sąd drugiej instancji za bezzasadną uznał również apelację pozwanego. Podkreślił, że w najnowszym orzecznictwie Sądu Najwyższego przyjmuje się, że art. 24 ust. 2 u.o.k.k. nie jest samoistnym źródłem bezprawności praktyk wymienionych w jego punktach 1-4.

F. wniósł skargę kasacyjną od wyroku Sądu Apelacyjnego w (...), zaskarżając go w części oddalającej jego apelację oraz w zakresie rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego. Przedmiotowemu wyrokowi zarzucił:

1) naruszenie prawa procesowego, które miało istotny wpływ na rozstrzygnięcie, tj. art. 9 k.p.a. i art. 10 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k. polegające na tym, że Sąd Apelacyjny nie uznał, że decyzja jest nieważna, podczas gdy istniały ku temu przesłanki wobec zaliczenia w poczet materiału dowodowego „części” materiałów zebranych w trakcie postępowań wyjaśniających o sygn. DDK-(...) oraz o sygn. DDK-(...) bez dokładnego określenia, jakie informacje i dokumenty zostały zaliczone w poczet dowodów, co skutkowało tym, że F. nie został należycie i wyczerpująco poinformowany o okolicznościach faktycznych i prawnych sprawy, a tym samym ograniczone zostało jego prawo do czynnego udziału w postępowaniu przed Prezesem UOKiK;

a na wypadek nieuwzględnienia powyższego zarzutu:

2) naruszenie art. 105 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k. polegające na tym, że Sąd Apelacyjny nie uznał, że istnieją przesłanki do umorzenia postępowania w zakresie pkt V oraz pkt VIII ppkt 5 decyzji, mimo że decyzja w tym

zakresie jest niejasna wobec tego, że Prezes UOKiK wskazywał, że praktyka F. może stanowić naruszenie, podczas gdy pewność prawa wymaga, aby decyzja administracyjna była sformułowana w sposób kategoryczny;

3) naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie skutkujące nieprawidłowym przyjęciem, że działanie spółki polegające na zamieszczeniu we wzorcu „Umowa pożyczki Nr (...)” postanowienia przewidującego, że w przypadku odstąpienia od umowy pożyczki konsument jest zobowiązany do spłaty odsetek jako iloczynu tzw. opłaty administracyjnej naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w umowie oraz ilorazu liczby dni, które minęły od momentu otrzymania pożyczki przez klienta do momentu spłaty pożyczki na rachunek przedsiębiorcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka, stanowi naruszenie art. 54 ust. 1 i ust. 4 u.k.k.

4) naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. w związku z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie skutkujące nieprawidłowym przyjęciem, że działanie spółki polegające na zastosowaniu w reklamach pożyczki haseł: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem”, wprowadzało konsumentów w błąd poprzez wywołanie u nich błędnego przekonania o pewności uzyskania pożyczki bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Tymczasem z żadnego z tych przekazów nie wynikało, że spółka odstępuje od badania zdolności kredytowej, a w konsekwencji sporne hasła reklamowe nie mogły wprowadzać w błąd;

5) naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. w związku z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie skutkujące nieprawidłowym przyjęciem, że działanie spółki polegające na zastosowaniu w reklamie pożyczki hasła „Wczasy gratis do każdej pożyczki” wraz z informacją, że „W trakcie promocji każdy klient otrzyma gratis Bon promocyjny upoważniający do 7 noclegów dla 2 osób w wybranym hotelu. Minimalna pożyczka upoważniająca do otrzymania Bonu to 100 zł. Szczegóły u agentów K..pl Czas promocji ograniczony, decyduje data złożenia wniosku o pożyczkę E.”, stanowi niedozwoloną praktykę rynkową polegającą na nieprzekazaniu przez przedsiębiorcę w sposób jasny istotnych informacji

dotyczących pożyczki. Tymczasem przy uwzględnieniu wszystkich zasad rzetelnej reklamy oraz modelu przeciętnego konsumenta przekaz ten nie wprowadzał w błąd, gdyż m.in.: (i) dodatkowe informacje dotyczące szczegółów promocji, w tym dostępności wczasów, były zawarte w reklamie, (ii) informacje te były czytelne dla konsumentów, (iii) reklama była kompletna w zakresie informacji, które były potrzebne konsumentowi do podjęcia decyzji, (iv) nośnik reklamy (papierowa gazetka) pozwalał na swobodne zapoznanie się przez konsumentów z treścią reklamy w dogodnym dla nich czasie i we własnym tempie;

6) naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 u.o.k.k. w związku z art. 13 ust. 1 pkt 12 w związku z art. 14 u.k.k. oraz art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie skutkujące nieprawidłowym przyjęciem, że spółka naruszyła obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji odnośnie do oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, podczas gdy z ww. przepisów nie wynika obowiązek podawania oprocentowania zadłużenia przeterminowanego w sposób liczbowy;

7) naruszenie art. 111 u.o.k.k. w związku z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie polegające na nieuwzględnieniu przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej okoliczności uzasadniających nałożenie kary w szczególności niskiej wysokości oraz okoliczności uzasadniających zmniejszenie kwoty bazowej kary, a także wszystkich okoliczności łagodzących sprawę, m.in. okresu trwania naruszeń, czasu ich zaniechania, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów i ewentualnego wpływu naruszeń na sytuację konsumentów, podczas gdy istniały ku temu przesłanki.

Na tej podstawie skarżący wniósł o uchylenie wyroku w zaskarżonej części i przekazanie sprawy w tym zakresie Sądowi Apelacyjnemu w (...) do ponownego rozpoznania wraz z pozostawieniem temu Sądowi rozstrzygnięcia o kosztach postępowania kasacyjnego.

Prezes UOKiK w odpowiedzi na skargę kasacyjną wniósł o jej oddalenie oraz o zasądzenie od powoda na swoją rzecz zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Skarga kasacyjna nie zasługuje na uwzględnienie.

W pierwszej kolejności jako niezasadny należy ocenić najdalej idący zarzut obejmujący naruszenie art. 9 k.p.a. i art. 10 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.k. Zdaniem powoda, uchybienie tym przepisom w toku postępowania administracyjnego przed Prezesem UOKiK, polegające na zaliczeniu w poczet materiału dowodowego tylko części dokumentów zebranych w toku postępowań wyjaśniających prowadzonych przeciwko skarżącemu, skutkuje koniecznością stwierdzenia nieważności spornej decyzji Prezesa UOKiK. Zarzut ten nie mógł odnieść zamierzonych skutków procesowych. Po pierwsze - Sąd Apelacyjny nie mógł naruszyć powołanych przepisów, bo orzekając nie stosuje Kodeksu postępowania administracyjnego. Naruszyć je mógł jedynie Prezes UOKiK, lecz skarga kasacyjna nie jest wnoszona od wydanej przez niego decyzji. Po drugie - należy zwrócić uwagę na charakter prawny i cechy postępowania przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W judykaturze ugruntowany jest pogląd, że jurysdykcyjna funkcja Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie może sprowadzać się do oceny legalności decyzji. Celem postępowania sądowego nie jest przeprowadzenie kontroli postępowania administracyjnego, lecz merytoryczne rozstrzygnięcie sprawy, której przedmiotem jest spór między stronami powstający dopiero po wydaniu decyzji przez Prezesa Urzędu. Do Sądu ostatecznie należy zastosowanie odpowiedniej normy prawa materialnego, na podstawie wyjaśnienia podstawy faktycznej, obejmującej wszystkie elementy faktyczne przewidziane w hipotezie tej normy. Postępowanie przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest przy tym postępowaniem kontradyktoryjnym, w którym uwzględnia się materiał dowodowy zebrany w postępowaniu administracyjnym, co nie pozbawia stron możliwości zgłoszenia nowych twierdzeń faktycznych i nowych dowodów. Ponadto sąd antymonopolowy jest sądem cywilnym i prowadzi sprawę cywilną, wszczętą w wyniku wniesienia odwołania od decyzji Prezesa Urzędu, według reguł kontradyktoryjnego postępowania cywilnego, a nie sądem kontroli legalności decyzji administracyjnej, jak to czynią sądy administracyjne w postępowaniu sądowoadministracyjnym. Tylko takie odczytanie relacji między postępowaniem administracyjnym (przed organem antymonopolowym) i

postępowaniem sądowym (przed sądem antymonopolowym) może uzasadniać dokonany przez ustawodawcę (z założenia racjonalny) wybór między drogą postępowania cywilnego i drogą postępowania sądowoadministracyjnego dla wyjaśnienia sprawy stosowania praktyki ograniczającej konkurencję (zob. wyrok Sądu Najwyższego z 20 września 2005 r., III SZP 2/05). W kontekście powyższego należy uznać, że ewentualne uchybienia w zakresie postępowania dowodowego przed Prezesem UOKiK nie mogą stanowić przedmiotu oceny w postępowaniu sądowym.

Trafnie również uznano za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 u.o.k.k., działanie spółki polegające na zamieszczeniu w stosowanym wzorcu umowy pod nazwą „Umowa Pożyczki Nr (...)” postanowienia przewidującego, że w przypadku odstąpienia od umowy pożyczki ze spółką konsument jest zobowiązany do spłaty odsetek jako iloczyn tzw. opłaty administracyjnej, naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w umowie oraz ilorazu liczby dni, które minęły od momentu otrzymania pożyczki przez klienta do momentu spłaty pożyczki na rachunek przedsiębiorcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka, tj. kwoty wyższej od kwoty naliczanej zgodnie z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim. W tym znaczeniu nie doszło do naruszenia art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 u.o.k.k.

Odstąpienie przez konsumenta od umowy o kredyt (pożyczkę) powoduje, że wygasa stosunek prawny zawiązany na podstawie tej umowy. Odstąpienie ma przy tym skutek wsteczny od chwili zawarcia umowy (*ex tunc*). Zgodnie z art. 54 ust. 1 u.k.k. skutek odstąpienia konsument zasadniczo nie ponosi żadnych kosztów na rzecz kredytodawcy z tytułu takiej umowy. W drodze wyjątku, mimo wygaśnięcia stosunku kredytu (pożyczki), konsument jest zobowiązany do zapłaty na rzecz kredytodawcy następujących należności: odsetek za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia jego spłaty (art. 54 ust. 1 u.k.k. *in fine*) oraz bezzwrotnych kosztów poniesionych przez kredytodawcę na rzecz organów administracji publicznej (art. 54 ust. 4 u.k.k. *in fine*). Oznacza to, że przedsiębiorca nie powinien żądać od konsumenta, w przypadku odstąpienia przez niego od umowy, żadnych innych kosztów oprócz odsetek, chyba że poniósł koszty na rzecz organów administracji

publicznej. Odsetki od kredytu (pożyczki), o których mowa w art. 54 ust. 1 *in fine* u.k.k. mogą przy tym przybrać dwojaką postać, tj. w okresie od dnia wypłaty kredytu (pożyczki) do upływu 30 dni od dnia złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy (art. 54 ust. 2 u.k.k.) kredytodawca uprawniony jest (wyłącznie) do żądania odsetek kapitałowych (art. 359 k.c.). Po tej dacie dopuszczalne jest natomiast domaganie się (tylko) odsetek za opóźnienie (art. 481 § 1 k.c.).

W kontekście powyższego nie budzi wątpliwości, że powód zamieszczając w omawianym wzorcu umowy sporne postanowienia, uprawniające powoda do żądania od konsumenta - w przypadku złożenia przez niego oświadczenia o odstąpieniu od umowy - odsetek obliczanych jako iloczyn opłaty administracyjnej naliczanej od udzielonej pożyczki zgodnie z tabelą określoną w pkt 6.3. oraz ilorazu liczby dni, które minęły od momentu otrzymania pożyczki przez klienta do momentu spłaty pożyczki na rachunek pożyczkodawcy oraz liczby dni, na które została zaciągnięta dana pożyczka zgodnie z tabelą 6.3 (pkt 7.3 i 7.4 wzorca umowy), określił w istocie koszty obciążające konsumenta odstępującego od umowy pożyczki w sposób sprzeczny z przepisami art. 54 ust. 1 i ust. 4 u.k.k., gwarantującymi kredytobiorcy ochronę przed obciążeniem nadmiernymi kosztami w razie skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy pożyczki. Niewątpliwie bowiem przyjęta przez powoda metodyka wyliczania odsetek (przeanalizowana szczegółowo w uzasadnieniu zaskarżonej decyzji oraz uzasadnieniu wyroku Sądu Okręgowego) dowodzi, że w spornym okresie powód stosował dużo wyższe odsetki od prawnie dozwolonych (art. 359 k.c.).

Niezasadny jest również zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. w związku z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. poprzez uznanie, że działanie spółki polegające na zastosowaniu w reklamach pożyczki haseł: „pożyczka tylko na dowód”, „bez BIK”, „także dla osób z komornikiem”, wprowadzało konsumentów w błąd poprzez wywołanie u nich błędnego przekonania o pewności uzyskania pożyczki bez względu na wynik oceny ryzyka kredytowego. Trafnie organ oraz sądy obu instancji uznały, że mamy w tym przypadku do czynienia z praktyką rynkową wprowadzającą w błąd. Niewątpliwie sporne slogany reklamowe w odbiorze przeciętnego konsumenta mogły sugerować szeroką dostępność oferty spółki i bezwarunkowe udzielenie pożyczki, niezależnie

od kondycji finansowej i zdolności kredytowych pożyczkobiorcy, a co było niezgodne z rzeczywistym stanem rzeczy. Błąd ten mógł jednocześnie mieć wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął.

Wbrew twierdzeniom powoda, w realiach sprawy został przy tym przyjęty właściwy model wzorca przeciętnego konsumenta (art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r.). W judykaturze utrwalony jest pogląd, że ustawowe cechy przeciętnego konsumenta należycie poinformowanego, uważnego i rozsądnego w praktyce występują z różnym natężeniem. W wyroku z 4 marca 2014, III SK 34/13, Sąd Najwyższy stwierdził, że poziom uwagi i ostrożności przeciętnego konsumenta na użytek oceny przesłanki wprowadzenia w błąd różni się w szczególności w zależności od natury reklamowanego produktu, częstotliwości jego zakupu oraz ceny. Poziom uwagi konsumenta może być zatem niższy, w zależności od tego, jakich produktów dotyczy dana oferta oraz w jakich okolicznościach są one nabywane (podobnie Sąd Najwyższy w wyroku z 9 stycznia 2008 r., II CSK 363/07). Oznacza to, że model przeciętnego konsumenta powinien w omawianym przypadku uwzględniać cechy osób, które mają trudności z uzyskaniem pożyczki czy kredytu z uwagi na fakt, że dane dotyczące ich negatywnej historii kredytowej są ujawnione w Biurze Informacji Kredytowej, lub toczy się wobec nich egzekucja komornicza.

Przy uwzględnieniu ustalonego w sprawie modelu przeciętnego konsumenta za trafną należy także uznać przyjętą przez organ oraz sądy obu instancji analizę charakteru prawnego przekazu reklamowego pożyczki zawierającego hasła „Wczasy gratis do każdej pożyczki” wraz z informacją, że „W trakcie promocji każdy klient otrzyma gratis Bon promocyjny upoważniający do 7 noclegów dla 2 osób w wybranym hotelu. Minimalna pożyczka upoważniająca do otrzymania Bonu to 100 zł. Szczegóły u agentów K..pl Czas promocji ograniczony, decyduje data złożenia wniosku o pożyczkę E..”. Niewątpliwie bowiem posłużenie się przez spółkę kategorycznym sformułowaniem „WCZASY GRATIS do każdej pożyczki” pozwala w odbiorze przeciętnego konsumenta wyrobić sobie wyobrażenie, że udzielenie pożyczki gwarantuje (bezwarunkowo) uzyskanie profitu w postaci darmowych wczasów. Słusznie przy tym zwrócił uwagę Sąd Apelacyjny, że w warstwie semantycznej istnieje sprzeczność pomiędzy cytowanym sloganem a

ograniczeniami możliwości skorzystania z przedmiotowej oferty, które opisane zostały (choć rażąco mniejszą czcionką) w tym samym materiale reklamowym.

Odnosząc się do informacji dotyczących szczegółów ww. promocji (dotyczących ograniczenia czasowego promocji i kwotowego progu udzielonej pożyczki uprawniającego do skorzystania z tej formy gratisu) należy mieć na uwadze, że została ona sporządzona w formie papierowej przy użyciu znacznie mniejszego rozmiaru czcionki w porównaniu do wspomnianego wyżej głównego hasła reklamowego. Należy zatem przychylić się do stanowiska, że w całokształcie taki przekaz reklamowy nie jest czytelny, w wystarczającym stopniu precyzyjny (wbrew postulatowi przekazywania konsumentom rzetelnej i jasnej informacji) i w konsekwencji mógł uniemożliwić konsumentowi zweryfikowanie dostępności spornej oferty. Nie doszło tym samym do naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. w związku z art. 4 ust. 1 i ust. 2 u.p.n.p.r. w związku z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r.

Sąd Najwyższy podziela również przyjętą w sprawie wykładnię art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 u.o.k.k. w związku z art. 13 ust. 1 pkt 12 u.k.k. w związku z art. 14 u.k.k. oraz art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. poprzez uznanie, że dopiero wskazanie w sposób liczbowy stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego czyni zadość obowiązkowi udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji odnośnie stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego. W świetle postanowień art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. istnieje obowiązek umieszczenia w umowie o kredyt konsumencki klauzuli zawierającej informację o rocznej stopie oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, warunkach jej zmiany oraz ewentualnych innych opłatach z tytułu zaległości. Zgodnie z art. 13 ust. 1 pkt 12 u.k.k. w związku z art. 14 u.k.k. w istocie identyczna informacja powinna być przekazana konsumentowi na trwałym nośniku (na stosownym formularzu) już przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki. Stosowanie stopy oprocentowania właściwej dla zadłużenia przeterminowanego jest skutkiem braku płatności (braku spłaty kredytu w terminie lub poszczególnych rat kredytowych). Niewątpliwie przy tym informacja dotycząca kosztów związanych ze spłatą zadłużenia po terminie spełnia istotne funkcje. Może oddziaływać prewencyjnie, chroniąc konsumentów przed lekkomyślnym zawieraniem umów, w wyniku których będą

narażeni na skutki spirali zadłużenia. Pełna i precyzyjna informacja o kosztach kredytu, w tym również o kosztach wynikających z nieterminowego wykonywania zobowiązania przez konsumenta, bez wątpienia może również wpływać w sposób dyscyplinujący na jego zachowania wobec kredytodawcy, zarówno przed zawarciem umowy o kredyt, jak i w okresie jej obowiązywania.

Z powyższych względów Sąd Najwyższy podziela przyjęte przez sądy obu instancji stanowisko, że istnieje konieczność podawania w umowie o kredyt konsumencki (a na etapie przedkontraktowym – w formularzu) stopy procentowej zadłużenia przeterminowanego poprzez wskazanie konkretnej wysokości (wartości procentowej), a nie poprzez wskazywanie punktu odniesienia dla obliczenia tego oprocentowania. Taki też kierunek interpretacji powołanych przepisów art. 13 ust. 1 pkt 12 i art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. jest już zresztą utrwalony w orzecnictwie sądów powszechnych (zob. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 12 grudnia 2016 r., VI ACa 1213/15). Przyjęcie przy tym wykładni powołanych przepisów postulowanej przez powoda przeczyłoby celowi ustawy o kredyt konsumencki, którym jest między innymi zapewnić konsumentowi pełnej, zrozumiałej i precyzyjnej informacji zarówno na etapie przedkontraktowym jak i w zawartej umowie.

Nie zasługuje również na uwzględnienie zarzut kasacyjny dotyczący niejasności spornej decyzji w zakresie opisu przypisanej powodowi praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w pkt V. decyzji wobec posłużenia się zwrotem, że wskazane działanie powoda „może” stanowić naruszenie art. 13 ust. 1 pkt 12 w związku z art. 14 u.k.k. oraz art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. Obowiązująca w postępowaniu administracyjnym zasada pogłębiania zaufania uczestników postępowania do władzy publicznej, określona w art. 8 § 1 k.p.a., zobowiązuje Prezesa UOKiK do precyzyjnego określenia przypisanego przedsiębiorcy deliktu administracyjnego i ujęcia w sentencji decyzji wszystkich znamion przypisanej praktyki. Służy to przede wszystkim zagwarantowaniu jednostce ochrony przed nieuprawnioną ingerencją ze strony władzy publicznej. Niemniej za trafne należy uznać stanowisko Sądu Apelacyjnego, że ewentualnie drobne nieścisłości i braki w opisie przypisanego czynu mogą być skutecznie konwalidowane przeniesieniem i rozwinieniem tego zagadnienia w uzasadnieniu rozstrzygnięcia organu (zawsze zresztą sporządzanego). Należy bowiem mieć na

uwadze, że w świetle art. 107 § 1 pkt 6 k.p.a. uzasadnienie decyzji administracyjnej stanowi integralną część (obligatoryjny element) decyzji administracyjnej.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy należy zauważyć, że lektura sentencji w powiązaniu z uzasadnieniem spornej decyzji nie pozostawia wątpliwości, jakie zachowanie było przedmiotem oceny prawnej dokonanej przez Prezesa UOKiK. Z uzasadnienia decyzji jednoznacznie przy tym wynika przyjęta przez organ kwalifikacja prawna spornego działania powoda, tj. że (bezwzględnie) narusza ono art. 13 ust. 1 pkt 12 w związku z art. 14 u.k.k. oraz art. 30 ust. 1 pkt 11 u.k.k. W tym kontekście, nie budzi zastrzeżeń konstatacja Sądu Apelacyjnego, że zarówno z samej sentencji decyzji, jak i jej uzasadnienia jednoznacznie wynika, iż według Prezesa Urzędu zachowanie powoda wyczerpuje wszystkie przedmiotowe znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, przypisanej w pkt V. decyzji.

Jako niezasadny należy ocenić również zarzut naruszenia przepisów art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. w związku z art. 111 u.o.k.k. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie. Artykuł 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. (w brzmieniu obowiązującym na moment wydania zaskarżonej decyzji) przewidywał, że Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 u.o.k.k. Natomiast stosownie do art. 111 u.o.k.k. (w brzmieniu obowiązującym na moment wydania zaskarżonej decyzji) przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Przepis ten określa zatem ogólnikowo kryteria, jakie Prezes UOKiK powinien brać pod uwagę przy wymierzaniu kary pieniężnej.

W judykaturze ugruntowane jest stanowisko, że w sprawie z odwołania od decyzji Prezesa UOKiK, w którym to odwołaniu przedsiębiorca skarży wymiar nałożonej kary, sąd powinien przede wszystkim odnieść się do przesłanek przedstawionych w uzasadnieniu zaskarżonej decyzji oraz powołanych w odwołaniu okoliczności rzutujących, według przedsiębiorcy, na ocenę

prawidłowości wysokości wymierzonej kary. Jeżeli weryfikacja zastosowanych przez organ oraz powołanych przez przedsiębiorcę przesłanek i okoliczności prowadzi sąd do konkluzji, że przesłanki te i okoliczności zastosowano prawidłowo, należy dokonać oceny nałożonej kary z punktu widzenia jej funkcji. Praktyka Sądu Najwyższego dopuszcza przy tym sankcjonowanie nawet wysokich kar, o ile stanowisko sądu niższej instancji będzie w tym zakresie przekonująco umotywowane (por. m.in. wyrok Sądu Najwyższego z 4 marca 2014 r., III SK 34/13).

W przedmiotowej sprawie należy stwierdzić, że uzasadnienie zaskarżonego wyroku Sądu Apelacyjnego spełnia powyższe wymagania w zakresie sądowej kontroli zasadności zastosowanych wobec skarżącego jednostkowych kar pieniężnych. W uzasadnieniu zaskarżonego wyroku przedstawiona została argumentacja Sądu drugiej instancji zawierająca ocenę i uzasadnienie czynników, jakie zostały wzięte pod uwagę przy dokonywaniu analizy proporcjonalności wymierzonej sankcji. Sąd Apelacyjny, dzieląc ocenę dokonaną w tym przedmiocie przez Sąd pierwszej instancji, uwzględnił m.in. charakter naruszeń oraz ich długotrwałość. Miał także na uwadze stopień szkodliwości działania powoda dla konsumentów. Sąd Apelacyjny przy miarkowaniu nałożonej na powoda sankcji pieniężnej uwzględnił również podnoszoną przez powoda okoliczność dotyczącą wagi danego naruszenia przepisów. Dlatego nie można uznać, aby przy wymiarze kary Sąd Apelacyjny dopuścił się naruszenia zasady proporcjonalności. Wniosek ten jest tym bardziej zasadny, jeśli zważy się, że finalnie suma nałożonych na powoda jednostkowych kar pieniężnych nie przekraczała 300 000 zł, co stanowi około 1% przychodu powoda ogółem (w 2012 r. spółka osiągnęła przychód w wysokości 37 931 670,48 zł). Tym samym mieści się ona w granicach ustawowych określonych w art. 106 ust. 1 u.o.k.k., a przy tym usytuowana jest w dolnych granicach określonych w tym przepisie.

Z tych przyczyn, na podstawie 398¹⁴ k.p.c. i art. 108 § 1 k.p.c. w związku z art. 398²¹ k.p.c., orzeczono jak w sentencji.