



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
MAREK NIECHCIAŁ**

**DECYZJA JAWNA**

Bydgoszcz, dnia 21 lutego 2018 r.

Znak: RBG-610-515/16/KL

**DECYZJA NR RBG - 2/2018**

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 ww. ustawy - 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 działanie Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie** polegające na informowaniu konsumentów, którzy są stroną umowy o usługę płatniczą oraz posiadają dostęp do systemu bankowości internetowej, o proponowanych zmianach warunków umowy o usługę płatniczą w trakcie jej trwania wyłącznie za pomocą wiadomości elektronicznych przesyłanych w ramach systemu bankowości internetowej, który nie stanowi trwałego nośnika informacji w rozumieniu art. 2 pkt 30 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2003), co stanowi naruszenie obowiązku o którym mowa art. 29 ust. 1 i 3 w zw. z art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych i w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 7 listopada 2016 r.**

- II. Na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 ww. ustawy - po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

po uprawdopodobnieniu stosowania przez działanie **Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie** praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na niezamieszczaniu - w wiadomościach przesyłanych do konsumentów związanych z jednostronną zmianą warunków umowy dokonywaną w trakcie jej trwania, której załącznikiem są dokumenty dotyczące:

- taryfy prowizji i opłat;
- rachunków rozliczeniowo-oszczędnościowych;
- kart debetowych;

- istotnych informacji umożliwiających ustalenie przez konsumentów dopuszczalności wprowadzenia proponowanych zmian, tj. niewskazanie podstawy prawnej umożliwiającej dokonanie tych zmian oraz czynników (okoliczności faktycznych), które spowodowały tę zmianę i wynikają z wyżej wskazanej podstawy prawnej, a przez to uniemożliwienie zweryfikowania przez konsumentów dopuszczalności zmiany warunków umowy przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w trakcie trwania

Sprawę prowadził:  
Krzysztof Lehmann - Zastępca Dyrektora

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Delegatura w Bydgoszczy  
ul. Długa 47 85-034 Bydgoszcz

tel. 52 345- 56- 44 faks 52 345-56-17  
bydgoszcz@uokik.gov.pl www.uokik.gov.pl

stosunku obligacyjnego, co może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) i stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów,

oraz po złożeniu przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w toku postępowania zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do zaniechania stosowania praktyki i usunięcia jej skutków poprzez:

- i. skierowanie - w terminie do 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się pkt II niniejszej decyzji - do wszystkich konsumentów, w stosunku do których w latach 2015-2016 Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie skierował informację związaną ze zmianą wysokości opłat i prowizji dokonywaną w trakcie trwania Umowy dla rachunków prowadzonych w banku lub umów dotyczących kart kredytowych, bez pełnego określenia przyczyn, które spowodowały tą zmianę oraz których poinformował o jednostronnej modyfikacji postanowień umownych w wykonywanych umowach, regulaminach i Tabelach opłat i prowizji w bez zachowania wymaganej formy zmiany – korespondencji pisemnej (list z wydrukiem papierowym) lub korespondencji w formie e-mail w przypadku posiadania odpowiednich zgód konsumentów, w treści której:
  - a) poinformuje że przedmiotowe działania wynikają z Decyzji Prezesa UOKiK wskazując jej numer i datę wydania;
  - b) zaprosi klientów do zawarcia bezpłatnych aneksów do umowy rachunku dla osób fizycznych lub umów dotyczących kart kredytowych w oddziale banku lub za pośrednictwem bankowości elektronicznej (w sytuacji posiadania przez klienta dostępu do bankowości elektronicznej);
  - c) przekaze klientom uzasadnienie dla propozycji aneksowania umów wykonywanych oraz opíše skutki niepodpisania, jak i podpisania aneksów;
  - d) poinformuje o przyznaniu rekompensaty publicznej, o której w pkt ii.c. oraz iii. niniejszego zobowiązania;
- ii. zawarcie - w terminie do 4 miesięcy od dnia wysłania pism, o których mowa w pkt i. zobowiązania - aneksów do umów z konsumentami, o których mowa w pkt i., w których znajdą się postanowienia dotyczące:
  - a) oświadczenia Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie o bezskuteczności dokonanych zmian warunków umowy;
  - b) ustalenia, że opłaty i prowizje dla rachunków oraz kart, a także inne warunki umowne od dnia podpisania aneksu określają aktualnie obowiązujące regulaminy produktowe oraz Tabela opłat i prowizji dla danego produktu (bez zmian na dzień podpisania aneksu);
  - c) ustalenia indywidualnego rozliczenia opłat i prowizji konsumenta za okres od dnia rozpoczęcia ich stosowania (wprowadzenia bez odpowiedniej podstawy prawnej lub zakomunikowanej z pominięciem trwałego nośnika informacji) do dnia podpisania aneksu, przy czym jeśli indywidualne rozliczenie klienta wykaże, że na podstawie Tabeli opłat i prowizji sprzed jej zmiany zapłaciłby on niższe opłaty, Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nie później niż w terminie 3 miesięcy od dnia podpisania aneksu, dokona zwrotu nadpłaty na rachunek klienta. W przeciwnym wypadku, Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w tym samym terminie przekaze klientowi informację o braku kwoty do zwrotu. Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nie będzie domagał się dopłat od klientów, gdyby

opłaty/prowizje pobrane na podstawie aktualnej Tabeli opłat i prowizji były dla klienta korzystniejsze od stosowanej przed zmianą;

- iii. przyznanie klientom, którzy zawrą aneks zgodnie z pkt. ii zobowiązania, rekompensaty publicznej w postaci
  - a) możliwości przystąpienia do lokaty, która nie jest dostępna dla obecnych klientów Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w bieżącej ofercie na warunkach, tj. lokaty o kwocie od 500 zł do 10000 zł, przez okres 1 miesiąca, z oprocentowaniem 3%;
  - b) gwarancji braku podwyższania opłat związanych z prowadzeniem rachunków oraz posiadaniem karty debetowej przez okres 12 miesięcy;
- iv. informowanie konsumentów – po uprawomocnieniu się decyzji w pkt II - przy dokonywaniu jednostronnych zmian w postanowieniach umownych lub wysokości opłat i prowizji w trakcie trwania umowy konta dla osób fizycznych lub umów dotyczących kart kredytowych, o podstawach prawnych umożliwiających dokonanie zmiany oraz okolicznościach faktycznych uprawniających Ideę Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie do dokonania zmiany;
- v. opublikowanie na głównej stronie internetowej Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie (która na dzień wydania decyzji mieści się pod adresem [www.ideabank.pl](http://www.ideabank.pl)) niniejszej decyzji w terminie do 30 dni od dnia uprawomocnienia się pkt II decyzji, w ten sposób że treść tej decyzji wraz z oświadczeniem Idei Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w zakresie gotowości zawarcia aneksu i opisem jego treści, będą dostępne na przedmiotowej stronie internetowej przez okres realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. i.

**nakłada się obowiązek wykonania tego zobowiązania przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie.**

- III. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 ww. ustawy - po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

**nakłada się na Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia sprawozdania z wykonania przyjętego zobowiązania, poprzez przedłożenie informacji o stopniu realizacji zobowiązania nałożonego w punkcie II sentencji niniejszej decyzji oraz dowodów potwierdzających jego wykonanie poprzez przedłożenie - według następujących zasad:**

✓ w terminie **do 7 miesięcy** od dnia uprawomocnienia się decyzji w zakresie pkt II:

- 1) potwierdzenia realizacji wysyłki korespondencji do klientów w postaci raportu w wersji elektronicznej (w formie pdf), potwierdzającego liczbę przesyłek i daty ich nadania;
- 2) skryptów i materiałów szkoleniowych dla pracowników w zakresie informacji udzielanych w placówkach banku po zgłoszeniu się konsumentów w celu zawarcia aneksu, o ile zostały stworzone;
- 3) wzorców umownych wszystkich rodzajów aneksu;
- 4) wzorów wszystkich rodzajów listów (pism przewodnich w formie korespondencji pisemnej), o których mowa w pkt. i. zobowiązania wysyłanych do konsumentów;

- ✓ w terminie **do 12 miesięcy** od dnia uprawomocnienia się decyzji w zakresie pkt II:
- 5) wybranych losowo (zanonimizowanych) aneksów do umów, podpisanych przez klientów (20 sztuk);
  - 6) zrzutów ekranu z głównej strony internetowej Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie z pierwszego i ostatniego dnia utrzymywania na tej stronie informacji o niniejszej decyzji wraz z oświadczeniem złożonym przez osobę uprawnioną w imieniu przedsiębiorcy, w którym zostanie wskazany okres publikacji informacji z pkt. v. zobowiązania na stronie internetowej przedsiębiorcy;
  - 7) informacji na temat liczby klientów, którzy zawarli aneks, o którym mowa w pkt ii. zobowiązania;
  - 8) informacji na temat liczby klientów, którym Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie dokonał zwrotu nadpłat, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania;
  - 9) informacji o sumie wszystkich zwróconych przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nadpłat, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania;
  - 10) informacji o dziesięciu najmniejszych i dziesięciu największych nadpłatach wypłaconych przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie zgodnie z zasadami określonymi w pkt ii.c zobowiązania;
  - 11) informacji na temat liczby klientów, w przypadku których Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nie dokonał zwrotu nadpłat, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania, pomimo dokonania indywidualnego rozliczenia opłat i prowizji;
  - 12) informacji o ilości klientów, którzy założyli lokatę, o której mowa w pkt iii. zobowiązania oraz sumie korzyści finansowych (wyrażonych w PLN), które osiągnęli klienci w związku z założeniem ww. lokat;
  - 14) wybranych losowo indywidualnych rozliczeń opłat i prowizji, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania (10 sztuk)
  - 15) przedłożenie wszelkiej korespondencji wysyłanej do konsumentów w związku ze zmianami warunków umownych wprowadzonymi do wykonywanych umów konta dla osób fizycznych lub umów dotyczących kart kredytowych w okresie do 11 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji w pkt II (przy czym za datę początkową dla liczenia ww. okresu należy przyjąć dzień uprawomocnienia się decyzji z pkt II), na okoliczność potwierdzenia zobowiązania wskazanego w pkt iv.

#### UZASADNIENIE

W dniu 10 kwietnia 2014 r. - postanowieniem Nr RBG-101/2014 - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes UOKiK** lub **organ ochrony konsumentów**) w oparciu o własny monitoring i obserwację sytuacji rynkowej wszczął postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy wzorce umowne stosowane przez wybrane instytucje finansowe, w tym banki, zawierają niedozwolone postanowienia umowne, a co za tym idzie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, tj. art. 479<sup>38</sup> §1 i art. 479<sup>39</sup> k.p.c. w związku z art. 385<sup>1</sup>-385<sup>3</sup> k.c. oraz mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w szczególności w związku ze zmianą wzorców umownych (m.in. Tabele Opłat i Prowizji) określających opłaty za czynności bankowe oraz inne czynności w trakcie trwania umowy zawartej z konsumentem - prowadzone pod sygnaturą RBG-405-11/14/KL.

W toku tego postępowania Prezes UOKiK wezwał Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie (dalej: **Bank, Idea Bank, Spółka** lub **przedsiębiorca**) do przedłożenia informacji związanych z przedmiotem niniejszego postępowania, w tym informacji o zmianach dokonywanych w tabelach opłat i prowizji, regulaminach, umowach. W dalszej korespondencji organ ochrony konsumentów weryfikował m.in. sposób funkcjonowania elektronicznego systemu komunikowania się z konsumentami czy treść komunikatów wysyłanych do konsumentów przy zmianach w warunkach umowy.

Przeprowadzona analiza pozwoliła Prezesowi UOKiK stwierdzić, że przedsiębiorca może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Mając powyższe na uwadze - postanowieniem nr RBG-90/2016 z dnia 30 grudnia 2016 r. (dalej: **Postanowienie**) - organ ochrony konsumentów wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. informowaniu konsumentów, którzy są stroną umowy o usługę płatniczą oraz posiadają dostęp do systemu bankowości internetowej, o proponowanych zmianach warunków umowy o usługę płatniczą w trakcie jej trwania wyłącznie za pomocą wiadomości elektronicznych przesyłanych w ramach systemu bankowości internetowej, który nie stanowi trwałego nośnika informacji w rozumieniu art. 2 pkt 30 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 1572 ze zm.), co może stanowić naruszenie obowiązku o którym mowa w art. 29 ust. 1 i 3 w zw. z art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych i w konsekwencji naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;
2. niezamieszczaniu - w wiadomościach przesyłanych do konsumentów związanych z jednostronną zmianą warunków umowy dokonywaną w trakcie jej trwania, której załącznikiem są dokumenty dotyczące:
  - taryfy prowizji i opłat;
  - rachunków rozliczeniowo-oszczędnościowych;
  - kart debetowych;

- istotnych informacji umożliwiających ustalenie przez konsumentów dopuszczalności wprowadzenia proponowanych zmian, tj. niewskazanie podstawy prawnej umożliwiającej dokonanie tych zmian oraz czynników (okoliczności faktycznych), które spowodowały tę zmianę i wynikają z wyżej wskazanej podstawy prawnej, a przez to uniemożliwienie zweryfikowania przez konsumentów dopuszczalności zmiany warunków umowy przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w trakcie trwania stosunku obligacyjnego, co może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 3) i stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jednocześnie Prezes UOKiK wezwał przedsiębiorcę do ustosunkowania się do przedstawionych zarzutów.

W piśmie z dnia 24 stycznia 2017 r. Spółka przedstawiła swoje stanowisko dotyczące kwestionowanych praktyk wskazując przy tym, że stosowała się zawsze do obowiązującego w Polsce prawa, a także wyraziła swoją gotowość do dostosowania się do wytycznych Prezesa UOKiK. W tym celu odbyło się spotkanie w siedzibie Delegatury UOKiK w Bydgoszczy

w celu przedyskutowania ww. kwestii. W piśmie z dnia 28 czerwca 2017 r. Bank złożył wnioski o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) - dalej: **u.o.k.i.k.** - przedstawiając przy tym propozycje zobowiązania.

W piśmie z dnia 8 sierpnia 2017 r. Prezes UOKiK ustosunkował się do propozycji zobowiązania przedłożonego przez przedsiębiorcę. Z kolei Bank w korespondencji z dnia 11 października 2017 r. oraz 19 stycznia 2018 r. dokonywał zmian w swojej wersji zobowiązania, mając na względzie uwagi przekazywane pisemnie przez Prezesa UOKiK.

Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy (pismo z dnia 1 lutego 2018 r.). Przedsiębiorca nie skorzystał z powyższych uprawnień.

### **Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:**

Na podstawie zebranych w toku postępowania dokumentów organ ochrony konsumentów ustalił, iż Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie wpisany jest do rejestru KRS pod numerem 0000026052 prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII oraz posiada NIP: 5260307560. Przedsiębiorca posiada status banku w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1988 ze zm.). Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. pozostała finansowa działalność usługowa, gdzie indziej nie sklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych.

### **I. nieinformowanie o zmianach Umowy konta na trwałym nośniku (ustalenia faktyczne)**

W ramach swojej działalności Bank oferuje konsumentom możliwość zawarcia różnego rodzaju umów o usługę płatniczą, w tym umowę rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego, umowę o kartę (debetową) czy kartę kredytową. Istotnym dokumentem z punktu widzenia niniejszego postępowania jest *Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych przez Idea Bank S.A. dla klientów indywidualnych* (dalej: **Regulamin rachunków**). W ramach prowadzonych rachunków konsumenci mają możliwość zawarcia umowy umożliwiającej uzyskanie dostępu do Bankowości Elektronicznej, w skład której wchodzi Bankowość Internetowa (dalej: **e-bank**) lub Bankowość Telefoniczna. Pierwsza z nich jest to „usługa świadczona przez Bank, zapewniająca dostęp do Rachunków oraz dostęp do innych produktów i usług oferowanych przez Bank, umożliwiająca w szczególności składanie Wniosków, Dyspozycji lub uzyskiwanie informacji o Rachunkach, produktach i usługach oferowanych przez Bank” (por. §2 pkt 5 Regulaminu rachunków).

Szczegółowe zasady przesyłania korespondencji zapisane są Regulaminie rachunków. Zgodnie z treścią §69 pkt 6 tego dokumentu (w wersji obowiązującej z dnia 23 marca 2016 r. - podobnie to wyglądało we wcześniejszych wersjach ww. Regulaminu):

„W przypadku gdy Posiadacz Rachunku korzysta z Bankowości Elektronicznej, Bank informuje Posiadacza Rachunku o zmianach Regulaminu za pośrednictwem Bankowości Internetowej. W pozostałych przypadkach Bank informuje Posiadacza Rachunku o zmianach Regulaminu:

a) pocztą na adres do korespondencji wskazany przez Posiadacza Rachunku

lub

b) w przypadku złożenia przez Posiadacza Rachunku odpowiedniego wniosku, pocztą elektroniczną na adres poczty elektronicznej wskazany przez Posiadacza Rachunku.”

Zgodnie z informacją przekazaną w piśmie z dnia 28 kwietnia 2017 r. Bank ma możliwość usunięcia, modyfikacji bądź podmiany wiadomości lub załączników dołączonych do wiadomości zamieszczonych w e-banku. Przy czym należy wskazać, że - zgodnie ze stanowiskiem Banku - proces usunięcia lub zmiany komunikatów nie jest procesem standardowym.

Przedsiębiorca zmienił regulacje dot. sposobu powiadamiania konsumentów o zmianie warunków umowy z dniem 1 lipca 2016 r. i wprowadził w tym dniu do Regulaminu rachunków (w §69 pkt 7) następujący zapis:

*„W przypadku gdy Posiadacz Rachunku jest stroną zawartej z Bankiem Umowy Produktowej regulującej świadczenie przez Bank usług płatniczych, a w szczególności gdy Posiadacz Rachunku jest stroną Umowy o Rachunek Rozliczeniowo-Oszczędnościowy, Rachunek Oszczędnościowy lub Umowy o Kartę, Bank informuje Posiadacza Rachunku o zmianach Regulaminu:*

a) za pośrednictwem Bankowości Internetowej;

b) pocztą na adres do korespondencji wskazany przez Posiadacza Rachunku lub

c) w przypadku złożenia przez Posiadacza Rachunku odpowiedniego wniosku, pocztą elektroniczną na adres poczty elektronicznej wskazany przez Posiadacza Rachunku w poszczególnych regulacjach produktowych.”

Oznacza to zmianę w stosunku do warunków umownych istniejących przed dniem 1 lipca 2016 r., w którym to domyślnie „aktywowana” była możliwość przesyłania informacji wyłącznie za pomocą e-banku, a dopiero w sytuacji, gdy konsument nie zawarł umowy w zakresie Bankowości Elektronicznej, Spółka przesyłała informacje o zmianach za pomocą innych kanałów komunikacji. Nie zmienia to jednak faktu, że w dalszym ciągu konsument może otrzymać informację o zmianach warunków umów o usługę płatniczą wyłącznie za pośrednictwem e-Banku.

Powyższy sposób przesyłania korespondencji obrazuje również tabela dołączona do pisma przedsiębiorcy z dnia 27 września 2016 r., w której to Bank wskazał, że w 2015 r. w stosunku do klientów, którzy posiadali dostęp do e-banku, wszystkie informacje o zmianach warunków umowy były przekazywane tym właśnie kanałem informacji. Zmiana nastąpiła dopiero w dniu 1 lipca 2016 r., w której to Bank poinformował konsumentów o zmianie Regulaminu rachunków i *Tabeli Opłat i Prowizji dla rachunków złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych* (dalej: **TOiP**) dodatkowo również za pośrednictwem wiadomości e-mail, jeżeli konsument złożył w tym zakresie stosowany wniosek (bez takiego wniosku - otrzymywał ww. informacje tylko poprzez e-bank). Wskazać przy tym należy, że wymagane prawem dokumenty nie było dołączone do wiadomości w formie załącznika, ale przekazany został konsumentom link (odnośnik) do zmienionych dokumentów dostępnych na oddzielnym serwerze Banku.

Przy analizie zmian, o których mowa powyżej, należy zwrócić uwagę na propozycje zmian, które mogły - w założeniu - negatywnie odbić się na interesach ekonomicznych konsumentów i zostały dokonane w latach 2015-2016. Do tych modyfikacji należy zaliczyć

zmiany sygnalizowane konsumentów w korespondencji z dnia 1 lipca 2016 r. (które weszły w życie w dniu 1 września 2016 r.), w wyniku której dokonano:

- zaokrąglenia pobieranych opłat i prowizji o 0,01 PLN do pełnych złotych;
- podwyższenia do wysokości 5 zł opłaty z tytułu przelewu Elixir lub Express Elixir.

Bank zaniechał stosowania praktyki w dniu 7 listopada 2016 r., w momencie wystania do klientów korespondencji o zmianach warunków Regulaminu rachunków oraz TOiP z wykorzystaniem trwałego nośnika informacji w postaci korespondencji papierowej, jak również wiadomości e-mail wraz z załącznikiem. Przedmiotowe zmiany weszły w życie w dniu 20 stycznia 2017 r.

## **II. brak podania podstawy prawnej i faktycznej proponowanej zmiany warunków umowy (ustalenia faktyczne)**

W latach 2015-2017 Idea Bank dokonywał szeregu zmian w Regulaminie rachunków czy TOiP. Zmiany te miały różny zakres i w odmienny sposób wpływały na sytuację prawną i ekonomiczną konsumentów w związku z dalszym wykonywaniem umowy.

W pismach - wymienionych poniżej - kierowanych przez Spółkę do konsumentów lub w wiadomościach przesyłanych w ramach e-banku lub w e-mailach zostały niekiedy zasygnalizowane jedynie wprowadzone zmiany bez podstaw prawnych takich modyfikacji oraz również bez wskazania rzeczywistych okoliczności faktycznych, które legły u podstaw wprowadzenia tych zmian, a które to okoliczności wynikałyby z podanej podstawy prawnej.

Przy zmianie ww. dokumentów, które weszły w życie w dniu 6 kwietnia 2015 r., Bank przesyłał konsumentom następującą informację:

*„Szanowni Państwo,*

*chcielibyśmy uprzejmie poinformować, iż w związku z udostępnieniem Klientom przez Idea Bank S.A. zupełnie nowej i innowacyjnej na polskim rynku bankowości internetowej Idea Cloud, a w związku z tym z wprowadzeniem nowych produktów lub usług oraz ulepszeniem dotychczasowych funkcji produktów lub usług, a także rezygnacją z niektórych produktów lub usług, uległ zmianie „Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych przez Idea Bank S.A. dla klientów indywidualnych” („Regulamin”), a także Tabele Opłat i Prowizji.*

*Ponadto uległa zmianie Tabela Oprocentowania Rachunków.*

*Najistotniejsze obszary zmian w Regulaminie dotyczą:*

- *wprowadzenia nowej bankowości internetowej (§ 2, 4, 33-38), funkcjonalności Wirtualnego Oddziału (§ 2, 40), rachunków walutowych oraz transakcji w walutach zagranicznych (§ 2, 63), przelewów alternatywnych tj. przelewów e-mail, przelewów SMS (§ 2, 18, 25, 36), Rachunku Celowego Oszczędzania (§ 2, 31), funkcjonalności Przelew z doбором środków (§ 2, 18, 24, 26), możliwości udostępnienia wyciągów za pośrednictwem bankowości internetowej (§ 65), funkcjonalności Powiadomienia SMS (§ 2, 38), funkcjonalności Książka Odbiorców (§ 2, 38),*
- *zmian w postanowieniach dotyczących zmiany regulaminu, opłat i prowizji oraz oprocentowania (§ 60-61, 69), w zasadach dotyczących bezpieczeństwa korzystania*

z bankowości elektronicznej (§ 34, 41), w postanowieniach dotyczących wypowiedzenia Umowy Produktowej (§ 14-15), w procedurach zawierania Umów Produktowych (§ 3-8), wymagań technicznych do korzystania z bankowości elektronicznej (§ 70), w procedurach prowadzenia reklamacji (§ 66), w postanowieniach dotyczących rachunków lokaty (§ 32),

- rezygnacji z funkcjonalności „przekaz środków na telefon”, z funkcjonalności Kody QR, z wydawania kart płatniczych dla Użytkowników Kart, z części definicji (np. Kraj, Rok Podatkowy), które były zbędne lub nieużywane w Regulaminie.”

W przypadku zmiany Regulaminu rachunków oraz TOiP, które weszły w życie 25 lipca 2016 r. Bank przesłał konsumentom następującą informację:

Szanowni Państwo,

uprzejmi informujemy, że zmianie ulegają Tabele Opłat i Prowizji dla rachunków w złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych. Nowa Tabela Opłat i Prowizji dla rachunków w złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych (dalej: Tabela Opłat i Prowizji) obowiązywać będzie dotychczasowych Klientów Banku od dnia 20 czerwca 2016 roku.

Nowa Tabela Opłat i Prowizji zawiera m.in. informacje o dodaniu nowego kanału realizacji zleceń (Bankowości Mobilnej), nowego Rachunku Oszczędnościowego Konto ZOŚKA PRO, jak również o wprowadzeniu dodatkowego warunku zwalniającego z opłaty miesięcznej za obsługę karty debetowej.

Podobnie wyglądała informacja przesyłana wraz z propozycją zmiany ww. dokumentów od dnia 24 sierpnia 2016 r.:

Szanowni Państwo,

chcielibyśmy uprzejmi poinformować, że ulega zmianie Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych w Idea Bank SA dla klientów indywidualnych („Regulamin”), wprowadzony dnia 2 lutego 2015 r., w tym także Tabela Przelewów.

Najistotniejsze obszary zmian w Regulaminie dotyczą:

- wprowadzenia możliwości zawarcia umowy produktowej poprzez zatwierdzenie umowy produktowej w oddziale za pośrednictwem komputera, tabletu lub innego urządzenia udostępnionego przez Bank,
- obowiązywania godzin realizacji przelewów określonych w Tabeli Przelewów.

Z kolei przy informowaniu klientów o zmianie Regulaminu rachunków i TOiP od dnia 1 września 2016 r. Bank w ogóle nie poinformował konsumentów o tym co uległo zmianie, a jedynie poprzestał na przesłaniu nowych wzorców umownych:

Szanowni Państwo,

uprzejmi informujemy, że zmianie ulega Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych dla klientów indywidualnych (dalej: „Regulamin”) oraz Tabela Opłat i Prowizji dla rachunków w złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych (dalej:

„Tabela Opłat i Prowizji”). Nowy Regulamin i nowa Tabela Opłat i Prowizji obowiązująca będą dotychczasowych Klientów Banku od dnia 1 września 2016 roku.

W piśmie z dnia 24 stycznia 2017 r. (stanowiącym ustosunkowanie się do zarzutów postawionych w niniejszym postępowaniu) Bank wskazał, że zaniechał stosowania kwestionowanej praktyki. Niemniej jednak analiza dokumentów załączona do ww. pisma nie potwierdziła tych okoliczności. Spółka informowała bowiem klientów jedynie, iż np. „Zmiany zostają wprowadzone na podstawie paragrafu 69 Regulaminu”, bez wskazywania dokładnej przesłanki wymienionej w tym paragrafie (w sytuacji, gdzie tylko w §69 ust. 1 zostało wskazanych 6 przesłanek umożliwiających Bankowi jednostronną zmianę Regulaminu) oraz okoliczności faktycznych, które legły u podstaw wprowadzenia każdej ze zmian.

Idea Bank doprecyzował pewne informacje w przy zmianach, które weszły w życie w dniu 30 czerwca 2017 r. Zgodnie z treścią korespondencji wysyłanej do klientów, a przekazanej przez Bank wraz z odpowiedzią na pytanie 11 w piśmie z dnia 28 kwietnia 2017 r. Spółka informowała konsumentów o dokładnej podstawie prawnej modyfikacji warunków umowy (np. „Zmiany w Regulaminie zostały wprowadzone na podstawie §73 ust. 1 lit. a), c), d) oraz f) Regulaminu i dotyczą m.in.:”), ale w dalszym ciągu nie zostały wskazane okoliczności faktyczne, które miały wpływ na ww. zmiany i które zostały wymienione w przytoczonym powyżej §73.

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

Prezes UOKiK, zgodnie z art. 1 ust. 1 u.o.k.i.k., podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym, tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach<sup>1</sup>. 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.

Niniejsze postępowanie dotyczy podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w zakresie dokonywania zmian w wykonywanych umowach dotyczących usług płatniczych i innych umów bankowych, a więc usług, z których konsumenci korzystają powszechnie. Oznacza to *de facto*, że przedmiotowa praktyka mogła dotyczyć nieokreślonego z góry kręgu adresatów, a zatem mogła naruszać zbiorowy interes konsumentów. Uznać wobec tego należy, iż niniejsze postępowanie prowadzone jest w interesie publicznym.

### **Bezprawność działania przedsiębiorcy**

Przepis art. 24 ust. 1 u.o.k.i.k. stanowi, iż „Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.”, natomiast art. 24 ust. 2 - w brzmieniu obowiązującym do 16 kwietnia 2016 r.<sup>2</sup> - określa, iż „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”.

---

<sup>1</sup>Por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08.

<sup>2</sup> Zgodnie z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634) „Do spraw, w których postępowanie przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczęto przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, stosuje się przepisy dotychczasowe”.

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

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

W odniesieniu do przestępstwa bezprawności, w przypadku zastosowania decyzji zobowiązującej, jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji, przy jej wykazywaniu należy uwzględnić art. 28 ust. 1 u.o.k.i.k. Zgodnie z tym przepisem „Jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane 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 zaprzestął naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio”.

W związku z powyższym dla zastosowania art. 28 u.o.k.i.k. w zakresie praktyki określonej w pkt II sentencji niniejszej decyzji zachodzi w przedmiotowej sprawie konieczność uprawdopodobnienia naruszenia przez Bank art. 24 u.o.k.i.k.

### **Działania przedsiębiorcy**

Zgodnie z przepisem art. 4 pkt 1 u.o.k.i.k., ilekroć w ustawie tej jest mowa o przedsiębiorcy, pojmuje się przez to w pierwszej kolejności przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2168 ze zm.). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Działalność Spółki polegająca na zawieraniu umów o usługę płatniczą oraz innych umów bankowych spełnia kryteria działalności gospodarczej, o jakich mowa w ww. przepisach. Jest to bowiem działalność wykonywana w sposób stały, powtarzalny oraz zarobkowy.

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

### **I. Bezprawność działania przedsiębiorcy opisanych w zarzucie z punktu I sentencji decyzji**

W ocenie Prezesa UOKiK, Bank w sposób nieuprawniony przysyłał konsumentom informacje o proponowanych zmianach w trakcie trwania umowy wyłącznie za pomocą wiadomości elektronicznych przesyłanych w ramach e-banku (w sytuacji aktywowania

dostępu z usług bankowości internetowej), gdyż nie stanowił on trwałego nośnika informacji, jak również takim nośnikiem nie były wiadomości przesyłane w ramach tego systemu.

Umowa o konta dotyczy świadczenia przez Spółkę usługi płatniczej, o której mowa w art. 3 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2003) - dalej: **u.u.p.** Idea Bank jest dostawcą usług płatniczych w rozumieniu art. 4 ust. 2 pkt 1 u.u.p. W sytuacji informowania konsumentów o proponowanych zmianach postanowień umownych w umowach aktualnie wykonywanych, konieczne jest stosowanie przepisów określonych w art. 29 ww. ustawy. Na podstawie art. 29 ust. 1 u.u.p. *„Dostawca informuje o proponowanych zmianach postanowień umownych nie później niż 2 miesiące przed proponowaną datą ich wejścia w życie”*. Zgodnie z art. 29 ust. 3 u.u.p. *„do poinformowania dokonywanego zgodnie z ust. 2. przepis art. 26 ust. 1 stosuje się odpowiednio”*. Przy czym art. 29 ust. 2 u.u.p. określa informacje, jakie musi przekazać Bank swojemu klientowi w sytuacji, w której brak jego sprzeciwu wobec proponowanych zmian będzie równoznaczny z wyrażeniem przez niego zgody na ich przyjęcie. W takiej sytuacji - w myśl art. 26 ust. 1 u.u.p. - *„Dostawca jest obowiązany dostarczać użytkownikowi informacje określone w art. 27, art. 29 ust. 1 i 5, art. 31 ust. 1 i art. 32 ust. 1 w postaci papierowej lub na innym trwałym nośniku informacji, z tym że pocztą elektroniczną dostarcza je tylko na wniosek użytkownika. Informacje powinny być sformułowane w przejrzystej i czytelnej formie.”*. Powyższe oznacza, że zasadą przyjętą w analizowanej sytuacji jest to, aby informacja o zmianie umowy (a więc nie tylko sama treść nowych wzorców umowy) dostarczona była do konsumenta na papierze lub na innym trwałym nośniku informacji. Ustawodawca wskazał jednakże, że przesłanie przedmiotowych informacji za pomocą poczty elektronicznej, która może być jedną z form trwałego nośnika informacji, odbywać się może wyłącznie na wyraźny wniosek konsumenta.

Aby prawidłowo zinterpretować praktykę stosowaną przez Bank należy odpowiedzieć na pytanie, czy wiadomość przesłana za pomocą e-banku stanowi w ogóle „trwały nośnik informacji”, o którym mowa w art. 26 ust. 1 u.u.p. Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 30 u.u.p. przez „trwały nośnik informacji” rozumie się *„nośnik umożliwiający użytkownikowi przechowywanie adresowanych do niego informacji w sposób umożliwiający dostęp do nich przez okres odpowiedni do celów sporządzenia tych informacji i pozwalający na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci”*. Powyższa definicja powinna być interpretowana na gruncie pojęcia „trwałego nośnika”, które występuje w innych aktach prawnych regulujących sferę praw i obowiązków w umowach z udziałem konsumentów<sup>3</sup>. Pojęcie to było przedmiotem rozważań m.in. Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: **TSUE** lub **Trybunał**). W swoich rozważaniach Trybunał stwierdził, że aby uznać, iż nośnik ma cechy trwałości, o której mowa powyżej, to należy udowodnić, że przekazanie w nim informacji gwarantuje brak możliwości dokonywania zmian w ich zawartości, a także ich dostępność w odpowiednim okresie oraz pozwala konsumentom na ich odtworzenie w niezmienionej postaci<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Por. art. 5 ust. 17 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (t.j. Dz.U. z 2016 r., poz. 1528 ze zm.) *„materiał lub urządzenie służące do przechowywania i odczytywania informacji przekazywanych konsumentowi w związku z umową o kredyt, przez czas odpowiedni do celów jakim informacje te służą oraz pozwalające na odtworzenie tych informacji w niezmienionej postaci”* czy też art. 2 pkt 4 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827) *„materiał lub narzędzie umożliwiający konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci”*.

<sup>4</sup> Wyrok TSUE z dnia 5 lipca 2012 r., sygn. C-49/11, *Content Services Ltd vs Bundesarbeitskammer*, pkt 43.

W innym orzeczeniu TSUE<sup>5</sup> stwierdził, iż serwis internetowy Banku (a w jego ramach działająca poczta elektroniczna) jako strona internetowa, aby mogła zostać uznana za trwałą nośnik informacji powinna „umożliwiać użytkownikowi usług płatniczych przechowywanie informacji adresowanych osobiście do niego w sposób umożliwiający dostęp do nich w przyszłości przez okres właściwy do celów tych informacji i odtworzenie ich w niezmienionej postaci. Ponadto aby stroną internetową można było uznać za „trwały nośnik” w rozumieniu tego przepisu, należy wykluczyć możliwość wszelkiej jednostronnej zmiany jej treści przez dostawcę usług płatniczych lub innego przedsiębiorcę, któremu powierzy się zarządzanie tą stroną”. Trybunał zwrócił jeszcze uwagę na konieczność dostarczenia informacji wymaganych prawem, a nie jedynie ich udostępnienie w ramach serwisu internetowego Banku. W tym celu TSUE wskazał, że „rozpatrywane informacje, które dostawca usług płatniczych przekazuje użytkownikowi tych usług na stronie internetowej bankowości elektronicznej, mogą zostać uznane za dostarczone w rozumieniu art. 41 ust. 1 dyrektywy 2007/64, jeżeli takiemu przekazaniu towarzyszy aktywne zachowanie dostawcy zmierzające do podania do wiadomości użytkownika istnienia i dostępności tych informacji na wskazanej stronie.”

Przechodząc do stanu faktycznego ustalonego w niniejszej sprawie - zdaniem Prezesa UOKiK - wewnętrzny serwis bankowości elektronicznej stosowany przez Idea Bank - na dzień wydania niniejszej decyzji - nie może stanowić „trwałego nośnika informacji”, gdyż Bank, a więc nadawca informacji posiada techniczne możliwości jej usunięcia lub modyfikacji. Nie ma bowiem technicznych gwarancji, że przechowywane informacje pozostaną w „niezmienionej postaci”, przez co należy rozumieć sytuację, w której przedsiębiorca (nadawca informacji) nie może ingerować w treść przekazywanej informacji, w szczególności ją usunąć lub zmienić<sup>6</sup>. Stosowane przez Bank w ramach e-bank rozwiązania technologiczne i techniczne (wynikające m.in. z faktu administrowania bankowością elektroniczną przez Bank) dotyczące zarządzania przez Spółkę wiadomością z informacją o zmianach w warunkach umów o usługę płatniczą przesłane do klienta w ramach e-banku nie gwarantują (mając na względzie uwarunkowania techniczne), że informacje przesyłane w ramach ww. wiadomości nie mogą być modyfikowane, jak również usunięte przez Spółkę i to w sytuacji, w której znajdowały się one w skrzynce odbiorczej konsumenta. Aby można było uznać, że zachowane są gwarancje „niezmienionej postaci” trwałego nośnika informacji Bank nie może posiadać jakichkolwiek technicznych możliwości dostępu do wiadomości - uprzednio przesłanej przez Spółkę - która znajduje się w skrzynce odbiorczej klienta, w tym w szczególności w zakresie możliwości jej usunięcia, podmiany lub modyfikacji. Brak takich gwarancji powoduje to, że konsument nie ma żadnej pewności, czy udostępnione w ramach e-banku informacje nie były nigdy zmieniane, a historia wiadomości w jego skrzynce odbiorczej jest pełna (tj. nic nie zostało usunięte przez Bank). W takich sytuacjach konsument nie dysponuje również żadnymi niezależnymi (od Spółki) narzędziami, które umożliwiałyby mu zweryfikowanie ww. okoliczności. Bez znaczenia - z uwagi na okoliczności, o których mowa powyżej - jest to, iż techniczne możliwości dokonania usunięcia, modyfikacji bądź podmiany wiadomości lub jej załączników, które znajdują się już w skrzynkach odbiorczych konsumentów, mogą zostać uczynione tylko w sposób manualny poprzez ingerencje pracowników IT Banku w rekordy bazy danych. Nie zmienia również tego, iż każda taka zmiana byłaby monitorowana, co do jej przedmiotu, tego kto to zaakceptował, jak i to na jakiej podstawie i w jaki sposób dokonał ww. zmian.

<sup>5</sup> Wyrok TSUE z dnia 25 stycznia 2017 r., sygn. C-375/15.

<sup>6</sup> Wyrok Trybunału Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA) z dnia 27 stycznia 2010 r., sygn. E-4/09; tak również *Rekomendacja Komitetu ds. Kredytu Konsumentckiego i Rady Prawa Bankowego z dnia 9 sierpnia 2011 r. dotycząca wybranych problemów interpretacyjnych w nowej ustawie o kredycie konsumenckim (cz.II)*, Monitor Prawa Bankowego, 3/2012, s. 106.

Dla porządku należy w tym miejscu dodać, że w ramach rozpatrywania bezprawności praktyki kwestionowanej w pkt I sentencji decyzji nie ma znaczenia, czy Spółka kiedykolwiek dopuściła się rzeczywistej ingerencji w wiadomości przesłane do swoich klientów w ramach *e-banku*.

Należy również zauważyć, iż Idea Bank nie dostarczał (w rozumieniu art. 26 ust. 1 u.u.p.) konsumentom informacji o zmianach warunków umowy o usługę płatniczą, a jedynie przedmiotowe informacje udostępniał w *e-banku*. Nie towarzyszyło temu dodatkowe poinformowanie konsumentów o zamieszczeniu informacji w bankowości elektronicznej za pomocą innych kanałów komunikacji, dostępnych powszechnie dla konsumentów, na które wyrazili zgodę (np. za pośrednictwem SMS-a). Z uwagi na powyższe, w ocenie Prezesa UOKiK, nie dochodziło do dostarczenia ww. informacji konsumentom, o którym to obowiązku mowa przepisach u.u.p. Należy przy tym nadmienić, iż brak osobnego powiadamiania konsumentów o udostępnianiu propozycji zmian warunków umowy za pomocą innych kanałów komunikacji niż *e-bank* powoduje bardzo duże niedogodności dla klientów Spółki, gdyż są oni zmuszeni do bieżącego śledzenia treści wiadomości przesyłanych im w ramach ww. serwisu, pomimo iż na co dzień nie korzystają oni z niego jako miejsca do komunikacji z innymi osobami lub przedsiębiorcami. Duża część konsumentów może w ogóle nie logować się do bankowości elektronicznej przez dłuższy czas albo nie weryfikować zawartości skrzynki odbiorczej po zalogowaniu się do tego serwisu (nie mają bowiem takiego obowiązku, gdyż nie wnioskowali o taki sposób komunikacji z Bankiem). Tym samym, nie będą oni w ogóle mieli świadomości jakie zmiany mają zostać wprowadzone. Dochodzić może również do realnego skrócenia czasu na podjęcie przez konsumentów decyzji w zakresie złożenia sprzeciwu, wypowiedzenia umowy, a nawet zakwestionowania wprowadzonych zmian jako bezprawnych (np. wdrożonych bez podstawy prawnej). Zgodnie z przepisami u.u.p. powinni oni otrzymać informację o zmianach warunków umów o usługę płatniczą w terminie 2 miesiące przed ich wejściem w życie, w którym to okresie mogą podjąć decyzję co do dalszego kontynuowania umowy. Termin ten nie będzie dochowany, jeżeli konsument zauważy korespondencję przesłaną mu w ramach bankowości elektronicznej dopiero po kilku dniach lub tygodniach od przestania wysłania jej przez Bank.

Z uwagi na powyższe okoliczności Bank powinien - zgodnie z art. 29 ust. 1 i 3 u.u.p. w zw. z art. 26 ust. 1 u.u.p. - dostarczać informacje o proponowanych zmianach w postanowieniach wykonywanych umów konta w formie tradycyjnej (tj. listu z wydrukiem papierowym) lub w formie innego trwałego nośnika informacji, który spełni jego ustawową definicję. Na marginesie należy wskazać, że Bank wybierając jako sposób przekazywania informacji „inny trwały nośnik informacji” (nie zwykły papier) powinien uwzględnić również rzeczywiste możliwości odtworzenia przesłanej informacji przez adresatów korespondencji, gdyż np. co raz częściej zdarza się, że komputery osobiste nie posiadają napędu CD/DVD, a osoby starsze w ogóle mogą nie mieć komputera lub też nie będą posiadały niezbędnej wiedzy w zakresie korzystania z niego.

Niezależnie od powyższego, jeżeli konsument złoży stosowny wniosek, wymagane prawem informacje powinny zostać przesłane na wskazany przez niego adres poczty elektronicznej, który spełnia cechy trwałego nośnika informacji. Poprzez złożenie wniosku należy rozumieć dobrowolne oświadczenie woli, wyrażone w sposób odrębny w stosunku do woli zawarcia umowy konta lub umowy dotyczącej bankowości elektronicznej. Z kolei za adres poczty elektronicznej, który spełnia cechy trwałego nośnika informacji należy rozumieć taki adres e-mailowy, który jest wykorzystywany przez konsumentami w codziennych czynnościach i służy do komunikowania się z innymi osobami lub podmiotami trzecimi. Jednocześnie należy podkreślić, iż o ile *e-bank* stosowany przez Idea Bank (o funkcjonalności dostępnej na dzień wydania niniejszej decyzji) ma charakter poczty elektronicznej w zakresie, w jakim służy do odbierania informacji przez konsumenta

i przesyłania wiadomości przez Bank, to nie mieści się on obecnie w definicji „trwałego nośnika informacji”, o którym mowa w art. 26 ust. 1 w zw. z art. 2 pkt 30 u.u.p. Oznacza to również, że przesłanie informacji o zmianie umowy konta wyłącznie za pomocą tego systemu - przy obecnej jego funkcjonalności i modelu działania - nie stanowi wywiązania się z ustawowych obowiązków, o których mowa w art. 29 ust. 1 i 3 u.u.p., nawet jeżeli odbywałoby się to na wniosek konsumenta.

Mając na względzie powyższe, w ocenie Prezesa UOKiK, praktyka Spółki opisana w niniejszym zarzucie jest bezprawna, gdyż naruszała powszechnie obowiązujące przepisy u.u.p.

W tym miejscu wskazać należy, że kwestia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zostanie opisana w dalszej części uzasadnienia, wspólnie w zakresie praktyk opisanych w pkt I, jak i pkt II sentencji niniejszej decyzji.

### **Zaniechanie praktyki opisanej w pkt I sentencji niniejszej decyzji**

Zgodnie z art. 27 u.o.k.i.k, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

Prezes UOKiK stwierdził zaniechanie stosowania praktyki opisanej w pkt. I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji w dniu 7 listopada 2016 r. W tej dacie Bank przestał do konsumentów po raz pierwszy zmiany warunków umowy nie tylko za pośrednictwem e-banku, ale za pośrednictwem poczty tradycyjnej (listownie) oraz - w sytuacji złożenia wniosku ze strony konsumenta - za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail) podanym przez klienta, o ile złożył on stosowany wniosek, wraz z załącznikami w formie plików pdf.

Prezes UOKiK ma również na względzie oświadczenie złożone przez Bank w piśmie z dnia 19 stycznia 2018 r., w którym to Spółka zapewniła, że będzie monitorowała rozwiązania firm zewnętrznych zapewniające bankowości elektronicznej przymiot trwałego nośnika.

**Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w pkt I sentencji.**

### **II. Uprawdopodobnienie bezprawności w zakresie praktyk opisanych w pkt II sentencji decyzji .**

W świetle przepisu art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.

W ocenie Prezesa UOKiK, w analizowanym przypadku bezprawność działań podejmowanych przez Bank może polegać na naruszeniu zakazu określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) - dalej: **u.p.n.p.r.** - tj. zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Stosownie do art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. do uznania stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki za nieuczciwą koniecznym jest wykazanie, że:

- stoi ona w sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz

- w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 u.p.n.p.r. - działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r. ma szeroki zakres i obejmuje także usługę. Zatem, sposób w jaki Bank wykonuje umowy bankowe, w tym w jaki sposób informuje o zmianie ww. umów, spełnia powyższe kryteria i może zostać uznane za praktykę rynkową w rozumieniu niniejszej ustawy.

### ***Model przeciętnego konsumenta***

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej. Przepis art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

W przedmiotowej sprawie konstruowany model przeciętnego konsumenta dotyczy konsumenta zawierającego z Bankiem różnego rodzaju umowy, przede wszystkim umowy konta - które posiada zdecydowana większość obywateli<sup>7</sup>, a także umowy o kartę kredytową. Adresatem działań Spółki są konsumenci, którzy mogli skorzystać z oferty Banku i zawrzeć z nim umowy wymienione w zarzucie z pkt II sentencji niniejszej decyzji. Przyjąć należy, że oferta handlowa Idea Banku kierowana była do niedookreślonej grupy osób fizycznych, konsumentów, którzy zawierali umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą. Charakter oferowanej usługi finansowej nie wskazuje na to, by Spółka kierowała swoje praktyki do szczególnej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie określonej i wspólnej im cechy. Przyjęty zatem w niniejszej sprawie model przeciętnego konsumenta nie odwołuje się do szczególnej grupy konsumentów.

Przez przeciętnego konsumenta należy zatem rozumieć konsumenta dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji przekazywanych w sposób niewprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegający na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Taki konsument nie ma wykształcenia prawniczego oraz wieloletniego doświadczenia w pracy w instytucji finansowej. Nie jest więc w stanie zweryfikować poprawności działania przedsiębiorcy w związku ze zmianami warunków umowy, w szczególności, że przedsiębiorca nie ułatwia mu tego zadania (poprzez brak wskazania podstaw prawnych i faktycznych dokonywanych zmian). Informacje o zmianach warunków umowy lub przyczynach zmian polityki podmiotów działających na rynku usług finansowych może czerpać z mediów, Internetu, czy od znajomych, ale przede wszystkim od samego

---

<sup>7</sup> Szacuje się, że z kont osobistych korzysta ok 78% Polaków w wieku powyżej 15 lat - źródło: A. Demircuc-Kunt, L. Klapper, D. Singer, P. Van Oudheusden, The Global Findex Database 2014, World Bank Group, Policy Research Working Paper 7255, Kwiecień 2015.

Banku. W niniejszej sprawie przeciętny konsument, zawierający z Bankiem umowę, ma prawo oczekiwać, że będzie ona wykonywana w taki sposób w jaki uzgodnił to w treści zawartej ze Spółką umowy. Dodatkowo, przeciętny konsument ma prawo przypuszczać, że Bank udostępniając mu informację o zmianach w warunkach wykonywanej umowy będzie działał zgodnie z przepisami prawa i dobrymi obyczajami, a tego typu decyzje będą miały oparcie w klauzuli modyfikacyjnej wskazanej w umowie (o ile konkretna zmiana może być określona w takiej klauzuli) lub w ściśle określonym przepisie prawa (np. w nowelizacji ustawy).

W przedmiotowej sprawie należy przyjąć, że konsument zna treść umowy łączącej go z Bankiem oraz potrafi zlokalizować zawarte w niej klauzule modyfikacyjne. Przeciętny konsument nie jest w stanie jednak „odgadnąć” jakie rzeczywiste przyczyny leżały u podstaw dokonywanych przez Bank zmian warunków umowy, gdyż to przede wszystkim wola zmian warunków kontraktu po stronie Spółki determinuje każdorazowo modyfikację umowy (np. z uwagi na okoliczności makro czy mikroekonomiczne, kondycję Spółki, czy zmianę sposobu jej zarządzania), a dopiero w dalszej kolejności następuje wybór przesłanki wskazanej w treści klauzuli modyfikacyjnej, która taką zmianę powinna umożliwić. Należy więc uznać, że nawet przy znajomości klauzul modyfikacyjnych znajdujących się w umowie, konsument nie jest w stanie zweryfikować decyzji biznesowych przedsiębiorcy, w tym określić, czy dokonana zmiana warunków umowy miała oparcie w rzeczywistych okolicznościach faktycznych opisanych w umowie. Poza tym, przy kilku przesłankach wskazanych w tejże klauzuli, nie byłby on w stanie wskazać, który czynnik miał w tym zakresie decydujący wpływ na taką, a nie inną zmianę warunków umowy.

Ponadto, przeciętny konsument zakłada, że przekazywane przez przedsiębiorcę informacje są prawdziwe, w tym zakresie, że podejmowane przez niego działania powinny być zgodne zarówno z warunkami umowy, jak również z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa oraz z dobrymi obyczajami. Ma prawo przypuszczać, że wprowadzone zmiany są dozwolone, gdyż, co do zasady, jest przekonany, że Bank działający na tak dużą skalę, nie wprowadzałaby zmian, do których nie jest uprawniony. Nie posiada wiedzy prawniczej w kwestii obwarowań prawnych niezbędnych do jednostronnej zmiany umowy. Z doświadczenia życiowego wie, że takie zmiany są dokonywane. Dużą rolę odgrywa również tutaj przyzwyczajenie konsumenta do takich działań ze strony instytucji bankowych, które z mniejszą lub większą częstotliwością dokonują zmian w swoich umowach (w tym w regulaminach czy tabeli opłat i prowizji). Duża liczba wprowadzanych modyfikacji i wysoka ich częstotliwość usypia czujność przeciętnego konsumenta, gdyż nie ma on zazwyczaj czasu, ani dostatecznej wiedzy aby za każdym razem móc weryfikować w sposób dogłębny każdą zmianę umowy, tym bardziej, że przedsiębiorca nie udziela podstawowych informacji, od których każda taka analiza powinna zostać rozpoczęta (czyli brak jest wskazania podstawy prawnej i faktycznej dokonywanych zmian). Nawet więc, gdyby przeciętny konsument chciał dokonać weryfikacji zasadności i legalności wprowadzenia tych zmian, to musiałby w pierwszej kolejności złożyć reklamację, co byłoby działaniem żmudnym, z oddaloną perspektywą uzyskania zadowalających informacji (mając na względzie terminy na jej rozpatrzenie przez przedsiębiorcę), a ponadto stanowiłoby to dla niego dodatkowe obciążenie (przede wszystkim czasowe). Nie ma również pewności czy informacja przekazana w odpowiedzi przez Bank byłaby wystarczająca dla odbiorcy, aby poznać faktyczne motywy i podstawy prawnej jakie kierowały przedsiębiorcę do zmiany warunków umowy.

## Dobre obyczaje

W celu stwierdzenia, że wskazane w pkt II sentencji niniejszej decyzji działanie Spółki stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 u.p.n.p.r.). Pojęcie dobrych obyczajów jest klauzulą generalną, niezawierającą swej definicji normatywnej. Jak wskazuje doktryna i orzecznictwo, klauzule generalne to przepisy prawne, w których nie są dokładnie sprecyzowane wszystkie elementy składające się na hipotezę czy dyspozycję normy prawnej, a ocena konkretnego stanu faktycznego zostaje przerzucona na organ stosujący prawo<sup>8</sup>. Istotą i funkcją klauzul generalnych w prawie cywilnym jest możliwość uwzględnienia w ocenie różnego rodzaju okoliczności faktycznych, które nie mogą - w oderwaniu od konkretnego stanu faktycznego - być według jakiegoś schematu, mającego walor bezwzględny, oceniane raz na zawsze i w sposób jednakowy<sup>9</sup>. Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny<sup>10</sup>. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Przy takim założeniu, sprzeczne z dobrymi obyczajami są m.in. działania wykorzystujące niewiedzę, brak doświadczenia konsumenta, naruszenie równorzędności stron umowy, działania zmierzające do dezinformacji i wywołania błędnego przekonania konsumenta. Chodzi więc o działania potocznie określane jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające „*in minus*” od standardów postępowania. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami istotą zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami „*jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności*”<sup>11</sup>.

Polska klauzula dobrych obyczajów powinna być również interpretowana przez pryzmat jej pierwowzoru zawartego w Dyrektywie 2005/29/WE<sup>12</sup>, w której odpowiednikiem klauzuli dobrych obyczajów jest zasada staranności zawodowej, która oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności (por. art. 2 lit. h). Oznacza to, że przedsiębiorca - jako jedyny posiadacz wiedzy na temat tego, dlaczego określone zmiany zostały wprowadzone - powinien poinformować konsumentów (klientów) o swoich działaniach względem nich z należytą starannością. Poprzez tę staranność rozumie

<sup>8</sup> A. Wolter, „*Prawo cywilne. Zarys części ogólnej*”, wyd. VIII, Warszawa 1986, str. 83.

<sup>9</sup> Orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 29 marca 1979 r., sygn. akt III CRN 59/79, niepubl.

<sup>10</sup> Np. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia 13 listopada 1991 r., sygn. akt I ACr 411/91, „*Wokanda*” 1992/4; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 stycznia 2003 r., sygn. akt II CKN 1097/00, Lex nr 78878; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 czerwca 2003 r., sygn. akt I CKN 473/01, Lex nr 80257; J. Szwaia [w:] „*Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - Komentarz*”, Warszawa 2000, str. 122-133; R. Stefanicki, „*Dobre obyczaje w prawie polskim*”, „*Przegląd Prawa Handlowego*”, 2002/5.

<sup>11</sup> Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r. (sygn. akt XVII Ama 118/04).

<sup>12</sup> Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”)

się takie przekazanie informacji, które pozwoli konsumentowi ocenić, czy wprowadzone zmiany oparte są o określone podstawy prawne i okoliczności faktyczne. Brak tych informacji nie pozwala konsumentowi ocenić ich zasadności i legalności. Konsument, który związany jest umową z Bankiem nie jest bowiem jedynie wykonawcą jego woli i nie musi bezkrytycznie akceptować wprowadzanych jednostronnie zmian do obowiązujących kontraktów. Konsument powinien mieć szansę ocenić zasadność i legalność wprowadzenia tych modyfikacji, gdyż może nie być w ogóle zobowiązany do ich akceptacji lub skorzystać ze zgłoszenia sprzeciwu/wypowiedzenia umowy. Poprzez wskazaną powyżej staranność zawodową rozumie się również takie działanie, w którym to przedsiębiorca będzie starał się tak wykonywać umowę, aby nie wprowadzać do niej nowych treści, na które nie zezwalają mu zarówno bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa, jak również umowne klauzule modyfikacyjne. Klienci przedsiębiorcy mają więc prawo oczekiwać - na zasadach dobrej wiary i w zaufaniu, że Bank jest instytucją zaufania społecznego - że nie będzie on dokonywał zmian warunków umowy, do których dokonywania nie jest uprawniony.

Literatura dopuszcza także dokonywanie stosownych ocen w zakresie dobrych obyczajów na podstawie norm środowiskowych, a więc o węższym zasięgu oddziaływania. Konsekwentnie, za naruszające dobre obyczaje przyjmuje się przekroczenie postanowień zawartych w kodeksach etycznych opracowywanych dla poszczególnych grup zawodowych.<sup>13</sup> Jak wskazuje motyw 20 Dyrektywy 2005/29/WE „Należy nadać odpowiednie znaczenie kodeksom postępowania, które umożliwiają przedsiębiorcom skuteczne stosowanie zasad niniejszej dyrektywy w poszczególnych dziedzinach gospodarki. W sektorach, w których istnieją szczególne obligatoryjne wymogi regulujące postępowanie przedsiębiorców, powinny one również stanowić podstawę oceny staranności zawodowej w określonym sektorze”.

Zgodnie z „Kodeksem Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej)”<sup>14</sup> „banki, jako instytucje zaufania publicznego, w swojej działalności kierują się przepisami prawa, rekomendacjami Komisji Nadzoru Finansowego, uchwałami samorządu bankowego, normami przewidzianymi w Kodeksie oraz dobrymi zwyczajami kupieckimi. Banki i ich pracownicy oraz osoby, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe, uwzględniają zasady: profesjonalizmu, rzetelności, rzeczowości, staranności i najlepszej wiedzy”. Kodeks ten przewiduje, że „Bank w stosunkach z Klientami i przy wykonywaniu czynności na rzecz Klientów, powinien działać zgodnie z zawartymi umowami, w granicach dobrze pojętego interesu własnego i z uwzględnieniem interesów Klientów. Bank nie może wykorzystywać swego profesjonalizmu w sposób naruszający interesy Klientów” (pkt 1.3).

Do poszanowania prawa klienta do informacji odwołuje się również „Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego”<sup>15</sup> rekomendowany przez Komisję Nadzoru Finansowego, którego treść norm uwzględniana jest również przez „Kodeks Etyki Bankowej” (pkt 6 „Postanowień ogólnych Kodeksu Etyki Bankowej”). Jedną z zasad wyrażonych w Kanonie jest ta, zgodnie z którą „podmiot finansowy zapewnia klientowi jasną i rzetelną informację o oferowanych produktach i usługach oraz o związanych z nimi kosztach, ryzyku i możliwych do osiągnięcia korzyściach, ułatwiając klientowi dokonanie wyboru” (zasada nr 9).

W ocenie Prezesa UOKiK, Idea Bank mógł dopuścić się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez niezamieszczanie - w wiadomościach przesyłanych do konsumentów związanych z jednostronną zmianą warunków umowy dokonywaną w trakcie jej trwania, której załącznikiem są dokumenty dotyczące taryfy prowizji i opłat, rachunków

<sup>13</sup> M. Kępiński, „Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”, RPEiS 1994, nr 2, s. 7.

<sup>14</sup> Przyjęty na XXV Walnym Zgromadzeniu Związku Banków Polskich 18.04.2013 r.

<sup>15</sup> Uchwała Nr 99/08 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 18 marca 2008 r. w sprawie rekomendacji stosowania Kanonu Dobrych Praktyk Rynku Finansowego.

rozliczeniowo-oszczędnościowych oraz kart debetowych - istotnych informacji umożliwiających ustalenie przez konsumentów dopuszczalności wprowadzenia proponowanych zmian, tj. niewskazanie podstawy prawnej umożliwiającej dokonanie tych zmian oraz czynników (okoliczności faktycznych), które spowodowały tę zmianę i wynikają z wyżej wskazanej podstawy prawnej, a przez to uniemożliwienie zweryfikowania przez konsumentów dopuszczalności zmiany warunków umowy przez Spółkę w trakcie trwania stosunku obligacyjnego.

### ***Sprzeczność działania przedsiębiorcy w zakresie praktyki z pkt II z dobrymi obyczajami***

W niniejszym zarzucie dobre obyczaje należy utożsamiać z przekazywaniem konsumentom pełnej informacji (zarówno w zakresie co do faktów, jak i co do podstaw prawnych) o podejmowanych przez przedsiębiorcę decyzjach dotyczących jednostronnych zmian warunków umownych w trakcie trwania stosunku obligacyjnego, które umożliwiają słabszej stronie umowy kontrolę zasadności i legalności decyzji podejmowanych przez przedsiębiorcę. Konsument powinien mieć możliwość zweryfikowania decyzji biznesowych przedsiębiorcy, co do zgodności jego działań z zaakceptowanym przez obie strony kontraktem. Aby taka możliwość istniała Spółka powinna przedstawić wszystkie niezbędne przesłanki, które legły u podstaw modyfikacji warunków umownych w trakcie wykonywania istniejącego już zobowiązania, w tym ich podstawę prawną oraz okoliczności faktyczne, które miały wpływ na dokonaną zmianę.

W latach 2015-2017 Idea Bank dokonywał szeregu zmian w Regulaminie rachunków czy TOiP. Zmiany te miały różny zakres i w odmienny sposób wpływały na sytuację prawną i ekonomiczną konsumentów w związku z dalszym wykonywaniem umowy. Uwagę Prezesa UOKiK wzbudziły przede wszystkim zmiany związane z modyfikacją - w trakcie trwania umowy - warunków umownych, w których to przedsiębiorca nie informował klientów o przyczynie (faktycznej) dokonania zmian albo podstawa prawna była podana w bardzo ogólny sposób (poprzez odesłanie do ogólnego paragrafu we wzorcu umowy) lub też jej w ogóle nie było. Zdarzały się również sytuacje, w których nastąpiła kumulacja nieprawidłowości i wszystkich ww. elementów. Zmiany te miały różny zakres i w odmienny sposób wpływały na sytuację prawną i ekonomiczną konsumentów w związku z dalszym wykonywaniem umowy.

Przy zmianie ww. dokumentów, które weszły w życie w dniu 6 kwietnia 2015 r., Bank przysyłał konsumentom następującą informację:

*„Szanowni Państwo,*

*chcielibyśmy uprzejmie poinformować, iż w związku z udostępnieniem Klientom przez Idea Bank S.A. zupełnie nowej i innowacyjnej na polskim rynku bankowości internetowej Idea Cloud, a w związku z tym z wprowadzeniem nowych produktów lub usług oraz ulepszeniem dotychczasowych funkcji produktów lub usług, a także rezygnacją z niektórych produktów lub usług, uległ zmianie „Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych przez Idea Bank S.A. dla klientów indywidualnych” („Regulamin”), a także Tabele Opłat i Prowizji.*

*Ponadto uległa zmianie Tabela Oprocentowania Rachunków.*

*Najistotniejsze obszary zmian w Regulaminie dotyczą:*

- *wprowadzenia nowej bankowości internetowej (§ 2, 4, 33-38), funkcjonalności Wirtualnego Oddziału (§ 2, 40), rachunków walutowych oraz transakcji w walutach*

zagranicznych (§ 2, 63), przelewów alternatywnych tj. przelewów e-mail, przelewów SMS (§ 2, 18, 25, 36), Rachunku Celowego Oszczędzania (§ 2, 31), funkcjonalności Przelew z doborem środków (§ 2, 18, 24, 26), możliwości udostępnienia wyciągów za pośrednictwem bankowości internetowej (§ 65), funkcjonalności Powiadomienia SMS (§ 2, 38), funkcjonalności Książka Odbiorców (§ 2, 38),

- zmian w postanowieniach dotyczących zmiany regulaminu, opłat i prowizji oraz oprocentowania (§ 60-61, 69), w zasadach dotyczących bezpieczeństwa korzystania z bankowości elektronicznej (§ 34, 41), w postanowieniach dotyczących wypowiedzenia Umowy Produktowej (§ 14-15), w procedurach zawierania Umów Produktowych (§ 3-8), wymagań technicznych do korzystania z bankowości elektronicznej (§ 70), w procedurach prowadzenia reklamacji (§ 66), w postanowieniach dotyczących rachunków lokaty (§ 32),
- rezygnacji z funkcjonalności „przekaz środków na telefon”, z funkcjonalności Kody QR, z wydawania kart płatniczych dla Użytkowników Kart, z części definicji (np. Kraj, Rok Podatkowy), które były zbędne lub nieużywane w Regulaminie.”

W przypadku zmiany Regulaminu rachunków oraz TOiP, które weszły w życie 25 lipca 2016 r. Bank przestał konsumentom następującą informację:

Szanowni Państwo,

uprzejmi informujemy, że zmianie ulegają Tabele Opłat i Prowizji dla rachunków w złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych. Nowa Tabela Opłat i Prowizji dla rachunków w złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych (dalej: Tabela Opłat i Prowizji) obowiązywać będzie dotychczasowych Klientów Banku od dnia 20 czerwca 2016 roku.

Nowa Tabela Opłat i Prowizji zawiera m.in. informacje o dodaniu nowego kanału realizacji zleceń (Bankowości Mobilnej), nowego Rachunku Oszczędnościowego Konto ZOŚKA PRO, jak również o wprowadzeniu dodatkowego warunku zwalniającego z opłaty miesięcznej za obsługę karty debetowej.

Podobnie wyglądała informacja przesyłana wraz z propozycją zmiany ww. dokumentów od dnia 24 sierpnia 2016 r.:

Szanowni Państwo,

chcielibyśmy uprzejmi poinformować, że ulega zmianie Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych w Idea Bank SA dla klientów indywidualnych („Regulamin”), wprowadzony dnia 2 lutego 2015 r., w tym także Tabela Przelewów.

Najistotniejsze obszary zmian w Regulaminie dotyczą:

- wprowadzenia możliwości zawarcia umowy produktowej poprzez zatwierdzenie umowy produktowej w oddziale za pośrednictwem komputera, tabletu lub innego urządzenia udostępnionego przez Bank,
- obowiązywania godzin realizacji przelewów określonych w Tabeli Przelewów.

W przedmiotach informacjach brak zarówno okoliczności faktycznych wprowadzenia zmian, jak i podstaw prawnych umożliwiających ich wdrożenie do wykonywanych umów.

Z kolei przy informowaniu klientów o zmianie Regulaminu rachunków i TOiP od dnia 1 września 2016 r. Bank w ogóle nie poinformował konsumentów o tym co uległo zmianie, a jedynie poprzestał na przestaniu nowych wzorców umownych:

Szanowni Państwo,

*uprzejmi informujemy, że zmianie ulega Regulamin prowadzenia rachunków bankowych, świadczenia usług bankowości elektronicznej oraz wydawania i używania debetowych kart płatniczych dla klientów indywidualnych (dalej: „Regulamin”) oraz Tabela Opłat i Prowizji dla rachunków w złotych polskich prowadzonych dla klientów indywidualnych (dalej: „Tabela Opłat i Prowizji”). Nowy Regulamin i nowa Tabela Opłat i Prowizji obowiązują będą dotychczasowych Klientów Banku od dnia 1 września 2016 roku.*

Inaczej wygląda sytuacja przy zmianach warunków umownych, które weszły w życie w dniu 20 stycznia 2017 r. Bank wskazywał w informacjach kierowanych do konsumentów, że „Zmiany zostają wprowadzone na podstawie paragrafu 69 Regulaminu”. Jest to jednak zbyt ogólna podstawa prawna, aby mogła cokolwiek mówić klientowi, który zamierza zweryfikować legalność działań Spółki. Nie bez znaczenia jest bowiem fakt, że już tylko §69 ust. 1 Regulaminu rachunków zawiera 6 osobnych przesłanek umożliwiających przedsiębiorcy dokonanie jednostronnej zmiany warunków umowy. Ponadto w korespondencji skierowanej do konsumentów brak jest informacji o okolicznościach, jakie wystąpiły, a które to zdarzenia mają (lub mogą mieć) wpływ na modyfikację kontraktu w oparciu o wskazana w umowie klauzule modyfikacyjną.

Bezprawności wskazanej w niniejszym zarzucie nie usuwa również informacja zamieszczona przez Idea Bank w korespondencji do klientów dot. zmian, które weszły w życie w dniu 30 czerwca 2017 r. Bank doprecyzował podstawę prawną dokonywanych zmian, poprzez wskazanie dokładnych przesłanek zawartych w klauzuli modyfikacyjnej (np. „Zmiany w Regulaminie zostały wprowadzone na podstawie §73 ust. 1 lit. a), c), d) oraz f) Regulaminu i dotyczą m.in.:”), ale w dalszym ciągu nie zostały wskazane okoliczności faktyczne, które miały wpływ na ww. zmiany i które zostały wymienione w przytoczonym powyżej §73 Regulaminie rachunków. Dla przykładu, jeżeli w §73 ust. 1 lit. c) zostało wskazane, że „Bank jest uprawniony do zmiany Regulaminu, jeżeli wystąpi co najmniej jedna z następujących ważnych przyczyn: zmiana stanu prawnego skutkująca koniecznością wprowadzenia zmian w Regulaminie”, to Spółka powinna wskazać na nazwę aktu oraz dokładny przepis (np. z części dot. przepisów zmieniających), z którego wynika konieczność dostosowania obowiązujących wzorców umownych.

W ocenie Prezesa UOKiK, podstawą do dokonania zmian w trwających kontraktach mogą być - oprócz wyraźnego przepisu prawa, który nakazuje dostosować umowy do zmienionego stanu prawnego - jedynie określone w klauzulach modyfikacyjnych czynniki (przesłanki), które stanowią tzw. podstawę materialnoprawną dokonania modyfikacji warunków umowy. Wyjątkiem jest jednak sytuacja, w której to ww. czynniki (przesłanki) określone w klauzuli modyfikacyjnej mają charakter niedozwolony (abuzywny) z uwagi m.in. na nieprecyzyjną treść lub też dobór czynników, które z mocy prawa nie mogą stanowić podstawy do zmiany warunków umowy w trakcie jej wykonywania, gdyż - zgodnie z art. 385<sup>1</sup> § 1 k.c. - nie wiążą konsumenta. Powyższe rozważania pozostają jednak poza przedmiotem niniejszego zarzutu, którego celem jest wykazanie braków informacyjnych względem konsumentów niezależnie od treści (czyli zrozumiałości, precyzyjności, czy jednoznaczności) klauzul modyfikacyjnych. Na marginesie należy również dodać, że powyższe rozważania odnoszą się jedynie do takich stosunków umownych i ich elementów, które mogą być jednostronnie zmieniane przez przedsiębiorcę (*a contrario* - nawet prawidłowa klauzula

modyfikacyjna nie powinna uprawniać Banku do zmiany warunków umów zawartych na czas oznaczony w zakresie ich elementów istotnych).

Aby można było dokonać zmiany warunków umowy w oparciu o zasady określone w klauzuli modyfikacyjnej muszą rzeczywiście wystąpić okoliczności faktyczne określone w tejże klauzuli modyfikacyjnej (np. wzrost o określony procent przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia). **Dopiero spełnienie tych wymagań uprawnia Bank do poinformowania konsumenta o planowanej zmianie warunków umowy i wprowadzeniu do umów przedmiotowej zmiany.**

Z punktu widzenia konsumenta, istotne jest m.in. to, aby został on poinformowany o propozycji przedsiębiorcy w sposób rzetelny, tzn. aby miał możliwość zweryfikowania zgodności przeprowadzanej zmiany z pierwotnymi warunkami umowy, które kształtują jego stosunek obligacyjny nawiązany z Bankiem. Dla konsumentów są to informacje istotne, gdyż pozwalają im nadzorować działania przedsiębiorcy, w tym czy proponowana przez przedsiębiorcę zmiana umowy jest uzasadniona i czy dokonana jest zgodnie z zawartą umową. Na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę, klienci Banku powinni mieć możliwość oszacowania zakresu wprowadzonych zmian, ich podstawy prawnej (w zakresie warunków wskazanych w klauzuli modyfikacyjnej), a także weryfikacji okoliczności faktycznych mających wpływ na dokonane zmiany (w szczególności w kontekście ich rzeczywistego wystąpienia i tego, czy zakres zmian odpowiada zakresowi okoliczności faktycznych, które wystąpiły). Wszystkie przedmiotowe okoliczności powinny stanowić punkt odniesienia dla konsumentów do stwierdzenia, czy proponowana zmiana warunków umowy nie jest przejawem dyskrecjonalnej decyzji Spółki i czy została dokonana zgodnie z warunkami umowy. Informacja przesłana przez Bank powinna pozwolić klientom ocenić, czy zastosowana przez Spółkę zmiana wysokości opłaty czy wprowadzenie nowych warunków umownych odpowiada zmienionym od chwili zawarcia umowy warunkom ekonomicznym lub innym okolicznościom wskazanym w klauzuli modyfikacyjnej<sup>16</sup>. Tym samym, należy zgodzić się z ugruntowanym stanowiskiem judykatury, że o ile kontrahent banku, jakkolwiek musi się liczyć ze zmianami umowy w trakcie jej trwania, w szczególności w zakresie możliwości modyfikacji oprocentowania czy wysokości opłat, to jednak nie może być pozbawiony możliwości kontrolowania zasadności tych zmian<sup>17</sup>.

Bank w części korespondencji poprzestał jedynie na wskazaniu ogólnej podstawy prawnej bez odniesienia do poszczególnych ustępów i punktów, jak również w ogóle nie podał żadnej podstawy prawnej, przez co konsument nie miał możliwości realnego poznania podstaw prawnych przedstawionej przez Bank propozycji zmiany warunków umowy (w tym wysokości opłat i prowizji). Z tak lakonicznych informacji klient nie może poznać rzeczywistych powodów, które legły u podstaw wprowadzenia zmian do wykonywanej umowy. Konsument nie wie tym samym, czy modyfikacja warunków była wynikiem np. zmiany poziomu inflacji, a jeżeli tak- to w jakim okresie doszło do zmiany poziomu inflacji i o ile jej poziom się zmienił.

Konsumenci muszą mieć możliwość przeprowadzenia weryfikacji zasadności zmian, co oznacza, że muszą wiedzieć, **na podstawie której przesłanki doszło do zmiany umowy** w trakcie jej trwania, a także czy **określone w umowie czynniki rzeczywiście zaistniały** (dotyczy to w szczególności okoliczności, które nie są publicznie znane, a na podstawie których Bank dokonuje zmian). Oznacza to, że jeżeli np. zmiana opłaty w Taryfie nastąpiła na podstawie wzrostu poziomu wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych,

<sup>16</sup> Tak m.in. w uchwale Sądu Najwyższego 7 sędziów z dnia 6 marca 1992 r., sygn.. III CZP 141/91.

<sup>17</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 kwietnia 2002 r., sygn.. II CKN 993/99; Wyrok SA w Warszawie z dnia 10 lutego 2012 r., sygn. VI ACa 1460/11.

to konsument powinien zostać poinformowany, że zmiana nastąpiła właśnie z uwagi na wzrost tego czynnika. Jednocześnie konsument powinien móc zweryfikować w jakim okresie nastąpiła zmiana ww. czynników, tzn. czy rzeczywisty wzrost wskaźnika o co najmniej 0,3% miał miejsce w lutym, czerwcu czy też w październiku określonego roku. Reasumując, w ocenie Prezesa UOKiK, w wiadomościach kierowanych do konsumentów powinno zostać wskazane postanowienie umowne dopuszczające możliwość dokonania proponowanych zmian warunków umowy, a także zamieszczona powinna być informacja o zaistnieniu okoliczności faktycznych, które miały wpływ na podjęcie przez przedsiębiorcę analizowanej decyzji.

Zdaniem organu ochrony konsumentów, omawiane w niniejszym zarzucie informacje mają charakter istotny, z punktu widzenia możliwości zweryfikowania przez konsumentów zasadności wprowadzonych zmian, które mogą mieć znaczący wpływ na dalsze wykonywanie umowy przez obie strony. W wyniku opisywanej tutaj praktyki przeciętny konsument może wyrobić sobie mylne wyobrażenie o podstawach prawnych i zasadności wprowadzonych zmian, które nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistym stanie rzeczy<sup>18</sup>.

W opisywanej w niniejszym zarzucie praktyce, Bank z jednej strony wywiązuje się ze swojego ustawowego obowiązku poinformowania konsumentów o zamiarze wprowadzenia do trwającego stosunku obligacyjnego nowych warunków umownych, ale z drugiej strony nie przedstawia w wiadomościach do nich kierowanych ani podstawy prawnej dokonania takich modyfikacji, ani realnych sytuacji, które wystąpiły i w oparciu o które podjęta została taka decyzja. Jedną z cech umów bankowych zawieranych z konsumentami jest to, że ich warunki mogą w trakcie trwania ulegać zmianie (dotyczy to przede wszystkim umów zawartych na czas nieoznaczony). Niemniej jednak, aby taka zmiana była dopuszczalna, nie mogą w tym zakresie istnieć żadne przeciwwskazania określone w powszechnie obowiązujących przepisach prawa, a także muszą wystąpić określone okoliczności faktyczne, które zostały wskazane w klauzuli modyfikacyjnej zamieszczonej w tychże umowach, które dopuszczają dokonanie zmian warunków umownych w trakcie trwania stosunku obligacyjnego.

### ***Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu***

Nieprzekazanie przez Idea Bank przedmiotowych informacji - które mają charakter istotny z punktu widzenia odpowiednich umów bankowych (dot. m.in. rachunku osobistego czy karty płatniczej) i warunkach na jakich są wykonywane - może istotnie zniekształcać zachowanie gospodarcze konsumenta, co do możliwości zweryfikowania okoliczności modyfikacji warunków umownych i stwierdzenia, czy były one dozwolone na mocy zawartego przez strony kontraktu. Tym samym, brak tych informacji, może przyczynić się do zniekształcenia decyzji dotyczących umowy, których odbiorcy nie podjęliby, gdyby takie informacje zostały umieszczone w korespondencji od Banku. Dla przykładu można wskazać, iż konsument - poprzez brak powyższych informacji - może błędnie uznać, że wprowadzona zmiana była dopuszczalna, pomimo, że decyzja Banku o zmianie umowy (w tym np. podniesieniu opłat) ma charakter arbitralny z uwagi na:

- ✓ brak umocowania w warunkach umownych,  
lub
- ✓ niewystąpienie okoliczności faktycznych, które na podstawie klauzuli modyfikacyjnej mogły stanowić podstawę do zmiany wykonywanego kontraktu.

---

<sup>18</sup> Robert Stefanicki, *Interpretacja dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów na rynku wewnętrznym*, Glosa 1/2010, str. 88.

Tym samym, konsumenci będą przekonani o zasadności stosowania zmienionych warunków umownych, pomimo bezprawności takiego działania po stronie przedsiębiorcy. W takiej sytuacji, konsumenci nie będą mieli świadomości, że zaproponowana przez Spółkę modyfikacja warunków umowy nie obowiązuje, ponieważ nie miała ona umocowania w obowiązującej stronie umowy lub określonych okolicznościach faktycznych. Poprzez brak wskazania istotnych informacji, o których mowa powyżej, konsumenci mogą zaniechać wykonywania praw i obowiązków, które wynikają z pierwotnej wersji Regulaminu rachunków czy TOiP, a przez to mogą doznać uszczerbku m.in. w zakresie interesu ekonomicznego, np. poprzez konieczność regulowania opłat w wyższej wysokości.

W ocenie Prezesa UOKiK, Idea Bank poprzez niezamieszczanie istotnych informacji umożliwiających ustalenie przez konsumentów dopuszczalności wprowadzenia proponowanych zmian, tj. niewskazanie podstawy prawnej umożliwiającej dokonanie tych zmian lub czynników (okoliczności faktycznych), które spowodowały tę zmianę i wynikają z wyżej wskazanej podstawy prawnej, a przez to uniemożliwienie zweryfikowania przez konsumentów dopuszczalności - w tym legalności - zmiany warunków umowy przez Spółkę w trakcie trwania stosunku obligacyjnego, mógł dopuścić się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

### **Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów w zakresie praktyki opisanej w punkcie I i II sentencji decyzji**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów formułuje definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3, 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 ochronę<sup>19</sup>.

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”*<sup>20</sup>.

W ocenie Prezesa UOKiK, zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowania Spółki mogą godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Stroną umowy zawieranej Bank jest określony krąg podmiotów, wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium, jakim jest zawarta umowa o prowadzenie konta. Jednocześnie podkreślić należy, że w tym kręgu mógł być każdy konsument, który zdecydowałby się zawrzeć umowę z przedsiębiorcą.

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

<sup>19</sup> 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.

<sup>20</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01.

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 (indywidualizowanych) 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 indywidualizować, 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 jakiemś 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 zbiór<sup>21</sup>”. 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 orzecznictwie<sup>22</sup>.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z prawdopodobieństwem naruszenia (a w zakresie praktyki z punktu I - z naruszeniem) praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes UOKiK podejmując rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji 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.

Mając powyższe na względzie należy uznać, że również przesłanka dotycząca godzenia w zbiorowe interesy konsumentów została udowodniona w zakresie zarzutów z pkt I i II sentencji niniejszej decyzji.

#### **Przyjęcie zobowiązania przedsiębiorcy w zakresie praktyki opisanej w punkcie II sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 28 u.o.k.i.k., jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu - że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego

<sup>21</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 września 2008 r., sygn. akt III SK 27/07.

<sup>22</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 września 2013 r., sygn.. VI ACa 67/13.

zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes UOKiK może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. Taka sytuacja zachodzi w niniejszej sprawie.

Analiza przepisu art. 28 ust. 1 u.o.k.i.k. pozwala jednoznacznie stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia przesłanek:

- uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;
- zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków;
- uznania przez Prezesa UOKiK za celowe nałożenia obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania;

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu *quasi*-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą.<sup>23</sup> W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów.<sup>24</sup> Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie.<sup>25</sup>

Po przedstawieniu zarzutów w Postanowieniu, Idea Bank na początku niniejszego postępowania złożył wnioski o wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 u.o.k.i.k. w zakresie praktyk wskazanych w pkt I i II sentencji niniejszej decyzji, celem ich wyeliminowania i usunięcia ich skutków. Przedmiotowe zobowiązanie było następnie kilkakrotnie modyfikowane, aby ostatecznie przybrać następujący kształt:

Pierwszy z obowiązków wskazanych w zobowiązaniu (pkt. i.) polega na skierowaniu - w terminie do 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się pkt II niniejszej decyzji - do wszystkich konsumentów, w stosunku do których w latach 2015-2016 Spółka skierowała informację związaną ze zmianą wysokości opłat i prowizji dokonywaną w trakcie trwania Umowy dla rachunków prowadzonych w banku lub umów dotyczących kart kredytowych, bez pełnego określenia przyczyn, które spowodowały tą zmianę oraz których poinformowała o jednostronnej modyfikacji postanowień umownych w wykonywanych umowach, regulaminach i Tabelach opłat i prowizji w bez zachowania wymaganej formy zmiany – korespondencji pisemnej (list z wydrukiem papierowym) lub korespondencji w formie e-mail w przypadku posiadania odpowiednich zgód konsumentów, w treści której:

- a) poinformuje że przedmiotowe działania wynikają z Decyzji Prezesa UOKiK wskazując jej numer i datę wydania;
- b) zaprosi klientów do zawarcia bezpłatnych aneksów do umowy rachunku dla osób fizycznych lub umów dotyczących kart kredytowych w oddziale Banku lub za pośrednictwem bankowości elektronicznej;

<sup>23</sup> D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, Warszawa 2009r., s. 1048;

<sup>24</sup> J. Sroczyński, *Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda)*, IKAR 1/2012, s.99;

<sup>25</sup> J. Sroczyński, *Naruszenie (...)*, op. cit., s. 99,

- c) przekaże klientom uzasadnienie dla propozycji aneksowania umów wykonywanych oraz opíše skutki niepodpisania, jak i podpisania aneksów;
- d) poinformuje o przyznaniu rekompensat publicznych, o których mowa poniżej.

Sposób zawarcia umowy uzależniony będzie o konsumentów. W przypadku klientów posiadających dostęp do bankowości elektronicznej, Bank umożliwi im zawarcie aneksów w formie elektronicznej. W przypadku, jeżeli klient nie będzie posiadał dostępu do bankowości elektronicznej lub jego wolą będzie zawarcie umowy w formie pisemnej, Bank poinformuje klientów o możliwości zawarcia aneksu w oddziale Banku.

Ponadto Spółka (w pkt ii. zobowiązania) - w terminie 4 miesiące od dnia wystania powyższej korespondencji - będzie zawierała z konsumentami aneksy, o których mowa w pkt i., jeżeli zgłoszą się oni do placówki bankowej w określonym terminie. Aneksy będą zawierały postanowienia dotyczące:

- a) oświadczenia Banku o bezskuteczności dokonanych warunków umowy;
- b) ustalenia, że opłaty i prowizje dla rachunków oraz kart, a także inne warunki umowne od dnia podpisania aneksu określają aktualnie obowiązujące regulaminy produktowe oraz Tabela opłat i prowizji dla danego produktu (bez zmian na dzień podpisania aneksu);
- c) ustalenia indywidualnego rozliczenia opłat i prowizji konsumenta za okres od dnia rozpoczęcia ich stosowania (wprowadzenia bez odpowiedniej podstawy prawnej lub zakomunikowanej z pominięciem trwałego nośnika informacji) do dnia podpisania aneksu, przy czym jeśli indywidualne rozliczenie klienta wykaże, że na podstawie TOiP sprzed jej zmiany zapłaciłby on niższe opłaty, Idea Bank nie później niż w terminie 3 miesiące od dnia podpisania aneksu, dokona zwrotu nadpłaty na rachunek klienta. W przeciwnym wypadku, Bank w tym samym terminie przekaże klientowi informację o braku kwoty do zwrotu. Spółka nie będzie domagała się dopłat od klientów, gdyby opłaty/prowizje pobrane na podstawie aktualnej TOiP były dla klienta korzystniejsze od stosowanej przed zmianą.

Należy przy tym wskazać, iż w analizowanym w toku postępowania okresie (lata 2015 - 2016) Spółka wprowadziła jednostkowe zmiany warunków umów z pominięciem doręczenia ich na trwałym nośniku informacji i bez zakomunikowania konsumentom o podstawach prawnych i faktycznych ich wprowadzenia, które dotyczyły zmian opłat i prowizji i które mogły mieć negatywny wpływ na interesy ekonomiczne konsumentów. Zaliczyć do nich należy:

- zaokrąglenie pobieranych opłat i prowizji o 0,01 PLN do pełnych złotych;
- podwyższenie do wysokości 5 zł opłaty z tytułu przelewu Elixir lub Express Elixir.

Zgodnie z oświadczeniem Spółki, do dnia 15 sierpnia 2017 r., przychody Banku z tego tytułu nie przekroczyły . Zwrot ewentualnych opłat wynikających z indywidualnych rozliczeń z konsumentami dotyczyć może do klientów (stan na 31 lipca 2017 r.).

Ponadto Idea Bank przyzna klientom, którzy zawrą aneks, rekompensatę publiczną w postaci możliwości przystąpienia do lokaty, która nie jest dostępna dla obecnych klientów Banku w bieżącej ofercie. Na lokatę będzie można wpłacić od 500 zł do 10000 zł i będzie ona założona na okres jednego miesiąca, z oprocentowaniem 3% w skali roku. Bank wskazał, że maksymalna wartość ww. rekompensaty może wynieść ok zł. Ponadto, każdy klient, który podpisze aneks otrzyma gwarancje braku podwyższania opłat związanych z prowadzeniem rachunków oraz posiadaniem karty debetowej przez okres 12 miesięcy od daty zawarcia aneksu.

Bank zobowiązał się również, iż po uprawomocnieniu się decyzji w zakresie pkt II, przy dokonywaniu jednostronnych zmian w postanowieniach umownych lub wysokości opłat i prowizji trakcie trwania umowy konta dla osób fizycznych lub umów dotyczących kart kredytowych, będzie każdorazowo informował konsumentów o podstawach prawnych umożliwiających dokonanie zmiany oraz okolicznościach faktycznych uprawniających Bank do dokonania zmiany.

W zakresie spełnienia przez Spółkę obowiązków informacyjnych, Bank zobowiązał się do opublikowania na głównej stronie internetowej przedsiębiorcy (która na dzień wydania decyzji mieści się pod adresem [www.idebank.pl](http://www.idebank.pl)) niniejszej decyzji w terminie do 30 dni od dnia uprawomocnienia się w zakresie pkt II, w ten sposób, że treść tej decyzji wraz z oświadczeniem Spółki w zakresie gotowości zawarcia aneksu i opisem jego treści, będą dostępne na przedmiotowej stronie internetowej przez okres realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. i

Biorąc pod uwagę, że bezprawność działań Idea Bank w zakresie praktyki opisanej w punkcie II sentencji decyzji została, jak wykazano wyżej, uprawdopodobniona, oraz że Spółka złożyła wniosek o przyjęcie złożonego w toku postępowania zobowiązania zmierzającego do zakończenia naruszeń zbiorowych interesów konsumentów i usunięcia ich skutków, możliwe stało się skorzystanie przez Prezesa UOKiK z przewidzianej w art. 28 ust. 1 u.o.k.i.k. możliwości nałożenia na Bank obowiązku wykonania tego zobowiązania.

Należy uznać, że nałożone na Bank zobowiązanie obejmuje działania zmierzające do zakończenia uprawdopodobnionego w toku niniejszego postępowania naruszenia art. 24 u.o.k.i.k. opisanego w pkt II sentencji decyzji i usunięcia jego skutków. W szczególności na aprobatę zasługują takie działania Banku, że w wyniku zawarcia z klientami aneksu za bezskuteczne zostaną uznane wszystkie zmiany postanowień umownych (w tym wysokości opłat i prowizji) udostępnionych klientom w latach 2015-2016 z pominięciem doręczenia ich na trwałym nośniku informacji i bez zakomunikowania konsumentom o podstawach prawnych i faktycznych ich wprowadzenia. Najistotniejszym punktem tego zobowiązania jest jednak usunięcie skutków praktyki w aspekcie finansowym, które przybiera formę indywidualnego rozliczenia się z pobranych opłat i prowizji w oparciu o wadliwie komunikowane konsumentom zmiany TOiP aż do dnia podpisania aneksu, w którym będzie wskazany określony wniosek konsumenta w tym zakresie.

Charakter i wysokość rekompensaty publicznej podyktowane są przede wszystkim niewielką ilością zmian wysokości opłat i prowizji na niekorzyść konsumentów. Stąd też - w ocenie Prezesa UOKiK - taki sposób usunięcia trwających skutków naruszenia jest właściwy mając na względzie uwarunkowania faktyczne w niniejszej sprawie, w szczególności w kontekście analizy zmian warunków umownych dokonywanych przez Bank w badanym okresie.

Zdaniem Prezesa UOKiK rozstrzygnięcie niniejszej sprawy w oparciu o art. 28 ust. 1 u.o.k.i.k. zapewni szybką i skuteczną eliminację praktyk opisanych w punkcie II sentencji niniejszej decyzji oraz przyczyni się do usunięcia powstałych skutków, co odbędzie się z korzyścią dla konsumentów.

Z uwagi na powyższe, zasadnym jest skorzystanie z instrumentu prawnego przewidzianego art. 28 ust. 1 u.o.k.i.k.

**Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w pkt II sentencji.**

III.

Stosownie do art. 28 ust. 3 u.o.k.i.k. w decyzji (...) Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. Zgodnie z tym przepisem Idea Bank został zobowiązany do złożenia sprawozdania z wykonania przyjętego zobowiązania, poprzez przedłożenie informacji o stopniu realizacji zobowiązania nałożonego w punkcie II sentencji niniejszej decyzji oraz dowodów potwierdzających jego wykonanie, według następujących zasad:

✓ w terminie **do 7 miesięcy** od dnia uprawomocnienia się decyzji w zakresie pkt II:

- 1) potwierdzenia realizacji wysyłki korespondencji do klientów w postaci raportu w wersji elektronicznej (w formie pdf), potwierdzającego liczbę przesyłek i daty ich nadania;
- 2) skryptów i materiałów szkoleniowych dla pracowników w zakresie informacji udzielanych w placówkach banku po zgłoszeniu się konsumentów w celu zawarcia aneksu, o ile zostały stworzone;
- 3) wzorców umownych wszystkich rodzajów aneksu;
- 4) wzorów wszystkich rodzajów listów (pism przewodnich w formie korespondencji pisemnej), o których mowa w pkt. i. zobowiązania wysyłanych do konsumentów;

✓ w terminie **do 12 miesięcy** od dnia uprawomocnienia się decyzji w zakresie pkt II:

- 5) wybranych losowo (zanonimizowanych) aneksów do umów, podpisanych przez klientów (20 sztuk);
- 6) zrzutów ekranu z głównej strony internetowej Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie z pierwszego i ostatniego dnia utrzymywania na tej stronie informacji o niniejszej decyzji wraz z oświadczeniem złożonym przez osobę uprawnioną w imieniu przedsiębiorcy, w którym zostanie wskazany okres publikacji informacji z pkt. v. zobowiązania na stronie internetowej przedsiębiorcy;
- 7) informacji na temat liczby klientów, którzy zawarli aneks, o którym mowa w pkt ii. zobowiązania;
- 8) informacji na temat liczby klientów, którym Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie dokonał zwrotu nadpłat, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania;
- 9) informacji o sumie wszystkich zwróconych przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nadpłat, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania;
- 10) informacji o dziesięciu najmniejszych i dziesięciu największych nadpłatach wypłaconych przez Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie zgodnie z zasadami określonymi w pkt ii.c. zobowiązania;
- 11) informacji na temat liczby klientów, w przypadku których Idea Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nie dokonał zwrotu nadpłat, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania, pomimo dokonania indywidualnego rozliczenia opłat i prowizji;
- 12) informacji o ilości klientów, którzy założyli lokatę, o której mowa w pkt iii. zobowiązania oraz sumie korzyści finansowych (wyrażonych w PLN), które osiągnęli klienci w związku z założeniem ww. lokat;
- 14) wybranych losowo indywidualnych rozliczeń opłat i prowizji, o których mowa w pkt ii.c. zobowiązania (10 sztuk)
- 15) przedłożenie wszelkiej korespondencji wysyłanej do konsumentów w związku ze zmianami warunków umownych wprowadzonymi do wykonywanych umów konta dla osób fizycznych lub umów dotyczących kart kredytowych w okresie do 11 miesięcy od

dnia uprawomocnienia się decyzji w pkt II (przy czym za datę początkową dla liczenia ww. okresu należy przyjąć dzień uprawomocnienia się decyzji z pkt II), na okoliczność potwierdzenia zobowiązania wskazanego w pkt iv.

Nałożone przez Prezesa UOKiK obowiązki powinny pozwolić ww. organowi realnie ocenić faktyczne wywiązanie się przedsiębiorcy z przedłożonego zobowiązania. Zgodnie z orzecznictwem, to Prezes UOKiK samodzielnie decyduje o terminach składania informacji o stopniu wykonania zobowiązania i o szczegółowości tej informacji<sup>26</sup>.

**Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w pkt III sentencji.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 kodeksu postępowania cywilnego od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

*Z upoważnienia Prezesa Urzędu  
Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury w Bydgoszczy  
Piotr Adamczewski*

---

<sup>26</sup> Wyrok SA w Warszawie z dnia 20 marca 2012 r., sygn. akt VI ACa 1311/11.